

WIRKUNG

NACHHALTIG

GESTALTEN

Nachhaltigkeitsbericht 2018



Deutscher
NACHHALTIGKEITS
Kodex
Berichtsjahr 2017



expopartner

WIR GESTALTEN WIRKUNG

INHALT

ALLGEMEINE INFORMATIONEN	3
VORWORT	4
STRATEGIE	
1 Analyse und Maßnahmen	5
2 Wesentlichkeit	6
3 Ziele	7
4 Wertschöpfungskette	9
PROZESSMANAGEMENT	
5 Verantwortung	10
6 Regeln und Prozesse	10
7 Kontrolle	10
8 Anreizsysteme	11
9 Beteiligung der Anspruchsgruppen	12
10 Produkt- und Innovationsmanagement	13
UMWELT	
11 Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen	14
12 Ressourcenmanagement	17
13 Klimarelevante Emissionen	17
GESELLSCHAFT	
14 Arbeitnehmerrechte	20
15 Chancengleichheit	21
16 Qualifizierung	23
17 Menschenrechte	24
18 Gemeinwesen	26
19 Politische Einflussnahme	26
20 Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten	27

ALLGEMEINE INFORMATIONEN

ANGABEN ZUM UNTERNEHMEN

Unternehmensname: expopartner GmbH

Berichtsjahr: 2018

Leistungsindikatoren-Set: GRI Standards

Prüfung durch Dritte: Nein

**Berichtspflichtig im Sinne
des CSR-Richtlinie-
Umsetzungsgesetz:** Nein

Kontakt: Sabine Andreas | Senior Communications Manager
Steinmühlenwg 4 | 65439 Flörsheim am Main
T. +59 (0) 6145.599 77.82 | sabine.andreas@expopartner.de
www.expopartner.de

Kennzahlen

- Angestellte: 61
- Standorte: Flörsheim am Main und Berlin
- Umsatzerlöse 2017: 11,19 Mio Euro
- Branchenschwerpunkt: Pharma- und Healthcare
- 369 Veranstaltungen, 369 in Deutschland, 35 im europäischen Ausland
- bebaute Standfläche: 14.814 Quadratmeter

ANGABEN ZUM GEHÄFTSZWECK

expopartner ist spezialisiert auf Live- und Brand-Kommunikation für die Pharma- und Healthcare-Industrie, schwerpunktmäßig in Deutschland. Dabei decken wir das ganze Leistungsspektrum ab - von der Beratung über die Kreation bis zur Umsetzung der Markenauftritte.

Dazu gehören:

- Kongress- und Messestände
- Tagungen und Events
- Ausstellungen und Exponate
- digitale und analoge Kommunikationsmaßnahmen

VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser,

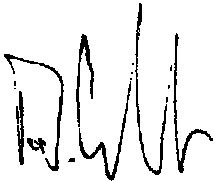
als mittelständische Agentur ist die wirtschaftliche Leistung für uns maßgeblich. Erst der ökonomische Erfolg ermöglicht es uns, hohe soziale und ökologische Standards zu erfüllen. Zugleich ist uns bewusst, dass die Steigerung wirtschaftlicher Leistung vor allem in unserem Kerngeschäft Messen, Kongresse und Veranstaltungen einen höheren Ressourceneinsatz erfordert. Mit diesem verantwortungsbewusst umzugehen und ihn verträglich zu gestalten, ist wesentlich für unseren Erfolg.

Seit 2011 sind wir im UN Global Compact und bekennen uns ausdrücklich dazu, die Umsetzung der darin festgelegten zehn Prinzipien zu Menschenrechten, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung zu unterstützen und weiter voranzutreiben. Über unsere Fortschritte in der Umsetzung dieser zehn Prinzipien berichten wir jährlich.

2018 haben wir unsere Berichterstattung umgestellt und richten Sie am **Deutschen Nachhaltigkeitskodex** und dem **Leistungsidnikatoren-Set GRI-Standards** aus.

Was wir bisher erreicht haben und welche Ziele wir uns für die Zukunft setzen, fasst der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht zusammen.

Mit besten Grüßen



Andreas Weber
Managing Director | Partner



Gerald Ambrozus
Managing Director | Partner

STRATEGIE

1 Analyse und Maßnahmen

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Unser Claim „Wir gestalten Wirkung“ bringt unser Selbstverständnis eines verantwortungsvollen und messbaren Umgangs mit den Auswirkungen unseres Handelns auf den Punkt. Als mittelständische Agentur ist die wirtschaftliche Leistung für uns maßgeblich.

Die Basis für ökonomischen Erfolg bilden für uns ein engagiertes Team, ressourcenschonende Produktion und etablierte Kundenbeziehungen, die hohe soziale Standards und Compliance erfordern.

Ökonomischen Erfolg gesellschaftlich und ökologisch nachhaltig zu gestalten ist in unserer Unternehmensstrategie fest verankert.

Wir haben drei Bereiche identifiziert, in denen wir die Chance sehen durch nachhaltiges Wirken unseren Geschäftserfolg insgesamt zu verbessern:

- Förderung und Qualifizierung der Mitarbeiter*innen in einem gesunden, motivierenden Arbeitsumfeld
- Ressourcenschonende Produktion und Umsetzung von nachhaltigen Konzepten für Veranstaltungen und Messen
- Verlässliche, compliance-konforme Zusammenarbeit mit unseren Kunden auf Basis der hohen sozialen und ethischen Standards in der Gesundheitsbranche

MASSNAHMEN ZUR UMSETZUNG DER NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Durch die Ausrichtung des Unternehmens auf die Pharma- und Healthcare-Unternehmen haben wir die Grundvoraussetzung für ein wirtschaftlich, sozial und ökologisch nachhaltiges Geschäftsmodell geschaffen.

Die Branchenfokussierung ermöglicht hohe Synergien im ressourcenintensiven Geschäftsbereich Live-Kommunikation.

Mit der Brand-Kommunikation verlängern wir die Wertschöpfungstiefe nachhaltig, indem wir vor allem im Dienstleistungs- und Beratungsbereich wachsen. Dabei gewinnen kompetente Mitarbeiter*innen an Bedeutung für uns, daher fokussieren wir unsere konkreten Maßnahmen stark auf diesen Bereich

Durch stetige Prozessoptimierung und konkrete Umbaumaßnahmen an unserem Standort im Rhein-Main-Gebiet schaffen wir die Voraussetzungen für eine moderne, umweltschonende Produktion und ein gesundes Arbeitsumfeld.

Seit 2011 sind wir im UN Global Compact und bekennen uns ausdrücklich dazu, die Umsetzung der darin festgelegten zehn Prinzipien zu Menschenrechten, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung zu unterstützen und weiter voranzutreiben. Diese Grundsätze sind ein wesentlicher Teil unserer Unternehmenskultur.

2 Wesentlichkeit

WESENTLICHE AKTIVITÄTEN UND DEREN BEZUG ZU NACHHALTIGKEITSFragen

Gesellschaftliches Umfeld und Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit im Hinblick auf Nachhaltigkeitsaspekte:

Wir sind als Dienstleister in der Kommunikationsbranche für die Pharma- und Healthcare-Branche im deutschen und europäischen Raum tätig. Damit agieren wir in einem Umfeld mit hohen sozialen, gesundheitlichen und rechtlichen Standards.

Unsere Mitarbeiter*innen sind wesentlich für unseren Erfolg. Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels müssen wir uns dem Wettbewerb um gut ausgebildete Fachkräfte stellen.

Wesentlich sind für uns auch die Auswirkungen unseres Kerngeschäfts auf die Umwelt. Unser Tätigkeitsschwerpunkt liegt in der Live-Kommunikation mit Messeauftritten und Veranstaltungen im Jahr.

Hoher Ressourceneinsatz und Emissionen lassen sich für uns nicht vermeiden. Als Ausgleich versuchen wir ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit soweit wie möglich in Einklang zu bringen.

Folgende Aktivitäten sind für uns in Bezug auf Nachhaltigkeit wesentlich:

Mitarbeiter*innen:

Als Unternehmen können wir nur erfolgreich sein, wenn motivierte Mitarbeiter*innen unseren Weg in die Zukunft mitgestalten und begleiten. Dabei setzen wir auf ein gesundes Arbeitsumfeld, ermöglichen ein hohes Maß an Flexibilität, flache Hierarchien und kurze Kommunikationswege und unterstützen unsere Mitarbeiter*innen dabei, den steigenden Anforderungen der immer komplexer werdenden Kommunikationsbranche gerecht zu werden.

Umwelt:

Wesentlich sind für uns die Auswirkungen unseres Kerngeschäfts auf die Umwelt. Durch Produktion und Logistik verbrauchen wir Ressourcen, produzieren Abfall und stoßen CO₂ aus. Wir versuchen, wo möglich, dagegen zu steuern, indem wir erneuerbare Energien nutzen, auf Wiederverwendung setzen und Klimaschutz fördern.

Unternehmerische Verantwortung:

Geschäftlicher Erfolg basiert auf hohen ethischen Standards. Die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben, Richtlinien und Standards ist für uns in einem stark regulierten Branchenumfeld selbstverständlich.

Wir verknüpfen diese Aktivitäten im Hinblick auf soziale und ökologische Fragen mit Chancen und Risiken:

Mitarbeiter*innen:

- Risiken: Fachkräftemangel, Wandel der Arbeitswelt
- Chancen: Kompetenzen fördern, hohe Arbeitgeberattraktivität

Umwelt:

- Risiken: Ressourcenverbrauch, Emissionen
- Chancen: Wiederverwendung, Klimaschutz

Unternehmensverantwortung:

- Risiken: Compliance
- Chancen: nachhaltige Lieferkette, Gemeinwohl fördern

Tabelle 1: Wesentlichkeitsmatrix

<i>Bedeutung für interne Stakeholder / externe Stakeholder</i>	<i>Mittel (intern)</i>	<i>Hoch (intern)</i>	<i>Sehr hoch (intern)</i>
<i>Sehr hoch (extern)</i>		Compliance	Kompetente Mitarbeiter
<i>Hoch (extern)</i>	Gemeinwohl fördern	Nachhaltige Lieferkette	Ressourcenschonende Produktion
<i>Mittel (extern)</i>			Hohe Arbeitgeberattraktivität

3 Ziele

LANGFRISTIGE ZIELE

Wir verfolgen längerfristige qualitative und quantitative Ziele für unsere Nachhaltigkeitsmaßnahmen.

Tabelle 2: Qualitative und quantitative Ziele für Nachhaltigkeitsmaßnahmen

<i>Zielbezeichnung</i>	<i>Format</i>	<i>Priorität</i>	<i>Zeitraumen</i>	<i>Operationalisierung</i>	<i>Kontrolle</i>
<i>Mitarbeiterqualifikation</i>	Qualitativ	Hoch	2018 bis 2020	_Fortbildungsangebote _Wissenstransfer	_Anzahl an Fortbildungsmaßnahmen _Ausbau interne Kommunikationsplattformen
<i>Ressourcenschonende Produktion</i>	Quantitativ	Hoch	fortlaufend	_Wiederverwendungsgrad	_Holzverbrauch/Standfläche _Optmierung der Produktion
<i>Nachhaltige Lieferkette</i>	Qualitativ	Hoch	2020	_Konzept	_Lieferantenkodex

Die Priorisierung der Ziele erfolgt nach folgenden Kriterien:

- Stakeholder: Kunden
- Stakeholder: Mitarbeiter*innen
- Kosten
- Ökologische Nachhaltigkeitskriterien
- Ökonomische Nachhaltigkeitskriterien
- Soziale Nachhaltigkeitskriterien

Wir ordnen die Ziele vor dem Hintergrund der gesellschaftlichen Herausforderungen folgendermaßen ein:Mitarbeiter*innen:

Gut ausgebildete, kompetente Mitarbeiter*innen stehen im Mittelpunkt unserer Geschäftstätigkeit. Der generationsbedingte Fachkräftemangel erschwert die Gewinnung neuer Mitarbeiter*innen und kann unseren ökonomischen Erfolg beeinträchtigen. Die gezielte Förderung, Motivation und Kommunikation sorgen wir dafür, dass sich die Menschen bei uns weiterentwickeln und den wachsenden Anforderungen der Kommunikationsbranche gewachsen sind. So schaffen wir ein Arbeitsumfeld, das Entfaltungsmöglichkeiten für alle Generationen bietet.

Ressourcenschonende Produktion:

Wie sich wirtschaftliches Wachstum vor dem Hintergrund von Klimawandel und schwindenden Ressourcen gestalten lässt, ist eine Frage, die uns antreibt. Wir sind daher stets bestrebt, Wachstum nachhaltig zu gestalten und einen bewussten Umgang mit Ressourcen in der Gesellschaft zu fördern. Eine nachhaltige Produktion mit einer hohen Wiederverwendungsrate zahlt sich auch ökonomisch aus und verschafft uns einen Wettbewerbsvorteil bei unseren Kunden.

Unternehmensverantwortung:

Als Unternehmen tragen wir auch gesamtgesellschaftliche Verantwortung. Indem wir soziale Projekte und Bildung fördern, unterstützen wir das Gemeinwohl.

4 Wertschöpfungskette

TIEFE DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Nachhaltigkeit hat für die Wertschöpfung bei uns im Unternehmen eine hohe Bedeutung.

Tabelle 3: Integration der Nachhaltigkeit in die Stufen der Wertschöpfungskette

Stufe der Wertschöpfungskette	Beschreibung	Nachhaltigkeitskriterien
<i>Mitarbeiter*innen-Entwicklung</i>	Konzeption, Kreation und Planung von Markenauftritten, Veranstaltungen und anderen Kommunikationsmaßnahmen	Mitarbeiter*innen
<i>Fertigung und Montage</i>	Konstruktion und Herstellung von Messeständen bzw. Einzelelementen Nutzung von mehrfachverwendbaren Systemen	Ressourcen
<i>Logistik</i>	Transport und Lagerung der für den (Wieder-)Einsatz bestimmten Materialien und Elemente	Emissionen
<i>Produktlebenszyklen</i>	Konsequente Wiederverwendung von Materialien und Elementen	Ressourcen
<i>Entsorgung</i>	Wiederverwertung, Recycling und fachgerechte Entsorgung	Abfallvermeidung

Tabelle 4: Soziale und ökologische Probleme in der Wertschöpfungskette

Stufe der Wertschöpfungskette	Problem	Ansatz
<i>Mitarbeiter*innen-Entwicklung</i>	Qualifikation, Motivation, Wissenstransfer	Weiterbildung, Teamveranstaltungen, interne Kommunikationsmaßnahmen
<i>Fertigung und Montage</i>	Kurze Auf- und Abbauezeiten	Einsatz von Systemen
<i>Logistik</i>	Fahrstrecken unvermeidbar	Synergien durch Branchenfokus viele Kunden auf einer Veranstaltung
<i>Produktlebenszyklen</i>	Kommunikationsinhalte verlieren rasch an Aktualität und müssen neu produziert werden	Vermeehrt auf digitale Inhalte setzen
<i>Entsorgung</i>	Hohe Lagerkosten	Upcycling, Recycling

Kommunikation zum Thema Nachhaltigkeit mit Lieferant*innen und Geschäftspartnern*innen

Wir informieren unsere Lieferant*innen, Geschäftspartner und Kunden regelmäßig über unsere Nachhaltigkeitsstrategie; je nach Relevanz der jeweiligen Stakeholder in Jahresgesprächen, über Reports und Kommunikationskanäle wie Website und Social-Media-Portale.

PROZESSMANAGEMENT

5 Verantwortung

VERANTWORTLICHKEITEN IN DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Operationalisierung der oberste Verantwortung für Nachhaltigkeit

Verantwortlich zeichnet die Geschäftsführung. Über das Leitungsteam werden die relevanten Aspekte der Nachhaltigkeitsstrategie in den Fachabteilungen umgesetzt.

6 Regeln und Prozesse

IMPLEMENTIERUNG DER NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Regeln und Prozesse zur Steuerung der Nachhaltigkeitsstrategie

Als Unternehmen mit überschaubaren Strukturen haben noch wir keine starren Regeln und Prozesse hinsichtlich der Steuerung unserer Nachhaltigkeitsstrategie etabliert.

Die Umsetzung der festgelegten Maßnahmen wird von der Geschäftsleitung und Teamleitungsebene in die Fachabteilungen kaskadiert.

Relevante Unternehmensbereiche in denen diese Steuerung stattfindet sind:

Geschäftsführung, Betrieb, Produktion, Personal, Finanzen, Logistik und Kommunikation

7 Kontrolle

LEISTUNGSINDIKATOREN

Tabelle 5: Bestimmte Leistungsindikatoren ab 2018

<i>Bezeichnung inklusive Einheit</i>	<i>Kennzahl</i>	<i>Bezugsgröße</i>	<i>Leistungsindikator</i>
Holzverbrauch t / Bebaute Standfläche QM	223,00	14.814,00	0,02

Wir gewährleisten Zuverlässigkeit, Vergleichbarkeit und Konsistenz wie folgt:

Wir erheben die Daten seit und nutzen gleichbleibende Bemessungsgrundlagen (z.B. Rechnungen der Holzlieferanten und Energieversorger).

Plausibilitätsprüfungen erfolgen durch den Betriebsleiter.

Leistungsindikator 102-16 – Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen

Wir orientieren uns an verschriftlichten Werten, Grundsätzen, Standards sowie Verhaltensnormen.

Tabelle 6: Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen

Wert / Grundsatz / Standard / Verhaltensnorm	Bezeichnung	Beschreibung, wie der Wert / Grundsatz / Standard / Verhaltensnorm entwickelt, genehmigt und umgesetzt wurde
<i>Grundsatz</i>	Menschenrechte	Bekennnis aller Mitarbeiter*innen zu den zehn Prinzipien des UN-Global Compact, die wir in unserem Wertekodex festgeschrieben haben.
<i>Grundsatz</i>	Arbeitsnormen	Indem wir für die Einhaltung von Arbeitsnormen Sorge tragen, sichern wir die Grundlage unserer Geschäftstätigkeit. Die Umsetzung erfolgt mittels Arbeitssicherheits- und Gesundheitsschutzmaßnahmen
<i>Standard</i>	Faire Geschäftspraktiken	Über die Einhaltung geltender Rechte und Gesetze hinaus, agieren wir in unserem geschäftlichen Handeln stets fair und überzeugen im Wettbewerb durch die Qualität unserer Arbeit.
<i>Wert</i>	Nachhaltige Wirkung	Wir wollen nachhaltige Wirkung auch über unseren direkten Einflussbereich hinaus fördern, indem wir einen Wertekodex für unsere Geschäftspartner entwickeln.

Seit 2011 unterstützen wir die Umsetzung der 10 Prinzipien zu Menschenrechten, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung des UN Global Compact. Unsere Fortschritte dokumentieren wir im Rahmen der Nachhaltigkeitsberichterstattung.

8 Anreizsysteme

INTEGRIERTE NACHHALTIGKEITZIELE

Nachhaltigkeitsziele verfolgen wir gemeinschaftlich und koppeln diese nicht an die Vergütung. Uns ist ein faire Bezahlung unserer Mitarbeiter*innen wichtig und wir richten die Vergütung branchentypischen Gehältern aus.

Wir fördern eigene Ideen und unterstützen gesellschaftliches Engament unserer Mitarbeiter*innen individuell.

Wir haben aktuell kein Vergütungssystem, in welchem unsere Nachhaltigkeitsziele integriert sind. Eine Einführung ist nach heutigem Stand nicht geplant. Nachhaltigkeitsziele werden nicht durch Gremien kontrolliert.

Leistungsindikator 102-35 – Vergütungspolitik

Wir bieten dem höchsten Kontrollorgan und den leitenden Führungskräften folgende Vergütungsformen:

- Leistungsbasierte Vergütung
- Altersversorgungsleistungen

Als mittelständisches Unternehmen mit einem überschaubaren Stamm an Mitarbeiter*innen veröffentlichen wir aus Verschwiegenheitsgründen keine detaillierten Angaben zur Vergütungspolitik.

Leistungsindikator 102-38 – Verhältnis der Jahresgesamtvergütung

Als mittelständisches Unternehmen mit einem überschaubaren Stamm an Mitarbeiter*innen veröffentlichen wir aus Verschwiegenheitsgründen keine Informationen zum Verhältnis der Jahresgesamtvergütung.

9 Beteiligung der Anspruchsgruppen

STAKEHOLDER-ENGAGEMENT

Identifikation der wichtigsten Anspruchsgruppen

Unsere wichtigsten Anspruchsgruppen leiten wir aus der Gesamtbetrachtung in der Nachhaltigkeitsstrategie ab. Sie ergeben sich aus den für unseren geschäftlichen Erfolg maßgeblichen Gruppen:

- Mitarbeiter*innen
- Kunden
- Lieferantn und Geschäftspartneren

Anspruchsgruppen	Austausch / Themen
<i>Mitarbeiter*innen</i>	Ständiger Dialog, regelmäßige Information und Ideenaustausch in Teambesprechungen, per Mitarbeiterzeitung, Themenworkshops und Befragungen zu Nachhaltigkeitsthemen
<i>Kunden</i>	Ständiger Dialog, Jahresgespräche und Berichte, informelle Abfragen zur Relevanz von Nachhaltigkeitsaspekten
<i>Lieferanten</i>	Jahresgespräche, gezielte Abfragen und informeller Austausch über nachhaltige Produkte

Leistungsindikator 102-44 – Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen

Tabelle 7: Wichtigen Themen und hervorgebrachte Anliegen der Stakeholdereinbeziehung und Reaktionen der Organisation

Thema / Anliegen	Stakeholder-Gruppen	Reaktion der berichtenden Organisation
<i>Kommunikation</i>	Mitarbeiter	Durchführung von Mitarbeiterbefragung, Workshops, Verbesserung der Regelkommunikation
<i>Qualifizierung</i>	Mitarbeiter*innen	Englischkurse, individuelle Weiterbildungsmöglichkeiten
<i>Gesundheit</i>	Mitarbeiter*innen	Arbeitsplatzergonomie, Sportprogramm
<i>Compliance</i>	Kunden	Schulungen, Verhaltenskodex
<i>Energieeffizienz</i>	Mitarbeiter*innen	Energieaudit und Umsetzung der empfohlenen Maßnahmen
<i>CSR-Richtlinien, nachhaltiger Einkauf</i>	Lieferanten, Kunden	Verhaltenskodex

10 Produkt- und Innovationsmanagement

NACHHALTIGKEIT ALS TRIEBFEDER FÜR INNOVATIONEN

Wir haben bereits Maßnahmen ergriffen, um das Innovationspotenzial von Nachhaltigkeit im Unternehmen zu fördern.

Nachhaltig gestaltete Produkte und Dienstleistungen

Nachhaltige Geschäftsstrategie:

Wir verstehen den stetigen Wandel in der Kommunikationsbranche als Chance für nachhaltige Geschäftsentwicklung. Integrierte Marketingkonzepte mit Fokus auf digitale Inhalte als Erweiterung der Live-Kommunikation eröffnen uns neue Geschäftsfelder, mit denen wir unsere Unternehmensleistung auch ressourcenschonend steigern können.

Über den regelmäßigen Austausch und Ideensammlungen sensibilisieren wir unsere Belegschaft für nachhaltige Produktideen.

Konsequente Wiederverwendung/Upcycling:

Dort, wo wir produzieren, ist unser nachhaltiges Denken bereits tief verankert und bringt immer neue kreative Ideen hervor. Wir stellen wir aus Holz- und Stoffabfällen Transportboxen her, lassen aus Messegrafiken Taschen produzieren, spenden Teppichreste an Tierheime und vieles mehr.

Förderung von Klimagerechtigkeit:

Zum Ausgleich des durch unsere Geschäftstätigkeit bedingten, unvermeidbaren CO₂-Ausstoßes, kooperieren wir mit der FAMAB-Stiftung und bieten unseren Kunden seit 2014 an, für ihre Messestände und Veranstaltungen Klimagerechtigkeit herzustellen.

Wirkungen der wesentlichen Produkte und Dienstleistungen

Tabelle 8: Soziale und ökologische Auswirkungen unserer wesentlichen Produkte und Dienstleistungen

Produkt / Dienstleistung	Soziale / Ökologische Wirkung	Methode der Datengewinnung
Messeauftritte und Veranstaltungen	CO ₂ -Emissionen	Logistik-Kilometerleistung
Messeauftritte und Veranstaltungen	Materialeinsatz	Holzverbrauch je bebauter Quadratmeter

Leistungsindikator G4-FS11 Kapitalanlagen, die positiven und/oder negativen Screenings unterliegen

Unser Unternehmen verwaltet keine Kapitalanlagen.

UMWELT

11 Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen

Uns ist teilweise bekannt, welche ökologischen Auswirkungen wir durch unsere Tätigkeit verursachen.

Tabelle 9: Nutzung natürlicher Ressourcen

<i>Natürliche Ressourcen</i>	<i>Umfang der Nutzung / Datenlage</i>
<i>Materialien</i>	Halbzeuge Hilfsstoffe Betriebsstoffe
<i>Emissionen</i>	Kraftstoffverbrauch Kilometerleistung der Fahrzeuge Heizölverbrauch Stromverbrauch Scope 3-Emissionen werden bisher nicht erfasst
<i>Energie</i>	Stromverbrauch
<i>Abfall</i>	Abfallbilanz des Entsorgers

Einflussmöglichkeiten entlang der Wertschöpfungskette

Wir haben entlang der Wertschöpfungskette bereits teilweise Einflussmöglichkeiten im Bereich Umweltschutz identifiziert:

Einflussmöglichkeiten bestehen vor allem beim Energieverbrauch.

Hier haben wir durch konsequente Umstellung auf LED-Beleuchtung im Jahr 2016 eine deutliche Reduktion erzielen können.

Über ein Energieaudit haben wir 2018 zusätzliche Maßnahmen zur Verbesserung der Energieeffizienz ermittelt und umgesetzt.

Durch Einsatz von Prozent Ökostrom aus erneuerbaren Energien ist der von uns genutzte Strom zudem klimaschonend.

Wenig Einfluss haben wir auf Emissionen durch unsere Geschäftstätigkeit, insbesondere durch Transporter oder Mobilität unserer Mitarbeiter, zumal unsere Betriebsstätte in Flörsheim nicht mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar ist.

Als Ausgleich motivieren wir zu Fahrgemeinschaften und setzen vermehrt auf Elektromobilität. Neben drei E-Bikes haben wir seit 2017 ein Elektroauto in unserem Fahrzeugpool und stellen auf unserem Gelände Ladesäulen zur Verfügung.

Detaillierte Angaben zur Nutzung von natürlichen Ressourcen finden sich unter den entsprechenden Leistungsindikatoren in den Kriterien 11, 12 und 13.

Leistungsindikator 301-1 Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen

Angaben zu Rohstoffen

Tabelle 10: Eingesetzte Rohstoffe

Rohstoff	Menge	Einheit	Herkunft	Erneuerbarkeit	Messmethode
Holz	223,00	t	extern	erneuerbar	Messung

Leistungsindikator 302-1 – Energieverbrauch innerhalb der Organisation

Eingekaufte Energie

Tabelle 11: Kraftstoffverbrauch aufgeschlüsselt nach Kraftstoffart

Energieträger	Energie (GJ)
Nicht erneuerbare Energieträger	
Heizöl	710,85
Gesamter Energieverbrauch durch Kraftstoffe	710,85

Tabelle 12: Gesamtmenge des Energieverbrauchs von Strom / Fernwärme / Dampf / Kälte aufgeschlüsselt nach erneuerbaren und nicht erneuerbaren Energieträgern

Energieträger	Energie (GJ)
Erneuerbare Energieträger	
Strom	453,85
Nicht erneuerbare Energieträger	
Strom	120,81
Gesamter indirekter Energieverbrauch	574,66

Tabelle 13: Summe des Energieverbrauchs innerhalb der Organisation aufgeschlüsselt nach erneuerbaren und nicht erneuerbaren Energiequellen

Energierart	Gesamt (GJ)	davon erneuerbar (GJ)	davon nicht erneuerbar (GJ)
Eingekauft	1.285,51	453,85	831,65
Gesamtenergieverbrauch innerhalb der Organisation	2.089,44	453,85	831,65

Leistungsindikator 302-4 – Verringerung des Energieverbrauchs

2018 haben wir ein Energiaudit gemäß DIN EN 16247-1 durchführen lassen und die dort empfohlenen Maßnahmen zur technischen Optimierung umgesetzt. Wir erwarten Einsparwirkungen beim Energieverbrauch für das Berichtsjahr 2019.

Tabelle 14: Initiativen zur Verringerung des Energieverbrauchs

<i>Initiative</i>	<i>Reduktion (in GJ)</i>	<i>Betreffende Energiearten</i>	<i>Basisjahr / Bezugsgröße</i>	<i>Standards, Methoden und Annahmen</i>
<i>Optimierung des Druckluftsystems</i>	1.125,00	Strom	2018	Jährliche Verringerung der CO2 Emissionen: 585 kg
<i>Anheben der Raumtemperatur im Serverraum</i>	10.512,00	Strom	2018	Jährliche Verringerung der CO2 Emissionen: 5.466 kg
<i>Ersatz der Farbnebelabsaugung</i>	7.058,00	Strom	2018	Jährliche Verringerung der CO2 Emissionen: 2.295 kg
<i>Austausch von Leuchtstoffröhren im Jahr 2016</i>	35.954,00	Strom	2015	Jährliche Verringerung der CO2 Emissionen 26.208 kg

Leistungsindikator 303-1 – Wasserentnahme nach Quelle

Tabelle 15: Gesamtwasserentnahme aufgeschlüsselt nach Quellen (in m³)

<i>Quelle</i>	<i>Wasserentnahme (in m³)</i>
<i>Wasserversorger</i>	295,00
<i>Summe aller Quellen</i>	295,00

Leistungsindikator 306-2 – Abfall nach Art und Entsorgungsmethode

In unserer Organisation fällt nur ungefährlicher Abfall an. Die Daten für das Kalenderjahr 2018 liegen noch nicht vor.

Tabelle 16: Art des ungefährlicher Abfall nach Entsorgungsarten

<i>Abfallart</i>	<i>Menge (in t)</i>	<i>Entsorgungsart</i>	<i>Information zur Entsorgungsart</i>
<i>Holz</i>		Recycling	Informationen vom Entsorgungsdienstleister bereitgestellt
<i>Verpackungsabfälle</i>		Recycling	Informationen vom Entsorgungsdienstleister bereitgestellt
<i>Papier / Pappe</i>		Recycling	Informationen vom Entsorgungsdienstleister bereitgestellt
<i>Kunststoffe</i>		Recycling	Informationen vom Entsorgungsdienstleister bereitgestellt
<i>Summe der ungefährlichen Abfälle</i>			

12 Ressourcenmanagement

ÖKOLOGISCHE ZIELE

Tabelle 17: Qualitative und quantitative Ziele für die ökologischen Aspekte der Unternehmenstätigkeit

<i>Thema</i>	<i>Ziel</i>	<i>Kriterium</i>	<i>Erreichung</i>	<i>Operationalisierung</i>
<i>Ressourceneffizienz</i>	Entwicklung und Vermarktung umweltfreundlicher Produkte	Quantitativ	Teilweise	Klimagerechter Messestand als fakultatives Angebot an Kunden
<i>Umweltbewusstsein</i>	Förderung von umweltfreundlichen Verhalten	Wahrnehmung	Teilweise	regelmäßige Kommunikationsmaßnahmen
<i>Einsatz erneuerbarer Energien</i>	E-Mobilität	Quantitativ	Teilweise	Förderung von Umstieg auf E-Autos

13 Klimarelevante Emissionen

NUTZUNG ERNEUERBARER ENERGIEN

Klimarelevanten Emissionen des Unternehmens

CO₂-Ausstoß durch geschäftsbedingte Logistikleistungen, Individualverkehr, Dienstreisen.

Wir haben uns noch keine Reduktionsziele gesetzt.

Umfang regenerative Energien

Wir setzen auf erneuerbare Energien für die Stromversorgung. Aufgrund von internen Umbaumaßnahmen wurde 2018 Strom teilweise aus nicht-erneuerbaren Energieträger bezogen. Der erneute Umstieg auf den Bezug von 100 Prozent Ökostrom ist Anfang 2019 erfolgt.

Wir nutzen noch keine Bezugsgrößen für die Berechnungen von Effizienzkennzahlen.

Leistungsindikator 305-1 – Direkte THG-Emissionen (Scope 1)

Unsere Organisation berechnet alle Scope-1-CO₂-Emissionen mit der Nachhaltigkeits-Software 360report. Die Emissionsfaktoren, die 360report zugrunde liegen, stammen hauptsächlich von DEFRA (Department for Environment, Food and Rural Affairs), aber auch von GEMIS (Globales Emissions-Modell integrierter Systeme) und dem IFEU-Institut. Für weitere Informationen zu den Datenquellen siehe Webseite von 360report.

Im Folgenden werden die Ergebnisse der eingegebenen bzw. berechneten Scope-1 CO₂-Emissionen dargestellt.

Tabelle 18: Scope 1 CO₂e-Emissionen

Emissionsquelle	t CO₂e	Prozentwert (%)
Stationäre Verbrennung	42,36	7,67%
Unternehmensfuhrpark	484,18	87,72%
Energieerzeugung aus nicht-erneuerbaren Energien	25,45	4,61%
Energieerzeugung aus erneuerbaren Energien	00,00	0%
Gesamt	551,99	100,0%

Tabelle 19: Außerhalb der Scopes - Biogene CO₂e-Emissionen durch die Verbrennung von Biomasse

Emissionsquelle	t CO₂e
Außerhalb der Scopes: Emissionen durch Verbrennung von Biomasse im Bereich stationäre Verbrennung	0,00
Außerhalb der Scopes: Emissionen durch Verbrennung von Biomasse im Bereich Unternehmensfuhrpark	0,00

Tabelle 20: Methoden der Datenerhebung der direkten CO₂-Emissionen (Scope 1)

Emissionsquelle	Methode der Datenerhebung
Stationäre Verbrennung	Berechnung mit publizierten Emissionsfaktoren
Unternehmensfuhrpark	Berechnung mit publizierten Emissionsfaktoren
Energieerzeugung aus erneuerbaren Energien	Berechnung mit publizierten Emissionsfaktoren

Wir nutzen als Konsolidierungsansatz für THG-Emissionen aus Scope-1 den Ansatz der operativen Kontrolle.

Leistungsindikator 305-2 – Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)

Unsere Organisation berechnet alle Scope-2-CO₂-Emissionen mit der Nachhaltigkeits-Software 360report. Die Emissionsfaktoren, die 360report zugrunde liegen, stammen hauptsächlich von DEFRA (Department for Environment, Food and Rural Affairs), aber auch von GEMIS (Globales Emissions-Modell integrierter Systeme) und dem IFEU-Institut. Für weitere Informationen zu den Datenquellen siehe Webseite von 360report.

Im Folgenden werden die Ergebnisse der eingegebenen bzw. berechneten Scope-2-CO₂-Emissionen dargestellt.

Tabelle 21: Methoden der Datenerhebung der direkten CO₂e-Emissionen (Scope 2)

<i>Emissionsquelle</i>	<i>Methode der Datenerhebung</i>
<i>Strom</i>	Berechnung mit publizierten Emissionsfaktoren

Wir nutzen als Konsolidierungsansatz für THG-Emissionen aus Scope 2 den Ansatz der operativen Kontrolle.

Leistungsindikator 305-3 – Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)

Wir erheben noch keine Daten zu den Scope 3 Emissionen, da der administrative Aufwand für uns als mittelständisches Unternehmen zu groß wäre.

Leistungsindikator 305-5 – Senkung der THG-Emissionen

Initiativen zur Senkung von THG-Emissionen

Tabelle 22: Initiativen zur Reduktion von THG-Emissionen

<i>Initiative</i>	<i>Senkung (in t)</i>	<i>Einbezogene THG</i>	<i>Betreffende THG-Arten</i>	<i>Basisjahr / Referenz</i>	<i>Standards, Methoden und Annahmen</i>
<i>Ökostrom</i>	136 t	CO ₂	Scope 2	2018	Vergleich bundesdeutscher Strommix
<i>Austausch von Leuchtstoffröhren durch LED 2016</i>	26,21	CO ₂	Scope 2	2015	Reduktion der Verbrauchswerte
<i>Energieaudit</i>	8,35	CO ₂	Scope 2	2016	

Wir haben keine Offsets zur Reduktion von THG-Emissionen durchgeführt.

Zusätzlich fördern wir Elektromobilität und haben im Oktober 2017 ein erstes Elektroauto in den Fuhrpark aufgenommen. Der Umfang der dadurch eingesparten THG-Emissionen wurde noch nicht ermittelt.

Durch eine Photovoltaikanlage auf dem Dach speisen wir außerdem erneuerbare Energie ins Stromnetz ein.

GESELLSCHAFT

14 Arbeitnehmerrechte

ARBEITNEHMERRECHTE UND -BETEILIGUNG

Wir fördern eine Unternehmenskultur, die auf gegenseitigem Respekt, Wertschätzung und flachen Hierarchien beruht. Die Einhaltung von Arbeitsstandards, das Schaffen fairer Arbeitsbedingungen und umfassende Gesundheits- Arbeitsschutzmaßnahmen bilden dafür die Basis. Zahlreichen Leistungen, die darüber hinausgehen, sind für uns eine Investition in die Zukunft.

Als Agentur ist die Einbindung unserer Mitarbeiter*innen wesentlich für die Entwicklung unseres Geschäfts. Nur durch den Austausch, die Ideen und die Kompetenzen unseres Teams können wir uns von unseren Wettbewerbern abheben. Unsere Mitarbeiter*innen sind in die strategische Unternehmensentwicklung involviert. Durch flache Hierarchien und kleine, agile Teams schaffen wir die Voraussetzungen, dass jeder Einzelne sich beteiligen kann. Dies findet konkret in Workshops, Coachings, Befragungen und Entwicklungsgesprächen statt.

Wir sind international nicht in Ländern mit schwachem gesetzlichen Arbeitnehmerschutz tätig.

Förderung der Beteiligung der Mitarbeiter*innen am Nachhaltigkeitsmanagement

Durch regelmäßigen Dialog und Ideenaustausch sorgen wir für eine Einbeziehung der Mitarbeiter*innen in das Nachhaltigkeitsmanagement.

Leistungsindikator 403-2 – Art und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Arbeitsausfalltage, Abwesenheit und Zahl arbeitsbedingter Todesfälle

Tabelle 23: Unfälle ab einem Ausfalltag nach Kategorien

Kriterium	Anzahl weiblich	Anzahl männlich	Gesamt
Anzahl der Unfälle	0	0	0
davon Arbeitsunfälle (Anzahl)	0	0	0
davon Wegeunfälle (Anzahl)	0	0	0
davon tödliche Unfälle	0	0	0

Tabelle 24: Unfallkennzahlen

Kennzahl	Beschreibung	Frauen	Männer	Gesamt
Unfälle > 3 Ausfalltagen je 1.000 Angestellte (Tausend-Mann-Quote / Unfallhäufigkeitsrate)	Unfälle > 3 Ausfalltage * 1.000 / Angestellte	0,0	0,0	0,0

Im Rahmen des Arbeitssicherheit- und Gesundheitsschutzes werden alle Unfälle schriftlich dokumentiert.

Insgesamt verzeichneten wir 2017 2.036 krankheitsbedingte Fehlstunden, davon keine Berufskrankheiten. Die Datenauswertung für 2018 liegt noch nicht vor.

In diese Aufstellung gehen auch Verletzungen im Rahmen von Erste-Hilfe-Maßnahmen ein.

Wir verstehen unter „Tag“ einen „Sollarbeitstag. Ab dem Tag nach dem Unfall.

Leistungsindikator 403-4 – Gesundheits- und Sicherheitsthemen, die in formellen Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden

Unsere Organisation verfügt über keine formellen Vereinbarungen mit Gewerkschaften, welche die Themen Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz behandeln.

15 Chancengleichheit

Zielsetzung und Strategie für eine angemessene Bezahlung aller Mitarbeiter*innen

Die Arbeitsentgelte sind leistungsgerecht, werden frei verhandelt und enthalten soziale Leistungen wie Lohnfortzahlung, Urlaubsregelung, Sonn- und Feiertagszuschlägen, Überstundenausgleich etc.

Vermeidung von Diskriminierung jeglicher Art

Wir treten für die Gleichbehandlung aller Menschen ungeachtet von Rasse, ethnischer Herkunft, Geschlecht, Religion oder Weltanschauung, Alter oder sexueller Identität ein. Wir unterstützen unsere Mitarbeiter*innen, sollten ihre Rechte durch eine dritte Partei verletzt werden. Und wir bemühen uns sicherzustellen, dass alle unsere Angestellten sich ihrer Rechte bewusst sind.

Unsere Unternehmenskultur ist von einem respektvollen Umgang miteinander geprägt.

expopartner duldet keine Diskriminierung oder unterschiedliche Behandlung seiner Beschäftigten oder etwaige Belästigungen. In einem Handbuch haben wir für alle Mitarbeiter*innen einen verbindlichen Verhaltenskodex für den Umgang mit Kollegen, Geschäftspartnern, Kunden und Lieferanten festgelegt. Das Handbuch dient Führungskräften zur Anleitung und neuen Kolleg*innen zur Orientierung.

Im Rahmen des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG) informieren wir unsere Mitarbeiter*innen regelmäßig über Antidiskriminierungsgrundsätze und verdeutlichen anhand von Beispielen mögliche Verstöße. Im Fall von Verletzungen des AGG, der sozialen Menschenrechte und anderem unfairen Verhalten werden unsere Mitarbeiter*innen sensibilisiert, diese zu melden.

Programme, um die Gesundheit und die Ausbildung sowie die Vereinbarkeit von Privat- und Arbeitsleben unserer Mitarbeiter*innen zu fördern:

Gesundheit

Durch unser Arbeitsschutzmanagement stellen wir sicher, dass Sicherheit und Gesundheit einen festen Stellenwert innerhalb unseres Unternehmens einnehmen. Wir legen im Rahmen unserer Arbeitsschutzpolitik Ziele und Verantwortlichkeiten fest, die es ermöglichen, Risiken am Arbeitsplatz rechtzeitig zu erkennen. Zur Prävention am Arbeitsplatz gehört unter anderem der Schutz vor Unfällen, Berufskrankheiten und sonstigen arbeitsbedingten Erkrankungen. Diese erfüllen wir über das gesetzlich geforderte Maß hinaus.

Durch Sportangebote fördern wir die persönliche Gesundheit und den Teamgedanken.

Ausbildung

Durch zahlreiche Fortbildungsangebote stärken wir die Kompetenz unser Mitarbeiter*innen. Wir sind Ausbildungsbetrieb, kooperieren mit Hochschulen und bieten Schülerpraktika an, um jungen Menschen berufliche Perspektiven zu ermöglichen.

Vereinbarkeit

Vor dem Hintergrund der sich verändernden Lebensbedingungen unserer Mitarbeiter*innen tragen wir mit einer Individualisierung der Arbeitszeitgestaltung zur Chancengleichheit bei. Dazu gehören:

- Flexible Arbeitszeiten und Arbeitszeitkonten
- Teilzeitbeschäftigung
- Home-Office-Arbeitsplätze
- Möglichkeit einer mehrmonatigen Auszeit („Sabbatical“)

Leistungsindikator 405-1 – Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten

Aufteilung der Angestellten und der Mitglieder des Leitungsorgans nach Diversitätskategorien..

Tabelle 25: Zusammensetzung der Angestellten aufgeteilt nach Geschlecht und Alter

Diversitätskategorie	Anzahl Angestellte	Anteil Angestellte (in %)
<i>Gesamtbelegschaft</i>	61	100%
<i>Nach Geschlecht</i>		
<i>weiblich</i>	29	48%
<i>männlich</i>	32	52%
<i>Altersgruppe</i>		
<i>< 30 Jahre</i>	12	20%
<i>30 - 50 Jahre</i>	34	56%
<i>> 50 Jahre</i>	15	25%

Tabelle 26: Zusammensetzung der Angestellten des Leitungsorgans aufgeteilt nach Geschlecht und Altersgruppe

Diversitätskategorie	Anzahl Mitglieder des Leitungsorgans	Anteil Mitglieder des Leitungsorgans (in %)
Gesamtbelegschaft	4	100%
<i>Nach Geschlecht</i>		
weiblich		0%
männlich	4	100%
<i>Altersgruppe</i>		
< 30 Jahre	0	0%
30 - 50 Jahre	2	50%
> 50 Jahre	2	50%

Leistungsindikator 406-1 – Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen

Im Berichtszeitraum wurde in unserer Organisation kein Vorfall von Diskriminierung gemeldet.

16 Qualifizierung

MITARBEITERMANAGEMENT

Vorbereitung auf den demographischen Wandel

Wir fördern die Gesundheit der Beschäftigten über das gesetzlich vorgeschriebene Maß hinaus und bieten Weiterbildungsmaßnahmen an, um unseren Mitarbeiter*innen persönliche und berufliche Entwicklungsmöglichkeiten in unserem hoch-innovativen Branchenumfeld zu geben.

Dazu gehören bereichsübergreifende Seminare und Workshops, individuelle fachliche Fortbildungen und Coachings sowie kostenloser Englischunterricht.

Folgende Maßnahmen unternehmen wir, um die sicherheitstechnische Betreuung zu verbessern, gesundheitliche Risiken für unsere Mitarbeiter*innen zu reduzieren und auch ältere Mitarbeiter*innen beschäftigen zu können:

- Flurförderfahrzeuge mit ergonomischen Sitzen und einstellbaren Bedientableaus
- Zentralisierung der Arbeitsplätze: Optimierung der Laufwege
- Änderung der Beleuchtung im Arbeitsbereich, Erhöhung der Lichtstärke
- Optimieren der Werkzeug- und Materialschränke: oft benötigtes Material und Werkzeug wird in Griffhöhe gelagert, wenig Genutztes im unteren und oberen Bereich
- Alle Lagerplätze sind mit Wagen und Flurförderfahrzeugen erreichbar
- Ausrüstung aller Telefone mit Headsets, um Geräuschbelastung zu reduzieren und die Arbeitsplatzergonomie zu verbessern
- Wöchentliche Unterweisungen im Bereich Arbeitssicherheit und -ergonomie
- Information und Motivation zur Wahrnehmung von Augenuntersuchungen bei Bildschirmarbeitsplätzen
- Kostenloses Sportprogramm für alle Mitarbeiter*innen an

- Außerdem fördern wir Aktivität und Teamgeist durch die Teilnahme an Sportveranstaltungen wie dem Gutenberg-Marathon in Mainz

Leistungsindikator 404-1 – Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten

Insgesamt haben wir 14 verschiedene ganztägige Fortbildungsmaßnahmen angeboten. Alle Mitarbeiter wurden geschult.

Wir veröffentlichen aufgrund der überschaubaren Unternehmensgröße und dadurch nicht zu gewährleistenden Anonymisierung nur kumulierte Daten zu Qualifizierungs- und Weiterbildungsmaßnahmen.

17 Menschenrechte

ACHTUNG DER MENSCHENRECHTE

Unsere Grundsätze

- Wir achten die Menschenrechte.
- Wir versichern, nicht an der Verletzung von Menschenrechten, wie sie im deutschen Grundgesetz und internationalen Menschenrechtsnormen definiert werden, beteiligt zu sein.
- Wir achten in unserem Betrieb auf die Einhaltung der Arbeitsnormen.
- Wir erkennen die Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen an.
- Wir setzen auf faire Löhne ohne Unterscheidung nach Geschlecht, Herkunft, Hautfarbe und Religion.

Sicherstellung der Einhaltung der grundlegenden Menschenrechte im Unternehmen und den Zulieferern:

In der externen Betrachtung beschränken wir unsere Entscheidungen für Investitionen und Anschaffungen nicht nur auf ökologische und ökonomische Aspekte. Wir folgen der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen, den Hauptprinzipien der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) für die Arbeitswelt (u. a. Verbot von Kinderarbeit, Abschaffung von Zwangsarbeit, Diskriminierungsverbot, Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen) sowie den Prinzipien des UN Global Compact.

Auch unsere Lieferanten binden wir in die Einhaltung von Menschenrechtsbelangen, Arbeitsnormen, fairen Geschäftspraktiken und Umweltschutz ein. Derzeit arbeiten wir daran, einen entsprechenden Verhaltenskodex für unsere Lieferanten in unsere Verträge aufzunehmen.

Leistungsindikator 412-3 – Erhebliche Investitionsvereinbarungen und -verträge, die Menschenrechtsklauseln enthalten oder auf Menschenrechtsaspekte geprüft wurden

Unsere Organisation hat im Berichtszeitraum keine erheblichen Investitionsvereinbarungen und -verträge zum Abschluss gebracht.

Wir haben im Berichtszeitraum keine erheblichen Investitionsvereinbarungen getätigt.

Leistungsindikator 412-1 – Betriebsstätten, an denen eine Prüfung auf die Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde

Die Geschäftsstandorte der Organisation werden nicht im Hinblick auf Menschenrechte oder menschenrechtliche Auswirkungen geprüft. Die Einführung einer systematischen Prüfung der Geschäftsstandorte der Organisation im Hinblick auf Menschenrechte oder menschenrechtliche Auswirkungen ist derzeit nicht geplant.

Es erfolgt keine Prüfung, da wir nur Geschäftsstandorte in Deutschland unterhalten und unsere Geschäftstätigkeit ausschließlich im deutschen und europäischen Raum erfolgt, wo hohe gesetzliche Standards hinsichtlich von Menschenrechtsaspekten gelten.

Leistungsindikator 414-1 – Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden

Unsere Organisation hat keine neuen Lieferanten anhand von sozialen Kriterien überprüft .

Als Anschlusshaus in der ESG Einkaufs- und Servicegesellschaft mbH, beziehen wir einen Großteil unserer Waren und Dienstleistungen von Unternehmen, die sich strenge Qualitätskriterien und Richtlinien auferlegt haben.

Als KMU können wir keine systematische Überprüfung neuer und bestehender Lieferanten gewährleisten, wir achten jedoch bei der Auswahl der Lieferanten auf soziale Standards und planen die Einführung eines Verhaltenskodex, mit dem wir unsere Geschäftspartner zu ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit anhalten.

Leistungsindikator 414-2 Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen

Unsere Organisation hat noch keine Lieferanten in Bezug auf erhebliche tatsächliche und potenzielle negative Auswirkungen auf Arbeitspraktiken überprüft. Die Einführung einer Überprüfung ist derzeit nicht geplant.

18 Gemeinwesen

CORPORATE VOLUNTEERING UND KOOPERATIONEN ZUM GEMEINWESEN

Tabelle 27: Projekte zum Gemeinwesen

Projekt/Organisation	Art des Projekts	Beschreibung
Engagement im Branchenverband FAMAB e.V.	sozial, ökologisch, wirtschaftlich, kulturell	Förderung von sozialer, ökologischer und ökonomischer Verantwortung innerhalb der Branche
Spielmobil AWO Kita Tausendfüßler	Sozial	Sponsoring eines Spielmobils für ortsansässige Kindertagesstätte
Spenden	Sozial	Jährliche Spenden an überregionale und regionale Hilfsorganisationen und soziale Einrichtungen
Praktika für Schüler und Studenten	Sozial	Regelmäßig bieten wir Schülern die Möglichkeit, Einblick in unser Berufsfeld zu nehmen
FAMAB Stiftung	Ökologisch	Als Gründungsmitglied der FAMAB-Stiftung tragen wir zur Reduzierung der CO2-Emissionen durch Waldanpflanzungen bei und fördern soziale und gemeinnützige Projekte
Hochschulkooperation DHBW Mannheim	Sozial	seit 2018 absolvieren zwei Duale Studenten der DHBW Mannheim ihren Praxisteil im Studiengang BWL-Messe-, Kongress- und Eventmanagement bei expopartner

Leistungsindikator 201-1 – Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert

19 Politische Einflussnahme

AKTIVITÄTEN POLITISCHER EINFLUSSNAHME

Einstellung zu politischer Einflussnahme

Wir unterstützen keine politische Interessenvereinigung, Parteien oder Politiker weder durch Dienstleistungen, Spenden, Mitgliedsbeiträge oder sonstige Beteiligungen.

Über unsere Mitgliedschaft im Branchenverband FAMAB e.V. und die ehrenamtliche Tätigkeit als Finanzvorstand unseres Geschäftsführers Andreas Weber, tragen wir aber aktiv zur Vernetzung und Förderung der Kommunikationsbranche bei und fördern dadurch besonders Nachhaltigkeitsthemen.

Der FAMAB e.V. vertritt die Interessen seiner Mitgliedsunternehmen auf politischer Ebene u.a. bei den für uns relevanten aktuellen Themen und Gesetzgebungsverfahren der Saisonarbeit, Scheinselbständigkeit, Arbeitszeitgesetz und Urheberrecht vertreten.

Bisher wurden keine Kriterien ein Engagement des Unternehmens festgelegt.

Leistungsindikator 415-1 – Parteispenden

Unsere Organisation hat im Berichtsjahr keine direkten oder indirekten Geld- und Sachzuwendungen an politische Parteien oder Personen getätigt.

20 Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten**COMPLIANCE UND ANTIKORRUPTION****Compliance- und Antikorruptionsrichtlinien**

Wir dulden keine Korruption, Bestechung, Preisabsprachen und anderes unlauteres Verhalten. Wir achten streng auf die Einhaltung geltender Gesetze und Bestimmungen. Verträge mit Geschäftspartnern kommen bei uns ausschließlich im Rahmen fairer und transparenter Ausschreibungsverfahren zustande.

Die Geschäftsführung überwacht die Abschlüsse, um frühzeitig Interessenkonflikte auszuschließen.

In den Arbeitsverträgen sind unsere Compliance- und Antikorruptionsrichtlinien für jeden Mitarbeiter verbindlich festgehalten.

Sensibilisierung von Führungskräften und Beschäftigten

In regelmäßigen Schulungen sensibilisieren und schulen wir die komplette Belegschaft über compliance-relevante Themen wie Korruptionsprävention, Arbeits- und Gesundheitsschutz, Umweltschutz, Wettbewerbs- und Kartellrecht und Informationssicherheit.

Zusätzlich haben wir unsere Richtlinien in unserem Verhaltenskodex für alle Mitarbeiter dokumentiert.

Leistungsindikator 205-1 – Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden

Es wurden keine Betriebsstätten im Hinblick auf Korruptionsrisiken überprüft.

Leistungsindikator 205-3 – Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Maßnahmen

Im Berichtszeitraum gab es in unserer Organisation keine bestätigten Fälle von Korruption.

Leistungsindikator 419-1 – Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich

Es wurden keine signifikanten Bußgelder oder nicht-monetäre Strafen aufgrund von Nichteinhaltung von Gesetzen und/oder Vorschriften im sozialen oder wirtschaftlichen Bereich verhängt.

IMPRESSUM

expopartner GmbH
Steinmühlenweg 4
65439 Flörsheim am Main

sabine.andreas@expopartner.de
Telefon: +49 (0) 6145.599 77.82