

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** Leit motive:



fairpflichtet Leitmotiv:
6 • 7



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



fairpflichtet Leitmotiv:
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	Nachhaltige Ausrichtung im Rahmen fünf ausgewählter SDGs	Maßnahmenplanung im Rahmen der SDGs sowie stetiger Weiterentwicklungsprozess	2023/2024	
Nachhaltigkeitsphilosophie	Nachhaltigkeit wird in das Unternehmensleitbild aufgenommen	Als eine von vier Säulen des Unternehmensleitbild wird Nachhaltigkeit fest in die Unternehmensprozesse verankert	2024	

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
Vorbildfunktion	<ul style="list-style-type: none"> für Öffentlichkeit/Kommune im Bereich B2B (Veranstalter, Lieferanten, Dienstleister) intern (Mitarbeiter: Innen) 			
Netzwerken	<ul style="list-style-type: none"> Austausch und Kooperationen zum Thema Nachhaltigkeit für ein besseres Miteinander und ein gemeinsames Lernen 			

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	Regionales Cateringangebot im Gastronomiebereich vorhanden sowie bio- und fairtrade-Angebot von Kaffee, Tee , etc.	nachfrageabhängig, Sensibilisierung der Gäste und Mitarbeitenden	Vorhanden; der Anteil des Einsatzes regionaler Produkte wird schrittweise erhöht.	
Regionale Lieferanten und Dienstleister	<ul style="list-style-type: none"> Catering-Partner Büroausstattung Druckerzeugnisse (möglichst auf recyceltem Papier) Gebäudereinigung Personaldienstleister (im Bereich Technik, Gastronomie, Sicherheitsdienst, Einlass- und Ordnungspersonal) Wäscherei (Tischwäsche, Servietten, Dienstkleidung, etc.) 	Spart CO ₂ , und fördert regionale Wirtschaft	Vorhanden	
Mehrweg-Kampagne	<ul style="list-style-type: none"> Finanzielle Unterstützung von Kleinstbetrieben, die nicht unter die gesetzliche Mehrwegangebotspflicht fallen Mehrwegangebotspflicht bei Eigenveranstaltungen 	Reduktion des Müllaufkommens und Beitrag zur Kreislaufwirtschaft	Vorhanden, sukzessiver Ausbau	https://www.marketingosnabrueck.de/mehrweg/#:~:text=Mit%20dem%20F%C3%B6rderprogramm%20E2%80%9EOsnabr%C3%BCck%20geht,%20f%C3%BCr%20Mehrweggeschirr%20Systeme%20unterst%C3%BCtzen

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
Umgang mit Risiken	Risikomanagement Sicherheitskonzept Schonender Umgang mit Ressourcen (vorhandene und neue) Hygienekonzept	Sicherung der langfristigen Stabilität des Unternehmens	Laufend erneuert Vorhanden Vorhanden	
Nachhaltigkeitsfonds	Einrichtung eines internen Nachhaltigkeitsfonds zur Sensibilisierung für nachhaltiges Kaufverhalten			

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
Energie	<p>Senkung des Energieverbrauchs, Einsatz erneuerbarer Energien</p> <ul style="list-style-type: none"> • Heizen der Veranstaltungsräume nicht über 20°C (als Standardeinstellung) • Einsatz von Pufferspeichern für die Kälte, um bei kleinen Mengen auf diese zurückgreifen zu können • Einsatz energieeffizienter Geräte • Aufforderung der MA zum Stromsparen (Licht ausschalten während Abwesenheit etc.) • Tageslichtnutzung • Verwendung von Sonnenschutz zur Verschattung der Räume • Nutzung von Ökostrom • Beleuchtung i.d.R. mit energiesparenden LED-Leuchtmitteln (außer Showlicht) • Einsatz von Bewegungsmeldern/Zeitschaltuhren für sparsameren Verbrauch • Verringerung des Wärmeverlustes durch 3-fach-Verglasung 	<ul style="list-style-type: none"> • 100% Ökostrom (nicht beim Heizen mit Gas) 	<ul style="list-style-type: none"> • Reduzierung laufend erhöhen 	
Energie	<ul style="list-style-type: none"> • Photovoltaik-Anlage • Überarbeitung des Energieberichts und langfristige Maßnahmenplanung 	<ul style="list-style-type: none"> • Deckung des eigenen Energieverbrauchs in der OsnabrückHalle 	<ul style="list-style-type: none"> • vsl. 2024 	

Wassermanagement	Senkung des Wasserverbrauchs <ul style="list-style-type: none"> Wassersparende Armaturen im Sanitärbereich Wassersparende Spülkästen 	Reduzierung des Wasserverbrauchs	Laufend verbessern	
Beschaffung	<ul style="list-style-type: none"> Einkauf von möglichst regionalen/lokalen Produkten Verwendung von Recyclingpapier Zusammenarbeit mit einem bio-zertifizierten Caterer Nach Möglichkeit Weitergabe von übergebliebenen Speisen an Tafel, Wärmestube und Diakonie Siegelbasierter Beschaffungsleitfaden 	CO2-Einsparung Sensibilisierung und CO2-Einsparung	Vorhanden Mai 2024	
Abfallreduktion	Überarbeitung des Abfallkonzepts	Reduktion der Restmüllmenge und Verbesserung des Wertstoffkreislaufs	2024/2025	
Ressourcenschonung	Papier, Umschläge, Toilettenpapier aus Recyclingpapier, Drucker-Recyclingpapier	Einsparung von Wasser, Holz, CO2	Vorhanden	
Digitalisierung	Schriftverkehr (z.B. Buchungsbestätigungen, Verträge, etc.) erfolgt standardmäßig digital, per E-Mail	Einsparung von Wasser, Holz, CO2	Vorhanden	
Ressourcenschonung	Bilanzierung von Treibhausgasen (Green house gas protocol)	Monitoring und mittelfristige CO2-Einsparung	Vorhanden; sukzessive Ausweitung	

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
Qualifikation und Weiterbildung	<ul style="list-style-type: none"> Meisterkurse für Veranstaltungstechniker Ständige Fortbildung und Qualifizierung der Mitarbeitenden 	Seit 2011 werden Entwicklungsmaßnahmen ergriffen und fortgesetzt.	Vorhanden	
Ausbildung	<ul style="list-style-type: none"> Wir bilden Verkaufskaufleute, Veranstaltungstechniker und Fachkräfte für Restaurants- und Veranstaltungsgastronomie aus Anhänger der Ausbildungsinitiative 100pro IHK TOP Ausbildungsbetrieb zertifiziert 		Vorhanden	
Familienfreundlichkeit	<ul style="list-style-type: none"> Bewerbung zur Zertifizierung „Familienfreundlicher Arbeitgeber“ 	Maßnahmenerweiterung durch z.B. Notfallbetreuung oder Angebote wie „Fit für den Start“	vsl. September 2024	https://familienbuendnis.osna-brueck.de/de/themen/familienfreundliche-arbeitgeber/
Vereinbarkeit von Beruf, Privatleben und Familie	<ul style="list-style-type: none"> Flexible Arbeitszeiten zur besseren Vereinbarkeit von Beruf, Privatleben und Familie bei entsprechender Tätigkeit und Berücksichtigung der dienstlichen Belange möglich Verschiedene Teilzeitmodelle 		Vorhanden	

Personalpolitik	<ul style="list-style-type: none"> Ausbildung für den eigenen Bedarf (in der Vergangenheit konnte ein Großteil der ausgebildeten Veranstaltungskaufleute und -techniker in ein Anstellungsverhältnis übernommen werden) 	Entwicklungsmaßnahmen werden ergriffen und stetig weiterentwickelt	Vorhanden	
Gesundheitsvorsorge	<ul style="list-style-type: none"> Mitarbeitende haben die Möglichkeit, vergünstigt Fitnessstudios, Schwimmbäder und weitere Sporteinrichtungen über eine Mitgliedschaft bei „Hansefit“ zu nutzen (23,50 Euro/Monat) Gehör- und Sehtests Schulungen zum Heben/Tragen Regelmäßige arbeitsmedizinische Untersuchungen, Beratung und Impf-Angebot durch einen Betriebsarzt Betriebliches Eingliederungsmanagement zur Förderung und zum Erhalt der Gesundheit 	Krankheitstage der Mitarbeitenden liegt unter dem Durchschnitt	Vorhanden	www.hansefit.de
Nachhaltige Mobilität	<ul style="list-style-type: none"> durch die zentrale Lage können die Arbeitsorte meist zu Fuß, per Rad oder mit den öffentlichen Verkehrsmitteln erreicht werden Mitgliedschaft bei StadtTeilAuto (CarSharing) Teilnahme an Aktion „Mit dem Rad zur Arbeit“ oder „Stadttradeln“ JobTicket und Dienstrad-Leasing möglich 	CO2-Reduktion, finanzielle Einsparung für den einzelnen	Vorhanden	https://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
Fairer Handel	<ul style="list-style-type: none"> Angebot von fair gehandelten und Bio-Produkten im Cateringbereich (u.a. Kaffee, Tee, etc.) Zusammenarbeit mit regionalen Partner (z.B. HHO) für Produkte in der Tourist-Information 		Vorhanden	
Integration	Barrierefreie Räume und Zugänge in OsnabrückHalle <ul style="list-style-type: none"> Re-Zertifizierung Barrierefreiheit 2023/2024 barrierefreier Zugang leichtes Bedienen der Fahrstühle für Rollstuhlfahrer, akustische Signale für sehingeschränkte Personen Rampen im Erdgeschoss Behinderten-WC-Anlagen rollstuhlfahrergerechte Gastronomie-Theke, Kontraststreifen auf den Treppenstufen, uvm. Rolli-Podeste bei Konzerten & Shows 		Vorhanden	

Integration	Optimierung des barrierefreien Angebotes, dafür aktive Teilnahme an der anbieterübergreifenden Arbeitsgruppe „Barrierefreier Tourismus“	Maßnahmen werden kontinuierlich weiterentwickelt	Vorhanden	
Spendenpatenschaften	Jährlich wechselnde (NPO-) Partner im Rahmen des Spendenengagements der mO.	Sensibilisierung sowie soziale/ kulturelle Teilhabe ermöglichen	Vorhanden	
Interkulturelle Veranstaltungen	Unterstützung von unterschiedlichen Veranstaltungen zur Förderung der interkulturellen Kommunikation	Messbar an Besucherzahlen der einzelnen Veranstaltungen		
Inklusion	Angebot von Ausbildungs- und Praktikumsplätzen für beeinträchtigte Menschen		Vorhanden	
Menschenrechte	Teilnahme am Projekt „One Billion Rising“	Ausstellung im Foyer	Wurde durchgeführt	

CSR	<ul style="list-style-type: none"> • Überarbeitung der Vergaberichtlinien • von allen Bewerbenden sowie Partnern, Lieferanten und Dienstleistenden sollen klare Statements zu den Themen Dumpinglöhne, Schwarzarbeit, Inklusion und Migration abgegeben werden. Vertragsabschlüsse sollen nur erfolgen, wenn die Anbieter diese Themen nachweislich in ihrem Verhalten beachten. Eine Abfrage dieser Themen soll fester Vertragsbestandteil unserer Kooperationen werden. Mit Anbietern, die dem nicht entsprechen, werden Verträge abgelehnt. Eine Überprüfung soll jährlich stattfinden, um eine Vertragsverlängerung oder ein Vertragsende vorbereiten zu können. 		In Planung; vsl. 2024/ 2025	
Compliance	Compliance-Katalog		Seit 01.11.2015 vorhanden	

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	<ul style="list-style-type: none"> Maßnahmen werden offen kommuniziert. Überarbeitung des Reiters „Nachhaltigkeit“ auf der Webseite für mehr Sichtbarkeit ; nicht nur für Veranstaltende 	Sensibilisierung von Gästen und Mitarbeiter:innen	Vorhanden Vsl. Sommer 2024	https://www.osnabrueckhalle.de/nachhaltigkeit/#:~:text=Alle%20Tagungsraum%20mit%20Ausnahme%20des,Beleuchtung%20i.d.R.%20%BCber%20LED.
Kommunikation	Einführung der „We believe in-Kampagne“ 2022	Offenlegung der Werte der mO.	Vorhanden	https://www.marketingosnabrueck.de/ueber-uns/unternehmensphilosophie/

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
Unternehmensrichtlinien	Einführung und Kommunikation des Leitfadens „fairpflichtet“	Implementierung/Übernahme in Unternehmensphilosophie	2011 eingeführt	
Unternehmensleitbild	„Nachhaltigkeit“ als fester Bestandteil des Unternehmensleitbildes	Verankerung des Themas Nachhaltigkeit auf allen unternehmerischen Ebenen	2024	
Strategieentwicklung	Selbstverpflichtung im Rahmen der Maßnahmenplanung anhand der SDGs	Individuelle Maßnahmenentwicklung und fortlaufende Überprüfung	2024	

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	<ul style="list-style-type: none"> Mitgliedschaft bei StadtTeilAuto (CarSharing) Teilnahme an Aktion „Mit dem Rad zur Arbeit“ oder „Stadtradeln“ JobTicket und Fahrradleasing möglich Firmeneigenes Lastenrad für Besorgungen o.Ä. Angebot DB-Veranstaltungsticket Planung eines ÖPNV-Veranstaltungsticket für Besuchende der OsnabrückHalle 	Reduzierung der CO2-Emissionen	Vorhanden, wird weiter ausgebaut	https://www.osnabrueck.de/fileadmin/user_upload/Informationen_zum_Veranstaltungsticket_Osnabr%C3%BCck.pdf https://www.tagungsservice-osnabrueck.de/service/anreise/
Ökonomie	<ul style="list-style-type: none"> Einrichtung eines internen Nachhaltigkeitsfonds zur Sensibilisierung für nachhaltiges Kaufverhalten 	Förderung nachhaltiger Kaufentscheidungen	Vorhanden	

Firmierung	Berichtszeitraum	Datum
Marketing Osnabrück GmbH Schlosswall 1-9 49074 Osnabrück	Frühjahr 2024 bis Frühjahr 2026	05.03.2024

Verantwortliche Person	E-Mailadresse	Telefonnummer
Jelka Aehlen	j.aehlen@marketingosnabrueck.de	+49 541 323 4574