

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
Nachhaltigkeitsphilosophie	Zum Thema „Regionalität“ wurde 2013 ein Sonderprojekt eingerichtet mit dem Ziel, den Binnentourismus innerhalb des Osnabrücker Landes und damit die regionale Wirtschaft zu fördern.	Förderung der regionalen Wirtschaft	Vorhanden	
Nachhaltigkeitsphilosophie	Osnabrück ist zertifizierte „Fairtrade-Town“	Soziale Gerechtigkeit	vorhanden	www.osnabrueck.de/76029.asp
Nachhaltigkeitsphilosophie	Osnabrück ist „Die Friedensstadt“ und betreibt ein Büro für Friedenskultur	Etablierung einer „Friedenskultur“ in Stadt und Region	Laufender Prozess	www.osnabrueck.de/7290.asp

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



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 Produkte	<p>In der Tourist-Information wird eine Auswahl an regionalen Produkte angeboten, z.B.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Postkarten und Fotokarten von regionalen Künstlern • Steckenpferdreiterpralinen/Bäckerei Bröcker • Osnabrücker Sondermischung aus der Osnabrücker Kaffeerösterei „Kaffee Allianz“, fair gehandelt • Marmelade, Gelees und Likör aus Holunder/-blüten aus Bad Essen • Diverse Souvenirs von regionalen Künstlern (z.B. Steckenpferdreiter, Funkelherzen) • Gewürzmischungen von „Kreative Küche“ aus Georgsmarienhütte • Salzprodukte von „King of Salt“ aus Bad Essen • Krimis, Romane, Bildbände regionaler Autoren, z.T. regional verlegt und gedruckt • Radfahr-/Wanderkarten eines regionalen Verlages, regional gedruckt 	Förderung der regionalen Wirtschaft	Vorhanden, wird weiter ausgebaut	<ul style="list-style-type: none"> • www.baeckerei-broecker.de • www.kaffeeallianz.de • www.kleineshaus-badessen.de • www.juergen-wietzke.de • www.kreativ-fabrik.com/ • www.king-of-salt.de • www.kultseife.de • www.rasch-verlag.de • www.me-druckhaus.de/verlag.html • www.steinbacher.de

Regionale Lieferanten	Zusammenarbeit mit regionalen Catering-Anbietern bei Veranstaltungen Nach Möglichkeit hierbei Verwendung regionaler und biologischer Produkte.	Förderung der regionalen Wirtschaft	Vorhanden, Ausbau geplant	
Lokaler Einkauf	Materialien werden grundsätzlich lokal eingekauft (max. 150 km Umkreis)	Spart CO2, fördert regionale Wirtschaft	Vorhanden	

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
Energiesparmaßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Heizen nicht über 20° als Richtlinie • Bei Neuanschaffung geht Energieeffizienz vor Preis • Reduktion der Beleuchtung wenn möglich und außerhalb der Öffnungszeiten • Tageslichtnutzung wenn möglich • Temperaturabsenkung in der Nacht 	Energieeinsparung, messbar über Verbrauchszahlen	vorhanden	
Energiesparmaßnahmen	Energiespar-Richtlinien für den Arbeitsplatz wurden eingeführt (Herunterfahren der PCs, Effizienzeinstellungen für Drucker/Kopierer, Nutzung von Tageslicht, effizientes Heizen und Lüften)	Energieeinsparung, messbar über Verbrauchszahlen	vorhanden	

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
Abfallreduktion	Konsequente Mülltrennung in Büros und Küchen	Reduktion der Restmüllmenge	Vorhanden	
Ressourcenschonung	Papier, Umschläge, Toilettenpapier aus Recyclingpapier Druckerpapier mit Blauem Engel-Zertifikat Briefpapier und Visitenkarten werden seit 2013 auf Recyclingpapier gedruckt	Einsparungen von Wasser, CO2, Holz	vorhanden	
Ressourcenschonung	Standardmäßig doppelseitiger schwarz-weiß Druck	Einsparung von Papier, messbar in Bestellmenge	Vorhanden	
Ressourcenschonung	Schriftverkehr (z.B. Buchungsbestätigungen) erfolgt standardmäßig digital, per E-Mail	Einsparung von Papier, messbar in Bestellmenge	Vorhanden	
Ressourcenschonung	Elektrofahrrad für Dienstreisen steht allen Mitarbeiter/-innen zur Verfügung	CO2-Einsparung	Vorhanden	
Ressourcenschonung	Kleine Drucker in den Büros wurden abgeschafft, stattdessen ein zentrales Multifunktionsgerät pro Etage, neues Gerät in der Tourist Information wird mit umweltfreundlichen Wachsfarben betrieben	Energieeinsparung	vorhanden	
Ressourcenschonung	Schrittweise Umstellung auf papierarmes Arbeiten	Einsparungen von Wasser, CO2, Holz	vorhanden	

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
Soziale Verantwortung	2012 wurde ein integrativer Arbeitsplatz geschaffen, die Räumlichkeiten wurden barrierefrei umgebaut. Beim Neubau des Gebäudes, in das das Unternehmen im Mai 2013 gezogen ist, wurden alle Bereiche barrierefrei gebaut und gestaltet.	Integration	Vorhanden	
Gesundheitsvorsorge	Mitarbeiter/-innen haben die Möglichkeit, vergünstigt Fitnessstudios, Schwimmbäder und weitere Sporteinrichtungen über eine Mitgliedschaft bei „Hansefit“ zu nutzen (22,50 Euro/Monat)	Gesundheitsvorsorge	Vorhanden	www.hansefit.de
Nachhaltige Mobilität	Mitarbeiter/-innen können eine vergünstigte Mitgliedschaft beim Osnabrücker CarSharing „Stadtteilauto“ abschließen (inkl. Nutzung von 10 Elektroautos)	CO2-Reduktion, finanzielle Einsparung für den einzelnen	Vorhanden	www.stadtteilauto.info

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
Interkulturelle Veranstaltungen	Unterstützung von unterschiedlichen Veranstaltungen zur Förderung der interkulturellen Kommunikation	Besucherzahlen der einzelnen Veranstaltungen		www.morgenland-festival.com www.osnabrueck.de/69173.asp www.onebillionrisingosnabrueck.wordpress.com/ www.osnabrueck.de/69184.asp

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
Kommunikation	Maßnahmen im Projekt „Grün tagen in Osnabrück“ werden auf der Internetseite kommuniziert	Sensibilisierung von Veranstalter, Anbieter, Tagungsteilnehmern	Vorhanden	www.gruen-tagen.de

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
fairpflichtet	Freiwillige Selbstverpflichtung wurde als eines von vier Mindestkriterien für Teilnehmer am Netzwerk „Grün tagen in Osnabrück“ eingeführt, außerdem selbst unterzeichnet	Sensibilisierung der Kooperationspartner	Vorhanden	www.gruen-tagen.de

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
Mobilität	Das Osnabrücker Veranstaltungsticket der DB zur Anreise nach Osnabrück zu einem Sonderpreis wird Tagungsteilnehmern und Geschäftspartnern aktiv angeboten.	Die Anzahl an gebuchten Tickets soll insgesamt für Osnabrück im Jahr 2014 um 50% gesteigert werden	2014	http://www.osnabrueck.de/tagungsservice/11081.asp
Sensibilisierung	Für Mitarbeiter wurden zwei Sprintspartrainings angeboten	Individueller finanzieller Nutzen, CO2-Einsparung	2008, 2012	
Kommunikation	Sensibilisierung der Mitarbeiter durch Gründung eines Öko-Teams im Betrieb	Kontinuierliche Kommunikation	Vorhanden	
Mobilität	Eigenes Produkt „KulturKarte“ in Zusammenarbeit mit Stadtwerken und Museen	Wird aktiv in der Tourist Information und im Tourismus- und Tagungsservice angeboten	Vorhanden	www.osnabrueck.de/kulturkarte

Firmierung	Berichtszeitraum	Datum
Osnabrück – Marketing und Tourismus GmbH Bierstraße 22-23 49074 Osnabrück	1.2.2013-31.1.2014	23.1.2014

Verantwortliche Person	E-Mailadresse	Telefonnummer
Christine Rother	rother.c@osnabrueck.de	0541 323-3074