

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
Organisation	Gründung eines Umweltteams und Ernennung eines Nachhaltigkeitsbeauftragten zur kontinuierlichen Verfolgung des Themas	[]	Januar 2010	[]
Fortschrittsbericht	Erstellung eines Fortschrittsberichts zur Dokumentation der Arbeit zur Nachhaltigkeit. Kontinuierliche Fortschreibung des Berichtes.	[]	Mai 2017	www.mainzplus.com www.fairpflichtet.de
Leitlinien	Erstellung von Umweltleitlinien für (damals) Congress Centrum Mainz. Ab 2013 Ausdehnung auf alle Bereiche von mainzplus CITYMARKETING: Behandlung der Themen: Selbstverpflichtung, Beschaffung, Ressourcenverbrauch, Öffentlichkeitsarbeit, kontinuierliche Verbesserung, soziales Engagement, Mitarbeiterförderung, Entsorgung	Aushang in der Rheingoldhalle (Verwaltung)	2010, ab 2013 mit neuem Logo	www.mainzplus.com

Kommunikation	<p>Interne Kommunikation: Poster, Mitarbeiterbriefe, Mitarbeiterveranstaltungen</p> <p>Externe Kommunikation: Internet, Ökoprofit, fairpflichtet, Meeting Experts Green Award, Kundenberatung</p>	Ausbildung zu Nachhaltigkeitsberatern	Fortlaufend seit 2010	www.mainzplus.com www.fairpflichtet.de www.meeting-experts-award.de www.mainz.de
Kodex	Etablierung des Corporate Governance Kodex der Stadt Mainz in die Unternehmensprozesse 		Juli 2013	Corporate Governance Kodex www.mainz.de

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
Angebot	<p>Green Meeting als fester Bestandteil der Unternehmenskommunikation und des Angebotes von Mainz Congress: Leitfaden für nachhaltige Veranstaltungen, nachhaltige Tagungsunterlagen und Transportmittel, Congresscard plus, Angebot von nachhaltigem Catering, Beratung</p> <p>Im Bereich Tourismus: u.a. Angebot von fairtrade Schokolade im Souvenirbereich.</p>	[]	Seit 2011	www.mainzplus.com
Schulung	<p>Inhouse-Seminar „Weiterbildung zum Nachhaltigkeitsberater“ für 16 Mitarbeiter</p> <p>Weitere Schulungen erforderlich durch Fluktuation.</p>	Bessere Beratungsqualität und Identifikation mit dem Thema	Juli 2013	[]
Öffentlichkeitsarbeit	<p>Kontinuierliche Pressearbeit zum Thema Werbung auf dem Ökoprofit-Bus Ausrichter der greenmeetings und events Konferenz 2011 Fairpflichtet</p>	Eindeutige Wahrnehmung von mainzplus als Unternehmen, das sich im Rahmen seiner Möglichkeiten für	Seit 2011 2012	www.mainzplus.com www.mainz.de www.greenmeetingsund-events.de www.meeting-experts-

	Nominee des Meeting Experts Green Award 2013 und 2017 Homepage 	nachhaltiges Handeln einsetzt	2013, 2017	award.de www.fairpflichtet.de
--	--	----------------------------------	------------	--

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
Beschaffung	<p>Nutzung des Einkaufssystems der Stadt Mainz mit regionalen Lieferanten und überwiegend ökologisch verträglichen Produkten.</p> <p>Berücksichtigung nachhaltiger Aspekte und Labels beim Einkauf wie Blauer Engel, FSC, Fair Trade etc.</p> <p>Einkaufsrichtlinien</p>	Einkaufsrichtlinien	<p>Seit 2011</p> <p>2014</p>	TEK-System der Stadt Mainz mit persönlichem Login
Kommune	Unterstützung der Stadt Mainz auf dem Weg zur Fairtrade-Stadt; Teilnahme am Ökoprofit-Klub.		Seit 2011	www.mainz.de
Personal	Personaldienstleister aus der Region	Stärkung der regionalen Wirtschaft, kurze Anfahrtswege	Schon immer	Seco Security
Soziales Engagement	<p>Aufruf zu Spenden für Osteraktion in der Kinderkrebstation</p> <p>Jährliche Teilnahme an MUMM (Mainzer Unternehmen machen mit) und Firmenlauf zur</p>		<p>Feb 2013</p> <p>Seit 2014</p>	

	Unterstützung sozialer Projekte Briefmarken sammeln für Bethel		2017	

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
Energie	<p>Photovoltaik-Anlage auf dem Dach der Rheingoldhalle –Einspeisung von Energie in das öffentliche Netz</p> <p>Entkoppelung der Klimatisierung/ Lüftung der Verwaltung von der Rheingoldhalle; dadurch erhebliche Energieeinsparungen</p> <p>Umstellung auf LED Beleuchtung wo möglich</p>	<p>Jahresproduktion von 123.000 kWh/ Jahr, das entspricht dem Jahresbedarf von ca. 30 Haushalten</p> <p>Einsparung von 24.000 kWh/ Jahr</p>	<p>2011</p> <p>2014</p>	<p>[]</p>
[]	[]	[]	[]	[]

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>Bezug von Ökostrom für alle Häuser</p> <p>Seit 2010 kontinuierliche Erfassung aller Verbräuche von Energie, Wasser und Abwasser mittels Ökoprot-Arbeitsblätter</p> <p>Umrüstung auf LED-Beleuchtung in Rheingoldhalle, Schloss und Frankfurter Hof wo möglich</p> <p>Optimierung Stromverbrauch der LCD-Bildschirme (Besucherleitsystem)</p>	<p>Reduktion der CO2 Bilanz</p> <p>kontinuierlich</p>	<p>2011</p> <p>Seit 2010</p> <p>Größere Investitionen können nur vom Gebäudeeigner getätigt werden – mainzplus CITYMARKETING ist Pächter.</p>	
Wasser	<p>Umstellung auf wasserlose Urinale im Altbau</p> <p>Abschaffung der Warmwasserboiler in der Rheingoldhalle</p> <p>Einleitung von unverbrauchtem Prozesskühlwasser in den Rhein</p> <p>Einsatz von Wasserspartasten</p>		<p>2012</p>	

Büro	Doppelseitiger Druck als Standardeinstellung Recycling-Papier Steckerleisten an allen PC-Arbeitsplätzen bei mainzplus		2012	
Abfall	Optimierung des Abfallmanagements in der Rheingoldhalle durch Einführung von Gelbem Sack in Büros und bei Veranstaltungen Optimierung der Abfuhrzyklen Einsatz von Mehrwegverpackungen wo möglich Anschaffung von Airblades anstatt Stoffhandtücher	Reduzierung der Müllkosten von 2009 bis 2012 um 50 %	2010 2014	

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
Ausbildung	Intensivierung des Dialogs mit IHK und Berufsschule zur besseren Zusammenarbeit Einführung von Azubi-Patenschaften Präsenz auf Azubi-Messen zur Bekanntmachung unserer Ausbildungsberufe Initiator von 100PRO – Die Ausbildungsinitiative der Veranstaltungswirtschaft Nominee des Meeting Experts Green Award 2017 für das Ausbildungskonzept	Sehr guter Notenschnitt der Azubis, keine Ausbildungsabbrecher.	2013 2017	www.mainzplus.com www.100pro.com www.meeting-experts-award.de
Mitarbeiter	Regelmäßige Schulungsangebote zur Fort- und Weiterbildung, Besuch von Branchenkongressen und messen Angebot für vergünstigte ÖPNV-Tickets und Fitness-Studio, kostenloser Parkplatz Vertrauensarbeitszeit, flexible			Sicherheitsschulung Erste Hilfe Datenschutz

	Arbeitszeitgestaltung			
[]	[]	[]	[]	[]
[]	[]	[]	[]	[]

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
Demografie	Rheingoldhalle ist barrierefrei, Blindenleitfaden im Foyer Behindertengerechter Umbau des Brückenturms/ Zugang zum Tourist Service Center Mainz		Herbst 2013	
Kodex	Etablierung des Corporate Governance Kodex der Stadt Mainz in die Unternehmensprozesse. Dadurch Sicherstellung der Grundsätze von Ethik, Moral und Toleranz. 		2013	www.mainz.de
[]	[]	[]	[]	[]
[]	[]	[]	[]	[]

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	Darlegung der Arbeit von mainzplus CITYMARKETING auf www.mainzplus.com Interne Kommunikation – siehe oben	[]	[Seit 2011]	www.mainzplus.com

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>Kontinuierliche Arbeit am Umweltprogramm und regelmäßiger Austausch mit den Projektverantwortlichen.</p> <p>Ausdehnung des Themas auf die Bereiche Kultur und Tourismus, dadurch weitere Verbreitung.</p> <p>Nachhaltigkeit wird als Prozess gesehen, der niemals abgeschlossen ist.</p>		Seit 2010	

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
Kunden	Beratung der Kunden zum Thema Green Meetings	[]	Seit 2012	[]
Partner]	Empfehlung von „fairpflichtet“ als Einstieg ins Thema Mainz ist fairtrade-Stadt. Nächster Schritt wäre Green Meetings Destination.]]]	Seit 2013]]]
Mitarbeiter]	Regelmäßige Mitarbeiterbriefe zum Thema Nachhaltigkeit – zum einen über Fortschritte im Unternehmen, zum anderen Tipps für zuhause. Von 2014 bis 2017 Teilnahme am Stifte-Sammel-Programm von Terra Cycle. Wurde wegen zu geringer gesammelter Menge eingestellt.]	[]	Seit 2011]	[]

Erläuterungen zum Fortschrittsbericht

|

Firmierung	Berichtszeitraum	Datum
Mainzplus CITYMARKETING, Rheinstraße 66, 55116 Mainz		23.05.2017

Verantwortliche Person	E-Mailadresse	Telefonnummer
Antje Münsterberg	a.muensterberg@mainzplus.com	06131 242 121