

expopartner

WIR GESTALTEN WIRKUNG

WIRKUNG NACHHALTIG GESTALTEN

Nachhaltigkeitsbericht
2021



Deutscher
NACHHALTIGKEITS
Kodex
Berichtsjahr 2021

INHALT

Allgemeine Informationen.....	3
Vorwort.....	4
STRATEGIE.....	5
1. Strategische Analyse und Massnahmen.....	5
2. Wesentlichkeit.....	6
3. Ziele.....	7
4. Tiefe der Wertschöpfungskette.....	9
PROZESSMANAGEMENT.....	10
5. Verantwortung.....	10
6. Regeln und Prozesse.....	10
7. Kontrolle.....	10
8. Anreizsysteme.....	11
9. Beteiligung von Anspruchsgruppen.....	12
10. Innovations- und Produktmanagement.....	13
UMWELT.....	14
11. Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen.....	14
12. Ressourcenmanagement.....	14
13. Klimarelevante Emissionen.....	17
GESELLSCHAFT.....	19
14. Arbeitnehmerrechte.....	19
15. Chancengerechtigkeit.....	19
16. Qualifizierung.....	20
17. Menschenrechte.....	23
18. Gemeinwesen.....	24
19. Politische Einflussnahme.....	25
20. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten.....	25
Unsere kommenden Vorhaben.....	27

ALLGEMEINE INFORMATIONEN

ANGABEN ZUM UNTERNEHMEN

Unternehmensname: expopartner GmbH

Berichtsjahr: 2021

Leistungsindikatoren-Set: GRI Standards

Prüfung durch Dritte: Nein

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

Kontakt: Matthias Hahr | Senior Communications Manager
Steinmühlenweg 4 | 65439 Flörsheim am Main
T. +49 (0) 6145.599 77.0 | hello@expopartner.de
www.expopartner.de

Redaktionelle Mitarbeit: Sabine Andreas, Frankfurt am Main

ANGABEN ZUM GESCHÄFTSZWECK

expopartner ist auf Live-Kommunikation für die Healthcare- und Life Science-Industrie spezialisiert und entwickelt analoge, digitale und hybride Formate. Als Fullservice-Agentur neuartigen Typs arbeitet expopartner interdisziplinär und vereint kreatives, planerisches und digitales Know-how mit kaufmännischem und medizinischem Sachverstand sowie handwerklichem Können.

Leistungsspektrum

Beratung und Konzeption: Analysen, Insights und Marktforschung, Strategie und Konzept, Workshops und Innovation-Labs, Erfolgsmessung und Controlling

Planung und Gestaltung: Messe- und Event-Architektur, Grafik- und Mediendesign, digitale Medien und interaktive Anwendungen, Kongress- und Eventmanagement, analoge und virtuelle Events, Kommunikationskonzepte

Kommunikation: Kommunikationsdesign, Corporate Identity, Corporate Design, Content Creation

Multimediale Kommunikation: Virtual und Online-Design, UX und UI, Landingpages, Websites, Innovative Softwarelösungen

Produktion und Umsetzung: Projektmanagement, Produktion, Lager und Logistik, Bauleitung und Montage

VORWORT

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

wie das Jahr 2020 war auch das Jahr 2021 aufgrund der Pandemie für die Veranstaltungsbranche besonders herausfordernd. Bei expopartner haben wir vor dem Hintergrund zweier Jahre pandemiebedingter Einschränkungen unseres Kerngeschäfts zugleich die Chance ergriffen, die Digitalisierung der Live-Kommunikation im Rahmen virtueller und hybrider Lösungen und Strategien voranzutreiben. Schon deutlich vor Ausbruch der Pandemie hatten wir die Digitalisierung in ihren vielfältigen Facetten als Schlüsseltreiber für die Weiterentwicklung der Live-Kommunikation auf unserer Agenda. Ausgehend von dieser Erkenntnis bauten wir frühzeitig Wissen und Kapazitäten auf, um unser Geschäftsfeld ressourcenschonend und nachhaltig mit digitalen Lösungen und Services zu erweitern. Somit konnten wir bei Ausbruch der Pandemie schnell auf die neue Situation reagieren und unsere Kunden kompetent und effizient auf ihren virtuellen Kommunikationswegen begleiten.

2021 haben sich virtuelle Formate von der Notlösung zum temporären New Normal entwickelt. Diese wurden in der zweiten Jahreshälfte dank Impfungen und Teststrategien zu Präsenzveranstaltungen, die um hybride Elemente erweitert wurden. Wir konnten hierbei sowohl in unserem Kerngeschäft der Messen und Kongresse als auch im virtuellen Raum tätig werden. Dass uns dieser Brückenschlag mit Erfolg gelungen ist, haben wir entscheidend unseren Mitarbeiter:innen zu verdanken, die bereit waren, die Herausforderungen anzunehmen, sich weiterzuentwickeln und schnell neues Know-how aufzubauen. Entsprechend nahm und nimmt die fachliche und persönliche Weiterentwicklung unserer Arbeitnehmer:innen einen hohen Stellenwert in unserem Nachhaltigkeitsmanagement ein – und wird auch in Zukunft eine bedeutende Rolle spielen.

Durch die Etablierung virtueller Alternativen zu reinen Präsenzveranstaltungen hat auch das Thema Nachhaltigkeit in Bezug auf die Planung und Durchführung von Fortbildungsveranstaltungen einen neuen Stellenwert gewonnen. So beobachten wir bei unseren Kunden verstärkt Bedarfe zur Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks ihrer Veranstaltungen, die als Präsenzevent durchgeführt werden. Hierbei möchten wir uns noch stärker als bisher als kompetenter Partner und Ermöglicher nachhaltiger Live-Kommunikation positionieren.

Mit Spannung blicken wir auf die weitere Entwicklung der Live-Kommunikation und freuen uns darauf, weiterhin nachhaltige und wirkungsvolle Projekte umzusetzen – in Präsenz, virtuell und immer öfter auch hybrid.



**ANDREAS
WEBER**
Managing Director
Partner

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'A. Weber', positioned to the right of the name and title.



**GERALD
AMBROZUS**
Managing Director
Partner

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'G. Ambrozus', positioned to the right of the name and title.

1. STRATEGISCHE ANALYSE UND MASSNAHMEN

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Mit unserem Unternehmensschwerpunkt in der Live-Kommunikation bewegen wir uns in einem ressourcenintensiven Umfeld, in dem wirtschaftliche Interessen mit sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit in Einklang gebracht werden müssen. „Wir gestalten Wirkung“: Das ist unser Claim, der nicht nur unseren Geschäftszweck – die Gestaltung wirksamer Erlebnisse für die Healthcare-Branche – ausdrückt, sondern auch unser Selbstverständnis eines verantwortungsvollen und messbaren Umgangs mit den Auswirkungen unseres Handelns auf den Punkt bringt.

Nachhaltigkeit ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Dabei orientieren wir uns an den 10 Prinzipien des UN Global Compact und richten unsere Ziele an den Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen aus. Als mittelständische Agentur ist der ökonomische Erfolg für uns von zentraler Bedeutung. Um diesen Erfolg auch in Zukunft möglichst ressourcenschonend auszubauen, haben wir bereits vor einigen Jahren damit begonnen, unser Leistungsspektrum zu erweitern und integrierte Konzepte zu entwickeln, die den realen Kommunikationsraum mit innovativen, digitalen Formaten und Tools in die virtuelle Sphäre erweitern und die Wirkung der Live-Kommunikation verlängern. Die Corona-Pandemie hat diese Weiterentwicklung beschleunigt. Basis dafür sind ein engagiertes, kompetentes Team und etablierte Beziehungen zu unseren Industriekunden aus der Healthcare- und Life-Science-Branche, mit den dort geltenden hohen sozialen und ethischen Standards. Vor diesem Hintergrund sehen wir folgende zentrale Handlungsfelder, die uns die Chance bieten, durch nachhaltiges Wirken unseren Geschäftserfolg insgesamt nachhaltiger zu gestalten:

- _ 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

Im Bereich der ressourcenschonenden Produktion und nachhaltigen Veranstaltungskonzepte haben wir in den vergangenen Jahren bereits große Fortschritte erzielt. Priorität legen wir aktuell auf unsere Arbeitnehmer:innen und ihr Arbeitsumfeld. Zudem geht verantwortungsvolle Unternehmensführung über unseren direkten Einflussbereich hinaus. Auch von unseren Lieferanten und Geschäftspartnern erwarten wir, soziale und ökologische Verantwortung sowie ethisches Geschäftsverhalten zu übernehmen.

MASSNAHMEN ZUR UMSETZUNG DER NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Mit der Ausrichtung von expopartner auf die Healthcare- und Life Science-Branche haben wir die Grundvoraussetzung für ein wirtschaftlich, sozial und ökologisch nachhaltiges Geschäftsmodell geschaffen. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie setzen wir mit folgenden Maßnahmen um:

1. Durch unsere Branchenfokussierung schaffen wir Synergien im ressourcenintensiven Geschäftsbereich Live-Kommunikation.
2. Die strategische Weiterentwicklung hin zur integrierten Kommunikation ermöglicht Wachstum vor allem im ressourcenschonenderen Beratungs- und Dienstleistungsbereich.
3. Dabei gewinnen kompetente Mitarbeiter:innen und ein gesundes Arbeitsumfeld an Bedeutung. Wir verstärken unser Engagement in diesem Bereich entsprechend.
4. Mit dem Übergang zum New Normal nach zwei Jahren Pandemie gehen wir das Thema CSR bei unseren Lieferanten an und weiten somit unseren mittelbaren Wirkungsbereich aus.

2. WESENTLICHKEIT

GESELLSCHAFTLICHES UMFELD UND AUSWIRKUNGEN UNSERER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT IM HINBLICK AUF NACHHALTIGKEITSASPEKTE:

Als Dienstleister für Unternehmen aus der Healthcare- und Life Science-Branche in Deutschland agieren wir in einem Umfeld mit hohen sozialen, gesundheitlichen und rechtlichen Standards. Durch unsere Tätigkeit unterstützen wir unsere Kunden bei der Wissensvermittlung zu ihren Produkten und tragen dazu bei, dass Krankheiten adäquat behandelt werden können. Durch den Unternehmensschwerpunkt in der Live-Kommunikation bewegen wir uns in einem ressourcenintensiven Umfeld, in dem wirtschaftliche Interessen mit sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit in Einklang gebracht werden müssen. Unser Produktionsstandort liegt in Deutschland und wir sind hauptsächlich im deutschen und europäischen Raum mit eigenen Mitarbeiter:innen tätig. Somit richten wir uns nach den hier geltenden hohen sozialen und ethischen Standards. Wesentlich für unseren Erfolg sind für uns unsere Mitarbeiter:innen. Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels müssen wir uns dem Wettbewerb um gut ausgebildete Fachkräfte stellen. Außerdem sind die Auswirkungen unseres Kerngeschäfts auf die Umwelt wesentlich. Auch wenn die Erfahrungen aus der Pandemie dazu beitragen, dass sich ein Teil unserer Projekte in den virtuellen Raum verlagert, bleibt die Live-Kommunikation mit einem Projektanteil von rund 70 Prozent unser Tätigkeitsschwerpunkt. Emissionen und ein hoher Ressourceneinsatz lassen sich für uns somit nicht vermeiden. Als Ausgleich bemühen wir uns, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit so weit wie möglich in Einklang zu bringen. Dazu gehört auch eine nachhaltige Lieferkette.

Folgende Aktivitäten sind für uns in Bezug auf Nachhaltigkeit wesentlich:

Mitarbeiter:innen:

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

- _ Risiken: Fachkräftemangel, Wandel der Arbeitswelt
- _ Chancen: aktive Personalentwicklung, gesundes Arbeitsumfeld, Unternehmenskultur

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, gegenzusteuern, indem wir erneuerbare Energien nutzen, auf Wiederverwendung setzen und Klimaschutz fördern.

- _ Risiken: Ressourcenverbrauch, Emissionen, Kosten
- _ Chancen: Wiederverwendung, Klimaschutz, Kundeninteresse und Nachfrage

3. ZIELE

Für die Handlungsfelder unserer Nachhaltigkeitsstrategie haben wir uns übergeordnete Ziele gesetzt und operative Bereiche identifiziert, in denen wir kurz- und mittelfristig Maßnahmen umsetzen. Damit wirken wir langfristig auch an der Erreichung einzelner Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen mit.

Die Priorisierung der Ziele erfolgt nach folgenden Kriterien:

- _ Stakeholder: Kunden
- _ Stakeholder: Mitarbeiter:innen
- _ Kosten
- _ ökologische Nachhaltigkeitskriterien
- _ ökonomische Nachhaltigkeitskriterien
- _ soziale Nachhaltigkeitskriterien

UNSERE ZIELE

Unsere Nachhaltigkeitsziele haben wir im Jahr 2021 weiterhin verfolgt und weiter operationalisiert.

Mitarbeiter:innen

(SDG 3 – Gesundheit und Wohlbefinden, SDG 4 – Chancengerechte und hochwertige Bildung):

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 sowie kurze Kommunikationswege. Indem wir für die Einhaltung von Arbeitsnormen Sorge tragen, sichern wir die Grundlage unserer Geschäftstätigkeit. Unsere Unternehmenskultur ist geprägt vom Grundsatz der Gleichbehandlung aller Menschen, ungeachtet ihrer Rasse, ihrer ethnischen Herkunft, ihres Geschlechts, ihrer Religion oder ihrer Weltanschauung, ihres Alters oder ihrer sexuellen Identität. Ein respektvoller Umgang miteinander gehört zu unserem Leitbild. Wir dulden keine Diskriminierung oder eine unterschiedliche Behandlung der Beschäftigten sowie etwaige Belästigungen.

Durch hohe Arbeits- und Gesundheitsschutzstandards, flexible Arbeitsmodelle und gezielte Förderung, Motivation und Kommunikation sorgen wir dafür, dass sich unsere Mitarbeiter:innen weiterentwickeln und den wechselnden Anforderungen der Kommunikationsbranche (z. B. zunehmende Virtualisierung) gewachsen sind. So schaffen wir ein Arbeitsumfeld, das Entfaltungsmöglichkeiten für alle Generationen bietet.

Operationalisierung: Die Umsetzung erfolgt mittels aktiver Personalentwicklung durch Aus- und Weiterbildung, Arbeitssicherheits- und Gesundheitsschutzmaßnahmen wie die Einbindung von Arbeitsplatzergonomie, der Ersthelferausbildung und einem Angebot an Sportkursen. So haben wir 2021 ein gesundes Arbeitsumfeld, die persönliche Gesundheit und den Teamgedanken gefördert. Dank der Implementation umfassender Hygienekonzepte konnten wir 2021 phasenweise entsprechend den geltenden gesetzlichen Regeln Mitarbeiter:innen, die dies wünschten, wieder vermehrt die Tätigkeit vor Ort ermöglichen. Dennoch mussten wir viele Aktivitäten, z. B. das gemeinsame Speisen, aufgrund der Corona-Pandemie anpassen. Durch innovative Maßnahmen wie virtuelle Meetings mit gemeinsamer Mittagspause haben wir dennoch für eine lebendige und abwechslungsreiche Unternehmenskultur gesorgt.

Kontrolle: Stundenzahl der Aus- und Weiterbildungen, Unfallkennzahlen, Teilnahme am Sportkurs (quantitativ), Rückmeldungen von Mitarbeiter:innen zum firmeninternen Angebot (qualitativ)/Kontrolle durch Personalabteilung

UMWELT

(SDG 12 – Nachhaltiger Konsum und Produktion, SDG 13 – Maßnahmen zum Klimaschutz):

Mit unserem Unternehmensschwerpunkt in der Live-Kommunikation bewegen wir uns in einem ressourcenintensiven Umfeld, in dem es darauf ankommt, wirtschaftliche Interessen mit sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit in Einklang zu bringen.

Operationalisierung: Eine nachhaltige Produktion mit einer hohen Wiederverwendungsrate und integrierte Marketingkonzepte mit Fokus auf digitale Inhalte als Erweiterung der Live-Kommunikation eröffnen uns neue Geschäftsfelder und verschaffen uns einen Wettbewerbsvorteil bei unseren Kunden. Durch die Pandemie hat sich der digitale Tätigkeitsbereich unseres Unternehmens rasch ausgeweitet. Zudem tragen wir zur Ressourcenschonung bei, indem wir erneuerbare Energien nutzen, auf Wiederverwendung setzen und Klimaschutz fördern. Nachhaltigeren Konsum fördern wir, indem wir Klimagerechtigkeit für unsere Kundenprojekte anbieten. Durch Verankerung eines Lieferanten-Kodex für Lieferanten werden wir zu mehr Nachhaltigkeit in der Lieferkette beitragen.

Kontrolle: Kennzahlen Energieverbrauch, Holzverbrauch, Wiederverwertungsrate, Anteil der klimagerechten Projekte, Anteil CSR-zertifizierter Lieferanten (quantitativ)/Kontrolle durch Geschäftsführung und die Produktionsleitung. Die Kontrolle geschieht hierbei auf der Geschäftsführungsebene, der Teamleitungsebene und durch die Personalabteilung, diese legen gemeinsam qualitative Ziele fest.

UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG

(SDG 8 – Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum, SDG 5 – Geschlechtergleichheit):

Geschäftlicher Erfolg basiert auf hohen ethischen Standards. Wir achten die Menschenrechte und treten für die Gleichbehandlung aller Menschen, ungeachtet ihrer Rasse, ihrer ethnischen Herkunft, ihres Geschlechts, ihrer Religion oder ihrer Weltanschauung, ihres Alters oder ihrer sexuellen Identität, ein. Die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben, Richtlinien und Standards ist für uns in einem stark regulierten Branchenumfeld selbstverständlich. Das gilt nicht nur im eigenen Unternehmen, sondern ebenso für die Zusammenarbeit mit Lieferanten und Geschäftspartnern.

Operationalisierung: In einem Handbuch haben wir für alle Mitarbeiter:innen einen verbindlichen Verhaltenskodex für den Umgang mit Kolleg:innen, Geschäftspartnern, Kunden und Lieferanten festgelegt. Durch jährliche Compliance-Schulungen aller Mitarbeiter:innen und Regelkommunikation fördern wir die Einhaltung ethischer Standards bei unseren Arbeitnehmer:innen. Wir arbeiten an der Risikoabbildung unserer Lieferanten und der Etablierung eines CSR-Kodex, um die Einhaltung unserer Standards auch auf unsere Lieferkette auszuweiten.

Kontrolle: Anteil der Lieferanten, die Verhaltenskodex unterzeichnen (quantitativ), Einhaltung von Richtlinien (quantitativ)/Kontrolle durch Geschäftsführung

4. TIEFE DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Wir haben sechs zentrale Aspekte der Nachhaltigkeit für die Wertschöpfung in unserem Unternehmen identifiziert:

Mitarbeiter:innen-Entwicklung:

Dieser Nachhaltigkeitsaspekt umfasst folgende Stufen der Wertschöpfungskette: Konzeption, Kreation und Planung von Veranstaltungen und anderen Kommunikationsmaßnahmen. Nachhaltigkeitskriterium sind unsere Mitarbeiter:innen.

Probleme, die in dieser Wertschöpfungskette auftreten können, sind fehlende Qualifikation und Motivation sowie mangelnder Wissenstransfer. Um dem entgegenzuwirken, bieten wir Weiterbildungsmaßnahmen, Teamveranstaltungen und interne Kommunikationsmaßnahmen an.

Fertigung und Montage:

Dieser Nachhaltigkeitsaspekt umfasst folgende Stufen der Wertschöpfungskette: Konstruktion und Herstellung von Messeständen bzw. Einzelelementen, Nutzung von mehrfach verwendbaren Systemen. Nachhaltigkeitskriterium sind Ressourcen. Probleme, die in dieser Wertschöpfungskette auftreten können, sind kurze Auf- und Abbauzeiten, die einen höheren Ressourcenverbrauch bedeuten können. Um dem entgegenzuwirken, arbeiten wir mit Systembauteilen.

Logistik:

Dieser Nachhaltigkeitsaspekt umfasst folgende Stufen der Wertschöpfungskette: Transport und Lagerung der für den (Wieder-)Einsatz bestimmten Materialien und Elemente. Nachhaltigkeitskriterium sind Emissionen.

Probleme, die in dieser Wertschöpfungskette auftreten können, sind unvermeidbare Fahrtstrecken, die zurückgelegt werden müssen. Um dem entgegenzuwirken, nutzen wir Synergien durch unseren Branchenfokus.

Produktlebenszyklen:

Dieser Nachhaltigkeitsaspekt umfasst folgende Stufen der Wertschöpfungskette: konsequente Wiederverwendung von Materialien und Elementen.

Nachhaltigkeitskriterium sind Ressourcen.

Probleme, die in dieser Wertschöpfungskette auftreten können, sind die für die Messestände vorgesehenen Kommunikationsinhalte, die schnell an Aktualität verlieren und neu produziert werden müssen. Um dem entgegenzuwirken, setzen wir vermehrt auf digitale Inhalte und auf Wiederverwendung der Materialien.

Entsorgung:

Dieser Nachhaltigkeitsaspekt umfasst folgende Stufen der Wertschöpfungskette:

Wiederverwertung, Recycling und fachgerechte Entsorgung.

Nachhaltigkeitskriterium ist die Abfallvermeidung.

Probleme, die in dieser Wertschöpfungskette auftreten können, sind hohe Lager- und Entsorgungskosten. Um dem entgegenzuwirken, setzen wir auf Recycling und Upcycling.

Kommunikation zum Thema Nachhaltigkeit mit Lieferanten und Geschäftspartnern:

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

5. VERANTWORTUNG

Die zentrale Verantwortung für Nachhaltigkeitsthemen übernimmt die Geschäftsleitung. Über das Leitungsteam werden die relevanten Aspekte der Nachhaltigkeitsstrategie in den jeweiligen Fachabteilungen umgesetzt.

6. REGELN UND PROZESSE

Als Unternehmen mit überschaubaren Strukturen haben wir kein feststehendes Regelwerk und keine Prozesse hinsichtlich der Steuerung unserer Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt, sondern können hierbei flexibel agieren, Chancen ergreifen und Herausforderungen annehmen. Die Umsetzung der festgelegten Maßnahmen wird von der Geschäftsleitung und der Teamleitungsebene in die Fachabteilungen kaskadiert.

Relevante Unternehmensbereiche, in denen diese Steuerung stattfindet:

- _ Geschäftsführung
- _ Betrieb
- _ Produktion
- _ Personal
- _ Finanzen
- _ Logistik
- _ Kommunikation
- _ Kreation

7. KONTROLLE

Wir gewährleisten Zuverlässigkeit, Vergleichbarkeit und Konsistenz der Berichterstattung wie folgt: Datenerhebung seit 2018 auf Basis gleichbleibender Bemessungsgrundlagen (z. B. Rechnungen der Holzlieferungen, Energieversorgung, Entsorgungsunternehmen) usw.). Plausibilitätsprüfungen auf Basis der drei o. g. Dimensionen erfolgen durch den Betriebsleiter.

Leistungsindikatoren zu den Kriterien 5 bis 7

Die Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen, an denen wir uns orientieren, umfassen die die zehn Prinzipien des UN Global Compact zu Menschenrechten, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung. Diese Grundsätze sind ein wesentlicher Teil unserer Unternehmenskultur. Unsere darauf basierenden Verhaltensnormen dokumentieren wir in unserem Handbuch für unsere Mitarbeiter:innen und leiten die Belegschaft durch regelmäßige Schulungen zu folgenden Themen an:

- _ gegenseitige Wertschätzung
- _ Verhalten nach außen
- _ Arbeits- und Gesundheitsschutz
- _ Interessenskonflikte
- _ Korruptionsprävention
- _ Umweltschutz
- _ Schutz des Unternehmenseigentums
- _ Umgang mit Informationen
- _ Wettbewerbs- und Kartellrecht

Menschenrechte

Bekanntnis aller Mitarbeiter:innen zu den zehn Prinzipien des UN Global Compact, die wir in unserem Wertekodex festgeschrieben haben.

Arbeitsnormen

Indem wir für die Einhaltung von Arbeitsnormen Sorge tragen, sichern wir die Grundlage unserer Geschäftstätigkeit. Die Umsetzung erfolgt mittels Arbeitssicherheits- und Gesundheitsschutzmaßnahmen.

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.

Wertekodex

Als Mitglied des Branchenverbands fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft e. V. (vormals FAMAB e. V.) haben wir an der Entwicklung des Wertekodex für die deutsche Eventbranche mitgewirkt. In diesem Kodex wurden die Werte Ehrlichkeit, Loyalität, Mut, Respekt, Weitsicht, Verantwortung und Zuverlässigkeit in Bezug gesetzt zu den Stakeholdern (Mitarbeiter:innen, Lieferanten, Kunden und Marktteilnehmer). Die darin beschriebenen Leitsätze und Handlungsempfehlungen bestimmen unseren Umgang mit Geschäftspartnern und Mitarbeiter:innen gleichermaßen – für ein partnerschaftliches Miteinander.

8. ANREIZSYSTEME

Nachhaltigkeitsziele verfolgen wir gemeinschaftlich und koppeln diese nicht an die Vergütung. Uns ist eine faire Bezahlung unserer Mitarbeiter:innen wichtig und wir richten die Vergütung an branchentypischen Gehältern aus. Wir fördern eigene Ideen und unterstützen gesellschaftliches Engagement unserer Mitarbeiter:innen individuell. Wir haben aktuell kein Vergütungssystem, in das unsere Nachhaltigkeitsziele integriert sind. Eine Einführung ist nach heutigem Stand nicht geplant. Nachhaltigkeitsziele werden nicht durch Gremien kontrolliert.

LEISTUNGSINDIKATOREN ZU KRITERIUM 8

Leistungsindikator GRI SRS-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 GRI SRS-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 VON ANSPRUCHSGRUPPEN

Unsere wichtigsten Anspruchsgruppen leiten wir aus der Gesamtbetrachtung in der Nachhaltigkeitsstrategie ab. Eine gängige Methode zur Identifizierung unserer Anspruchsgruppen haben wir bisher nicht angewendet. Mit Blick auf unseren geschäftlichen Erfolg ergeben sich für uns folgende maßgebliche Stakeholder-Gruppen:

Stakeholder-Gruppen	Austausch/Themen
Mitarbeiter:innen	Ständiger Dialog, regelmäßige Information und Ideenaustausch in Teambesprechungen, über unseren Teams-Kanal oder Themenworkshops
Bewerber:innen	Wünsche/Vorstellungen an den Arbeitsplatz (nachhaltiges Handeln) sowie die Anbindung von expopartner an den ÖPNV
Kunden	Ständiger Dialog, Jahresgespräche und Berichte, informelle Abfragen zur Relevanz von Nachhaltigkeitsaspekten
Lieferanten	Jahresgespräche, gezielte Abfragen und informeller Austausch über nachhaltige Produkte

In Bezug auf die soziale Nachhaltigkeit lassen wir Ergebnisse aus dem Dialog mit unseren Mitarbeiter:innen in unseren Nachhaltigkeitsprozess einfließen. Dies sind vorrangig firmeninterne Angebote, die zur Steigerung von Gesundheit und Wohlergehen beitragen.

In Bezug auf die ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit lassen wir die Ergebnisse aus dem Dialog mit unseren Kunden und Lieferanten in unsere Strategie einfließen. Ziele sind eine nachhaltigere Gestaltung der Prozesse und die Wiederverwendung bestimmter Materialien und Produkte.

LEISTUNGSINDIKATOREN ZU KRITERIUM 9

Leistungsindikator GRI SRS-102-44: Wichtige Themen und Anliegen

Tabelle 1: Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen der Stakeholder - Einbeziehung und Reaktionen der Organisation

Anliegen	Stakeholder-Gruppen	Reaktion der berichtenden Organisation
Kommunikation	Mitarbeiter:innen	Befragung der Mitarbeiter:innen, Workshops, Verbesserung der Regelkommunikation
Qualifizierung	Mitarbeiter:innen	Schulungen für persönliche und fachliche Qualifizierung, individuelle Online-Weiterbildungsmöglichkeiten, interner Wissenstransfer
Gesundheit	Mitarbeiter:innen	Arbeitsplatzergonomie, Sportprogramm, Hygienekonzepte
Compliance	Kunden	Schulungen, Verhaltenskodex
Energieeffizienz	Mitarbeiter:innen	Energieaudit und Umsetzung der empfohlenen Maßnahmen
CSR-Richtlinien, nachhaltiger Einkauf	Lieferanten, Kunden	CSR-Verhaltenskodex für Lieferanten ab 2022

10. INNOVATIONS- UND PRODUKTMANAGEMENT

Messeauftritte und Veranstaltungen verursachen CO₂-Emissionen. Um diese ermitteln zu können, wird die Logistik-Kilometerleistung berechnet. Die Auswirkungen auf den Materialeinsatz werden über den Holzverbrauch je bebauter Quadratmeter gemessen.

Nachhaltig gestaltete Produkte und Dienstleistungen

Nachhaltige Geschäftsstrategie:

Wir verstehen den stetigen Wandel in der Kommunikationsbranche als Chance für eine 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. Pandemiebedingt war der Anteil digitaler Leistungen an der Gesamtheit der realisierten Projekte hoch. Dienstreisen waren auf ein Minimum reduziert und durch mobiles Arbeiten entfiel für einen Großteil der Belegschaft der Anfahrtsweg. Dadurch reduzierten sich die CO₂-Emissionen deutlich über diese pandemiebedingten Sondereffekte hinaus. Um Potenzial für Ressourceneinsparungen zu identifizieren und unsere Belegschaft für nachhaltige Produktideen zu sensibilisieren, setzen wir auf regelmäßigen Austausch und Ideensammlungen.

Konsequente Wiederverwendung/Upcycling:

In unseren Produktionsabläufen ist unser nachhaltiges Denken bereits tief verankert und bringt immer wieder neue kreative Ideen hervor. So stellen wir aus Holz- und Stoffabfällen Transportboxen her, lassen aus Bespannungsstoffen Taschen produzieren, spenden Teppichreste an Tierheime und vieles mehr.

Ausgleich der THG-Emissionen:

Zum Ausgleich des durch unsere Geschäftstätigkeit bedingten, unvermeidbaren CO₂-Ausstoßes kooperieren wir mit der FAMAB Stiftung und bieten unseren Kunden für ihre Projekte Ausgleichszahlungen zugunsten von Klimaschutzprojekten an.

LEISTUNGSINDIKATOREN ZU KRITERIUM 10

Leistungsindikator G4-FS11

Prozentsatz der Finanzanlagen, die eine positive oder negative Auswahlprüfung nach Umwelt- oder sozialen Faktoren durchlaufen.

Unser Unternehmen verwaltet keine Kapitalanlagen.

11. INANSPRUCHNAHME VON NATÜRLICHEN RESSOURCEN

Das Unternehmen legt offen, in welchem Umfang natürliche Ressourcen für die Geschäftstätigkeit in Anspruch genommen werden. Infrage kommen hierbei Materialien sowie der Input und Output von Wasser, Boden, Abfall, Energie, Fläche, Biodiversität sowie Emissionen für den Lebenszyklus von Produkten und Dienstleistungen.

Für unsere Geschäftstätigkeit werden folgende Ressourcen in Anspruch genommen, deren Menge dem Bereich der Leistungsindikatoren entnommen werden kann.

- _ Materialien (Betriebsstoffe)
- _ Emissionen (Kraftstoffverbrauch, Kilometerleistung der Fahrzeuge, Heizölverbrauch)
- _ Energie (Stromverbrauch)
- _ Abfall (Abfallbilanz des Entsorgers)

Einflussmöglichkeiten entlang der Wertschöpfungskette

Im Zusammenhang mit unserer Geschäftstätigkeit können negative Auswirkungen auf Ressourcen und Ökosysteme im Bereich Logistik, Materialverbrauch (Holz, Textilien, Metalle) sowie die Abfallentsorgung entstehen. Wir haben entlang der Wertschöpfungskette bereits einige Möglichkeiten zum Umweltschutz identifiziert. Einflussmöglichkeiten bestanden vor allem beim Energieverbrauch. Hierbei 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. Seit 2019 beziehen wir 100 % Ökostrom aus erneuerbaren Energien.

Nur begrenzten Einfluss haben wir auf Emissionen durch unsere Geschäftstätigkeit, insbesondere durch Transport und Mobilität unserer Mitarbeiter:innen. Unsere Betriebsstätte in Flörsheim am Main ist mit öffentlichen Verkehrsmitteln nicht bzw. schlecht erreichbar. Als Ausgleich motivieren wir zu Fahrgemeinschaften, setzen vermehrt auf Elektromobilität und ermöglichen mobiles Arbeiten. Wir stellen unseren Mitarbeiter:innen E-Bikes zur Verfügung. In unserem Fahrzeugpool befinden sich Elektro- sowie ein Hybridfahrzeug; auf dem Betriebsgelände halten wir die notwendige Ladeinfrastruktur vor.

12. RESSOURCENMANAGEMENT

Zu den wesentlichen Umweltrisiken unserer Geschäftstätigkeit gehören der CO₂-Ausstoß durch den Transport der Bauteile für Messestände zu den Veranstaltungsorten, das Material für die Messebauten und die daraus folgende Entsorgung bzw. Wiederverwertung. Um dem entgegenzuwirken, stellen wir Nachhaltigkeit in den Vordergrund unserer Geschäftstätigkeit und haben wir uns folgende Ziele für die Unternehmenstätigkeit gesetzt:

Entwicklung und Vermarktung umweltfreundlicher Produkte:

Es handelt sich um ein quantitatives Ziel, das teilweise schon erreicht worden ist. Die Operationalisierung erfolgt durch die aktive Platzierung des Angebots klimaneutraler Veranstaltungen bei unseren Kunden. 2021 wurde für 13 von 183 Live-Projekten Klimagerechtigkeit über eine Ausgleichszahlung an die FAMAB Stiftung hergestellt.

Förderung von umweltfreundlichem Verhalten:

Es handelt sich um ein qualitatives Ziel, das größtenteils schon erreicht worden ist. Das Bewusstsein für umweltfreundliches Verhalten bei unseren Mitarbeiter:innen ist sehr hoch und das Team bringt viele eigene, leicht umzusetzende Ideen für mehr Nachhaltigkeit ein. Dazu zählen u. a.: ökologisches Toilettenpapier, Lebensmittel aus regionaler Landwirtschaft (Obst, Milch), Upcycling von verwertbaren Materialien, Versand durch DHL GoGreen, Umwandlung des Zierrasens auf dem Betriebsgelände in Insektenwiesen etc.

Nutzung von klimafreundlicher Mobilität:

Es handelt sich hierbei um ein quantitatives Ziel, bei dem wir bereits viel erreicht haben. Als Unternehmen fördern wir die Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs sowie den Umstieg auf Elektromobilität und geben unseren Mitarbeiter:innen die Möglichkeit, E-Bikes zu nutzen. In unserem Fuhrpark setzen wir wo möglich auf Elektro- und Hybridfahrzeuge. Falls möglich, werden alle Fahrten in der Umgebung mit dem Elektro- oder Hybridauto erledigt. Bei weiteren Entfernungen werden Fahrten mit der Deutschen Bahn bevorzugt. Ein konkretes quantitatives Ziel möchten wir hier derzeit nicht benennen, da dieser Bereich einer stetigen Entwicklung unterliegt.

LEISTUNGSINDIKATOREN ZU DEN KRITERIEN 11 BIS 12

Leistungsindikator GRI SRS-301-1: Eingesetzte Materialien

Tabelle 2: Eingesetzte Rohstoffe

Rohstoff	Jahr	Menge	Einheit	Herkunft	Erneuerbarkeit	Messmethode
Holz	2020	63,00	t	extern	erneuerbar	Datenerhebung Gesamtgewicht Holz
Holz	2021	86,00	t	extern	erneuerbar	Datenerhebung Gesamtgewicht Holz

Leistungsindikator GRI SRS-302-1: Energieverbrauch

Tabelle 3: Kraftstoffverbrauch aus nicht erneuerbaren Quellen

Jahr	Nicht erneuerbare Energieträger	Energie (GJ)
2020	Heizöl	294,75
2020	Gesamter Kraftstoffverbrauch	294,75
2021	Heizöl	616,64
2021	Gesamter Kraftstoffverbrauch	616,64

Tabelle 4: Kraftstoffverbrauch aus erneuerbaren Quellen

Jahr	Erneuerbarer Energieträger	Energie (GJ)
2020	Strom	398,56
2020	Gesamter Kraftstoffverbrauch	398,56
2021	Strom	567,31
2021	Gesamter Kraftstoffverbrauch	567,31

Seit dem Jahr 2019 beziehen wir unseren Strom zu 100 % aus Ökostrom.

Tabelle 5: Gesamter Energieverbrauch innerhalb der Organisation

Jahr	Gesamt (GJ)	davon erneuerbar (GJ)	davon nicht erneuerbar (GJ)
2020	693,30	398,56	294,75
2021	1.183,95	567,31	616,64

Leistungsindikator GRI SRS-302-4: Verringerung des Energieverbrauchs

Tabelle 6: Verringerung des Energieverbrauchs

Initiative	Reduktion (in GJ)	Betreffende Energiearten	Basisjahr/ Bezugsgröße	Standards, Methoden und Annahmen
Optimierung des Druckluftsystems	1.125,00	Strom	2018	Jährliche Verringerung der CO ₂ -Emissionen: 585 kg
Anheben der Raumtemperatur im Serverraum	10.512,00	Strom	2018	Jährliche Verringerung der CO ₂ -Emissionen: 5.466 kg
Ersatz der Farbnebelabsaugung	7.058,00	Strom	2018	Jährliche Verringerung der CO ₂ -Emissionen: 2.295 kg
Austausch von Leuchtstoffröhren im Jahr 2016	35.954,00	Strom	2015	Jährliche Verringerung der CO ₂ -Emissionen: 26.208 kg

Leistungsindikator GRI SRS-303-3: Wasserentnahme

Tabelle 7: Gesamtwasserentnahme aufgeschlüsselt nach Quellen (in m³)

Quelle	Wasserentnahme (in m ³) 2020	Wasserentnahme (in m ³) 2021
Wasserversorger	389,00	
Summe aller Quellen	389,00	

Leistungsindikator GRI SRS-306-3 (2020): Angefallener Abfall

In unserem Unternehmen fallen keine gefährlichen Abfälle an, da wir ausschließlich mit ungefährlichen Rohstoffen arbeiten.

Tabelle 8: Art der ungefährlichen Abfälle nach Entsorgungsarten

Abfallart	Menge (in t) 2020	Menge (in t) 2021	Entsorgungsart	Information zur Entsorgungsart
Altholz	72,6	196,34	Recycling	Informationen vom Entsorgungsdienstleister
Gemischte Verpackungsabfälle	14,5	31,29	Recycling	Informationen vom Entsorgungsdienstleister
Mischpapier	12,8	17,27	Recycling	Informationen vom Entsorgungsdienstleister
Gemischte Bau-/ Abbruchabfälle	17,6	56,10	Recycling	Informationen vom Entsorgungsdienstleister
Summe der ungefährlichen Abfälle	117,5	301,00	Recycling	

13. KLIMARELEVANTE EMISSIONEN

Entstehung des CO₂-Ausstoßes durch geschäftsbedingte Logistikleistungen, Individualverkehr sowie Dienstreisen: Da sich unser Unternehmen in einem ressourcenintensiven Geschäftsfeld bewegt, ist es eine Herausforderung für uns, klimarelevante Emissionen zu reduzieren. Wir haben bereits Maßnahmen ergriffen, um Ressourcen einzusparen und den CO₂-Ausstoß zu verringern. Diese sind im Bereich Leistungsindikatoren näher erläutert. Konkrete Reduktionsziele wurden nicht gesetzt, da der Ausstoß mit der tatsächlichen Anzahl an Aufträgen zusammenhängt. Wir setzen auf erneuerbare Energien für die Stromversorgung. Seit Anfang 2019 sind wir auf den Bezug von 100 % Ökostrom umgestiegen. Außerdem wird darauf geachtet, mit den Pkws und Lkws so wenige Fahrten wie möglich durchzuführen. Bei den Reisetätigkeiten der Mitarbeiter:innen werden Zugfahrten bevorzugt. Mobiles Arbeiten kann dazu beitragen, den Individualverkehr zu reduzieren.

Zur Berechnung der Effizienzkennzahlen nutzen wir noch keine Bezugsgrößen, da die Logistik den überwiegenden Anteil der klimarelevanten Emissionen ausmacht und damit unmittelbar mit unserem Geschäftserfolg zusammenhängt. Wir achten bei der Modernisierung unseres Bestandes, zum Beispiel der Firmenfahrzeuge, auf Umweltverträglichkeit, die Reduktion des Energieverbrauchs und die Senkung der CO₂-Emissionen.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 13

Leistungsindikator GRI SRS-305-1 (siehe GH-EN15): Direkte THG-Emissionen (Scope 1)

Zur Berechnung der direkten THG-Emissionen (Scope 1) verwenden wir das Bilanzierungstool ecocockpit der Effizienz-Agentur NRW. Als Konsolidierungsansatz für THG-Emissionen nutzen wir die operative Kontrolle.

Tabelle 9: Direkte THG-Emissionen (Scope 1)

Emissionsquelle	kg CO ₂ -e	Prozentwert (%)
Heizöl	45.563,58	46
Unternehmensfuhrpark Pkw mittelgroß	6.433,00	7
Unternehmensfuhrpark Pkw groß	29.632,50	30
Unternehmensfuhrpark Lkw 7,5 t	14.430,00	15
Unternehmensfuhrpark Lkw 12 t	1.890,00	2
Unternehmensfuhrpark Lkw 40 t	787,50	1
Gesamt	98736,58	100

Leistungsindikator GRI SRS-305-2: Indirekte energiebezogene THG-Emissionen (Scope 2)

Zur Berechnung der indirekten energiebedingten THG-Emissionen (Scope 2) verwenden wir das Bilanzierungstool ecocockpit der Effizienz-Agentur NRW. Als Konsolidierungsansatz für THG-Emissionen nutzen wir die operative Kontrolle.

Tabelle 10: Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)

Emissionsquelle	kg CO ₂ -e	Prozentwert (%)
Ökostrom	0	0

Leistungsindikator GRI SRS-305-3: Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)

Wir erheben noch keine Daten zu den sonstigen indirekten THG-Emissionen (Scope 3), da der administrative Aufwand für uns als mittelständisches Unternehmen zu groß ist.

Leistungsindikator GRI SRS-305-5: Senkung der THG-Emissionen

Tabelle 11: Initiativen zur Emissionssenkung

Initiative	CO ₂ in t	THG-Kategorien	Basisjahr/Referenz	Standards, Methoden und Annahmen
Ökostrom	57,00	Scope 2	2019	Vergleich zum deutschen Strommix
Energieaudit	8,35	Scope 2	2018	

Auch im Jahr 2021 nutzen wir weiterhin zu 100 % Ökostrom.

14. ARBEITNEHMERRECHTE

Wir fördern eine Unternehmenskultur, die auf gegenseitigem Respekt, Wertschätzung und flachen Hierarchien beruht. Die Einhaltung von Arbeitsstandards, das Schaffen fairer Arbeitsbedingungen und umfassende Gesundheits- und Arbeitsschutzmaßnahmen bilden dafür die Basis. Das Aufsetzen der Prozesse hinsichtlich der Rechte der Arbeitnehmer:innen erfolgt nach dem Top-down-Prinzip. Die Geschäftsführung ist auf die Einhaltung dieser Rechte bedacht und überprüft diese regelmäßig in Zusammenarbeit mit der Personalabteilung. Als Organisation mit unter 100 Mitarbeiter:innen haben wir uns aktuell in diesem Bereich keine konkreten Ziele gesetzt, sondern agieren flexibel auf den jeweiligen Bedarf.

Wir beziehen unsere Mitarbeiter:innen über Workshops in Change-Prozesse ein und informieren in regelmäßigen Veranstaltungen über wesentliche Veränderungen. Persönliche Anliegen, unternehmerische Themen, Feedback und Verbesserungsvorschläge können digital oder analog über unsere Rückmeldungsangebote eingebracht werden.

Die Menschen, die bei uns arbeiten, sind für die Entwicklung unseres Geschäfts wesentlich. Nur durch den Austausch, die Ideen und die Kompetenzen unseres Teams können wir uns innerhalb des Marktumfelds abheben. Unsere Mitarbeiter:innen sind in die strategische Unternehmensentwicklung sowie in das Nachhaltigkeitsmanagement involviert. Durch kleine, agile Teams und übersichtliche Leistungsebenen ermöglichen wir die Beteiligung aller Mitarbeiter:innen. Diese findet in Workshops, Coachings, Befragungen und Entwicklungsgesprächen Berücksichtigung. Entsprechende Schlussfolgerungen werden gemeinsam diskutiert.

Gerade im Jahr 2021 war seitens der Mitarbeiter:innen hohes Engagement gefragt, da sich der Schwerpunkt unserer Projekte auf virtuelle Projekte verlagert hat. Dies erforderte Offenheit für Neues, Eigeninitiative und Weiterbildung.

Um unsere Mitarbeiter:innen dabei bestmöglich zu begleiten und bei den zahlreichen Herausforderungen zu unterstützen, haben wir monatliche Updates etabliert, die anonyme Fragen und individuelle Antworten ermöglichten. Dabei ging es um Themen wie Kurzarbeitergeld, Regelungen rund um mobiles Arbeiten, Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz (Hygienekonzept) und coronabedingte bundesweite Richtlinien (z. B. Maskenpflicht, Veranstaltungsabsagen).

Aus unserer Geschäftstätigkeit ergeben sich keine wesentlichen negativen Auswirkungen auf die Rechte der Arbeitnehmer:innen. Wir sind primär im deutschen und europäischen Raum tätig und arbeiten mit eigenen Mitarbeiter:innen sowie Leistungspartnern, welche die geltenden Gesetze und Normen befolgen.

15. CHANCENGERECHTIGKEIT

Wir treten für die Gleichbehandlung aller Menschen, ungeachtet ihrer Rasse, ihrer ethnischen Herkunft, ihres Geschlecht, ihrer Religion oder ihrer Weltanschauung, ihres Alters oder ihrer sexuellen Identität, ein. Wir unterstützen unsere Mitarbeiter:innen, sollten ihre Rechte durch eine dritte Partei verletzt werden. Wir bemühen uns sicherzustellen, dass sich all unsere Mitarbeiter:innen ihrer Rechte bewusst sind. expopartner duldet keine Diskriminierung oder Ungleichbehandlung seiner Beschäftigten sowie etwaige Belästigungen.

In einem Handbuch haben wir für alle Mitarbeiter:innen einen verbindlichen Verhaltenskodex für den Umgang mit Kolleg:innen, 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 oder der sozialen Menschenrechte und anderem unfairen Verhalten werden unsere Mitarbeiter:innen sensibilisiert, diese zu melden.

Maßnahmen zur Chancengerechtigkeit

Bezahlung:

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

Integration/Ausbildung:

expopartner ist ein Ausbildungsbetrieb. Wir kooperieren mit Hochschulen und bieten Schulpraktika an, um jungen Menschen berufliche Perspektiven zu ermöglichen. Zudem bieten wir für alle Mitarbeiter:innen jeglicher Abteilungen Fortbildungen an. Wir sind Mitglied der Ausbildungsinitiative „100%“.

Vereinbarkeit von Familie und Beruf:

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

- _ Jahresarbeitszeitkonten
- _ individuelle Arbeitszeitmodelle und Urlaubstage
- _ Gleitzeit
- _ Mobiles Arbeiten
- _ Möglichkeit einer mehrmonatigen Auszeit („Sabbatical“)

Konkrete Ziele zur Chancengerechtigkeit haben wir bisher nicht formuliert. Wir achten jedoch konstant auf ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis in unserer Organisation, was sich in unseren Kennzahlen zur Diversity widerspiegelt.

16. QUALIFIZIERUNG

In unserem Hauptgeschäftsfeld der Live-Kommunikation unterliegen wir neben allgemeinen Risiken wie dem demografischen Wandel und dem Fachkräftemangel vor allem dem stetigen technologischen Wandel. Darüber hinaus erfordern Trends wie die zunehmende Nachfrage nach Nachhaltigkeitsangeboten bei Messen und Kongressen eine hohe Flexibilität der Mitarbeiter:innen. Auch äußere Faktoren wie die COVID-19-Pandemie benötigen innovative Lösungen.

Um uns in einem hochinnovativen Branchenumfeld zu behaupten, sind die persönliche und berufliche Entwicklung der Mitarbeiter:innen sowie ihre Gesundheit für uns essenziell. Qualifizierung sowie Arbeits- und Gesundheitsschutz stellen deshalb zentrale Aspekte unserer Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie dar.

Zu den Angeboten zählen:

- _ Schulungen zu Kommunikation, systemischem Denken, Handeln und Beraten
- _ Software-Schulungen je nach fachlichem Bedarf
- _ Frei wählbare Online-Schulungsangebote
- _ Schulungen zur Bedienung von Maschinen im Produktionsbereich
- _ Ersthelferschulung
- _ Interne Workshops
- _ Förderung der Kommunikation und des teamübergreifenden Austauschs bei gemeinsamen Mittagessen, Sportaktivitäten, Teambuildings und Festivitäten.

Aktuell stehen Inhalte wie „Digitalisierung in der Live-Kommunikation“ und „Nachhaltiger Messebau“ im Fokus interner Workshops und externer Berufs- und fachspezifischer Schulungen unserer Mitarbeiter:innen.

Neue Mitarbeiter:innen werden über ein umfangliches Onboarding- und Mentoring-Programm bei ihrem Unternehmenseinstieg begleitet.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Um die sicherheitstechnische Betreuung zu verbessern, gesundheitliche Risiken für unsere Mitarbeiter:innen zu reduzieren und auch ältere Mitarbeiter:innen beschäftigen zu können, ergreifen wir folgende Maßnahmen:

- _ Flurförderfahrzeuge mit ergonomischen Sitzen und einstellbaren Bedientableaus
- _ Zentralisierung der Arbeitsplätze: Optimierung der Laufwege
- _ Änderung der Beleuchtung im Arbeitsbereich
- _ 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
- _ Unterweisungen im Bereich Arbeitssicherheit und -ergonomie
- _ Information und Motivation zur Wahrnehmung von Augenuntersuchungen bei Bildschirmarbeitsplätzen
- _ Sportprogramm für alle Mitarbeiter:innen

Ein quantitatives Ziel haben wir für unsere Weiterbildungsinitiative noch nicht formuliert, da sich diese nach dem Bedarf richten. Unsere Kennzahlen für das Jahr 2021 berichten wir unter dem entsprechenden Leistungsindikator.

LEISTUNGSINDIKATOREN ZU DEN KRITERIEN 14 BIS 16

Leistungsindikator GRI SRS-403-9: Arbeitsbedingte Verletzungen

Leistungsindikator GRI SRS-403-10: Arbeitsbedingte Erkrankungen

Im Jahr 2021 gab es keine dokumentierte arbeitsbedingte Verletzung oder einen Arbeitsunfall. Es wurde ein Wegeunfall auf dem Weg zur Arbeit festgehalten, der vier Wochen Arbeitsunfähigkeit nach sich zog. Im Rahmen des Arbeitssicherheits- und Gesundheitsschutzes werden alle Unfälle schriftlich dokumentiert.

Leistungsindikator GRI SRS-403-4: Mitarbeiterbeteiligung zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Ein Verfahren zur Beteiligung der Mitarbeitenden bei der Entwicklung und Umsetzung des Managementsystems für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz existiert derzeit nicht. Jedoch binden wir unsere Mitarbeitenden in das Thema Sicherheit und Gesundheitsschutz ein, indem wir Unterweisungen zu Arbeitssicherheit und Arbeitsplatzergonomie durchführen und bei Bildschirmarbeitsplätzen regelmäßige Augenuntersuchungen anbieten.

Verantwortlich für den Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sind zwei Mitarbeitende aus unserer Organisation. Eine formelle Vereinbarung mit Gewerkschaften existiert nicht.

Leistungsindikator GRI SRS-404-1 (siehe G4-LA9): Stundenzahl der Aus- und Weiterbildungen

Art der Schulung	Stunden (Gesamt)
Compliance-Schulungsprogramm	2.000
Schulung zu Kommunikation, systemischem Denken, Handeln und Beraten	1.000
Software-Schulungen je nach fachlichem Bedarf	650
Schulungen zur Bedienung von Maschinen im Produktionsbereich	100
Ersthelferschulung	80
Gesamt (Stunden) 2021	3.830

Im Jahr 2021 beschäftigte expopartner 2 Auszubildende, 1 duale Studentin und 2 Praktikant:innen.

Leistungsindikator GRI SRS-405-1: Diversität

Tabelle 14: Anzahl der Personen in den Kontrollorganen

Diversitätskategorie	Anzahl Personen in den Kontrollorganen	Anzahl Personen in den Kontrollorganen (%)
weiblich		
männlich	3	100
divers		
< 30 Jahre		
30–50 Jahre	1	33,33
> 50 Jahre	2	66,66

Tabelle 15: Anzahl der Angestellten

Diversitätskategorie	Anzahl Angestellte	Anzahl Angestellte (%)
weiblich	33	54
männlich	28	46
< 30 Jahre	9	14,75
30–50 Jahre	36	59
> 50 Jahre	16	26,25
Gesamtbelegschaft	61	100

Leistungsindikator GRI SRS-406-1: Diskriminierungsvorfälle

Im Berichtszeitraum wurde in unserer Organisation kein Diskriminierungsvorfall gemeldet.

17. 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.

In der externen Betrachtung beschränken wir unsere Entscheidungen für Investitionen und Anschaffungen nicht nur auf ökologische und ökonomische Aspekte, sondern legen den Fokus auch auf die soziale Nachhaltigkeit. 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 und fairen Geschäftspraktiken ein und analysieren diese (kategorisiert nach Unternehmensgröße und Umsatzvolumen) hinsichtlich CSR-Konformität (Methode: Recherche/Abfrage nach CSR-Richtlinien und -Zertifizierungen). Derzeit erarbeiten wir einen entsprechenden Verhaltenskodex, den wir ab 2022 implementieren werden. Eine konkrete Zielsetzung werden wir nach erfolgter Analyse im nächsten Jahresbericht festlegen.

Da unsere Geschäftstätigkeit überwiegend in Deutschland verortet ist, wir den Prinzipien des UN Global Compact folgen und bei der Auswahl unserer Lieferanten auf die Einhaltung der Menschenrechte achten, sehen wir keine wesentlichen Risiken, die sich aus unserer Geschäftstätigkeit ergeben und negative Auswirkungen auf Menschenrechte haben.

LEISTUNGSINDIKATOREN ZU KRITERIUM 17

Leistungsindikator GRI SRS-412-3: Auf Menschenrechtsaspekte geprüfte Investitionsvereinbarungen

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

Leistungsindikator GRI SRS-412-1: Auf Menschenrechtsaspekte geprüfte Betriebsstätten

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 weitestgehend im deutschen und europäischen Raum erfolgt. Hier gelten bspw. die hohen gesetzlichen Standards bezüglich der Menschenrechtsaspekte.

Leistungsindikator GRI SRS-414-1: Auf soziale Aspekte geprüfte, neue Lieferanten

Unsere Organisation überprüft inländische Lieferant:innen und Dienstleistungsunternehmen noch nicht nach sozialen Kriterien. Als Anschlusshaus der ESG Einkaufs- und Servicegesellschaft mbH beziehen wir einen Großteil unserer Waren und Dienstleistungen von Unternehmen, die sich deren strenge Qualitätskriterien und Richtlinien auferlegt haben.

Wir achten 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 GRI SRS-414-2: Soziale Auswirkungen in der Lieferkette

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

18. GEMEINWESEN

Es ist uns ein großes Anliegen, Verantwortung zu übernehmen – in unserem direkten Umfeld und weltweit. Um die Weiterentwicklung der eigenen Branche voranzubringen und mitzugestalten, engagiert sich unser Geschäftsführer Andreas Weber als Finanzvorstand im fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft e. V. für übergeordnete Fragen in unserem Geschäftsfeld und trägt somit zur Entwicklung von Qualitätsstandards bei.

Als Gründungsmitglied der FAMAB Stiftung leisten wir unseren Beitrag zur Reduzierung der CO₂-Emissionen durch Waldanpflanzungen und fördern zudem soziale und gemeinnützige Projekte.

Mit jährlichen Spenden unterstützen wir lokale Einrichtungen und globale Hilfsorganisationen. Unsere Spendensumme für 2021 betrug 3.390 Euro.

2021 unterstützten wir das Gesundheitsamt Wiesbaden bei der Errichtung des COVID-19-Impfzentrums.

Besonders fördern wir es, wenn sich unsere Mitarbeiter:innen über das übliche Maß hinaus in ehrenamtlichen Tätigkeiten engagieren.

LEISTUNGSINDIKATOREN ZU KRITERIUM 18

Leistungsindikator GRI SRS-201-1: Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert

Stichtag: 31.12.2021 Bilanz (erzeugter wirtschaftlicher Wert)

Erlöse: EUR 7.486.329,00

Betriebskosten (ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert)

Betriebliche Aufwendungen (Raumkosten, Versicherungen, Reparaturen und Instandhaltungen, Fahrzeugkosten, Werbe- und Reisekosten etc.):

EUR 1.543.000,00

Personalaufwand (Löhne und Gehälter/Sozialaufwendungen):

EUR 2.398.271,00

Zinsaufwand (Banken/Kreditgeber):

EUR 15.992,00

Steuern (Staat/Kommune):

EUR 180.062,00

Beibehaltener wirtschaftlicher Wert

„unmittelbar erzeugter wirtschaftlicher Wert“ abzüglich des „ausgeschütteten wirtschaftlichen Werts“:

EUR 3.528.869,00

19. POLITISCHE EINFLUSSNAHME

Wir unterstützen politische Interessenvereinigungen, Parteien oder Politiker weder durch Dienstleistungen, Spenden, Mitgliedsbeiträge noch durch sonstige Beteiligungen.

Über unsere Mitgliedschaft im fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft e. V. und die ehrenamtliche Tätigkeit unseres Geschäftsführers Andreas Weber als Finanzvorstand tragen wir aktiv zur Vernetzung und Förderung der Kommunikationsbranche bei und fördern dadurch besonders Nachhaltigkeitsthemen. Der fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft e. V. vertritt die Interessen des sechstgrößten Wirtschaftszweigs auf politischer Ebene, u. a. bei im Jahr 2021 aktuellen Themen wie die Anpassung des Überbrückungsprogramms, eine Verlängerung der Neustarthilfe, die Verlängerung der Kurzarbeit sowie eine Vertretung der Branche durch eine:inen Regierungsbeauftragte:n nach dem Vorbild der:des Beauftragten für Tourismus und Mittelstand.

Bisher wurden keine Kriterien zum politischen Engagement des Unternehmens festgelegt.

LEISTUNGSINDIKATOREN ZU KRITERIUM 19

Leistungsindikator GRI SRS-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

Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Standards, Systeme und Prozesse zur Vermeidung von rechtswidrigem Verhalten und insbesondere von Korruption existieren, wie sie geprüft werden, welche Ergebnisse hierzu vorliegen und wo Risiken liegen. Es stellt dar, wie Korruption und andere Gesetzesverstöße im Unternehmen verhindert, aufgedeckt und sanktioniert werden.

Compliance- und Antikorruptionsrichtlinien

Wir dulden keine Korruption, Bestechung, Preisabsprachen oder anderes rechtswidriges 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 Compliance- und Antikorruptionsrichtlinien für alle Mitarbeiter:innen verbindlich festgehalten.

Im Rahmen der Einarbeitung finden für neue Mitarbeiter:innen umfangreiche Compliance-Schulungen statt und werden für alle Mitarbeiter:innen jährlich aufgefrischt. Sie sind verpflichtend und werden durch die Personalabteilung dokumentiert.

Darüber hinaus führen wir Schulungen zu branchenspezifischen Rahmenbedingungen durch, z. B.

- _ FSA-Kodex (Freiwillige Selbstkontrolle für die Arzneimittelindustrie e. V.)
- _ AKG-Kodex (Arzneimittel und Kooperation im Gesundheitswesen e. V.)
- _ Gesetz über die Werbung auf dem Gebiete des Heilwesens (HWG)

Wir arbeiten an weiteren Zielsetzungen für diesen Bereich.

Sensibilisierung

In jährlichen Pflichtschulungen schulen und sensibilisieren wir die gesamte Belegschaft inklusive Führungskräfte rund um compliancerelevante Themen: Interessenskonflikte, Geschenke und Zuwendungen, Korruptionsprävention, Wettbewerbsrecht, Datenschutz, Informationssicherheit sowie Hinweisgeberverfahren. Zusätzlich informieren wir über Arbeits- und Gesundheitsschutz, Umweltschutz und haben unsere Richtlinien in unserem Verhaltenskodex für alle Mitarbeiter:innen dokumentiert.

Risiken

Mit unserem Branchenschwerpunkt auf die Healthcare- und Life Science-Industrie sind wir in einem streng regulierten Markt mit spezifischen Gesetzen und Richtlinien aktiv (Heilmittelwerbe-gesetz, Antikorruptionsgesetz für das Gesundheitswesen, FSA-Kodex, Pharmakovigilanz etc.). Verstöße würden ein hohes Risiko für unsere Geschäftstätigkeit bedeuten. Auch im Bereich Arbeitsschutz und Sicherheit würden sich aus einer Nichteinhaltung wesentliche Risiken für unsere Mitarbeiter:innen sowie Besuchende der Messestände ergeben. Unser Ziel ist es daher, keinerlei Verstöße zu verzeichnen.

LEISTUNGSINDIKATOREN ZU KRITERIUM 20

Leistungsindikator GRI SRS-205-1: Auf Korruptionsrisiken geprüfte Betriebsstätten

Es wurden keine Betriebsstätten im Hinblick auf Korruptionsrisiken überprüft.

Leistungsindikator GRI SRS-205-3: Korruptionsvorfälle

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

Leistungsindikator GRI SRS-419-1: Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften

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

UNSERE KOMMENDEN VORHABEN

Mitarbeiter:innen:

Zum 19. März 2022 wurde die bundesweite Homeoffice-Pflicht wieder aufgehoben. Wir bei expopartner ermöglichen unseren Mitarbeiter:innen dennoch weiterhin ein mobiles Arbeiten. Dazu wird ein hybrides Modell eingeführt, bei welchem sich die Mitarbeiter:innen für ein teilweises Arbeiten von einem anderen Standort als dem Büro aussprechen können.

Nachhaltigkeit in der Lieferkette:

Auch unsere Lieferanten binden wir in die Einhaltung von Menschenrechtsbelangen, Arbeitsnormen, fairen Geschäftspraktiken und Umweltstandards mit ein. Im ersten Schritt führen wir eine Analyse unserer Lieferanten gestaffelt nach deren Unternehmensgröße sowie Art und Menge der von uns bezogenen Waren bzw. Dienstleistungen durch und fragen ab, welche CSR-Kodizes Zertifizierungen und Labels vorliegen bzw. welche Maßnahmen durchgeführt werden.

In dieser ersten Phase analysieren wir die oberen 20% Lieferanten gemessen am Gesamt-Lieferantenumsatz. Diese differenzieren wir nach Branche/Angebot untergliedert in Material, Logistik und Dienstleistungen.

Die Befragung wird regelmäßig wiederholt, so dass wir so Entwicklungen hinsichtlich von CSR-Strategien bei unseren Lieferanten fortwährend berücksichtigen.

Derzeit arbeiten wir auch an der Implementierung eines CSR-Verhaltenskodex (Lieferantenkodex).

Erste Auswertungen und Kennzahlen zur Verteilung von Unternehmen, die Nachhaltigkeitszertifizierungen vorweisen können, jenen mit umgesetzten nachgewiesenen Maßnahmen, und Unternehmen, die im Entwicklungsprozess sind, sowie Angaben zum Anteil Unternehmen, die den Lieferantenkodex unterzeichnet haben, werden wir im Jahresbericht 2023 veröffentlichen.

Zudem werden wir auf Basis der o.g. Analyse Bereiche identifizieren, in denen wir beim Einkauf und Bezug von Waren und Dienstleistungen gezielt nachhaltige Angebote nutzen können.

Umwelt:

Das Angebot für unsere Kunden, Ihre Messestände klimaneutral zu stellen wollen wir noch stärker in den Mittelpunkt rücken, um die Anzahl der klimagerechten Projekte deutlich zu steigern.

Um die Voraussetzungen für eine kontinuierliche Verbesserung unserer Umweltleistung zu erreichen, planen wir die Einführung eines Nachhaltigkeitsmanagements nach ISO 20121. Eine der wenigen internationalen und branchenspezifischen Normen für die Veranstaltungswirtschaft.

Da die Zertifizierung einen hohen Einsatz an personellen und finanziellen Ressourcen für unser Unternehmen bedeutet, können wir hier noch keinen genauen Zeitplan definieren.

Diversität:

expopartner verankert in seinen Leitlinien eine diverse, inklusive Organisationsstruktur, die u.a. beinhaltet, Führungspositionen unabhängig von Behinderungen, Geschlecht, kultureller sowie sozialer Herkunft, Alter oder sexueller Orientierung sowie Geschlechtsidentität mit Personen der jeweils besten Eignung zu besetzen, um langfristig die nationale und internationale Wettbewerbsfähigkeit zu sichern.