

Aktualisierte Umwelterklärung 2019
des
GCB German Convention Bureau e.V.
(mit den Umweltbilanzzahlen von 2014 - 2018)

Kaiserstr. 53
60329 Frankfurt am Main

Tel. +49 69 24 29 30 0
Fax +49 69 24 29 30 26

E-Mail: info@gcb.de
Web: www.gcb.de

Vorwort

Nachhaltiges Handeln bedeutet für das GCB Verantwortung zu übernehmen: Es dient nicht nur der Umwelt, sondern trägt auch dazu bei, den Spitzenrang Deutschlands als Tagungs- und Kongressziel im internationalen Wettbewerb zu sichern. Seit über 15 Jahren steht Deutschland als Gastgeber internationaler Kongresse auf dem europäischen Spitzenplatz und nimmt weltweit hinter den USA den zweiten Platz ein. Im Jahr 2018 nahmen 412 Millionen Teilnehmer an rund 2,9 Millionen Meetings und Events teil.

Vor diesem Hintergrund möchte sich das GCB als zentrale Marketingorganisation der Veranstaltungsbranche zum einen selbst als vorbildlicher Akteur in Sachen Nachhaltigkeit positionieren und zum anderen mit Maßnahmen für Mitglieder, Partner und Veranstaltungsplaner dazu beitragen, das Bewusstsein für nachhaltige Verantwortung in der Branche stärker zu verankern. Erfolgreiche Beispiele hierfür sind die Seminare zum Nachhaltigkeitsberater, digitale Plattformen und E-Learning Programme zur nachhaltigen Bewusstseinssteigerung sowie der Nachhaltigkeitskodex „fairpflichtet“ für die Veranstaltungsbranche.

Ein Meilenstein für die nachhaltige Entwicklung beim GCB ist ein Managementsystem, das Leitlinien und klare Strukturen liefert. Die Umwelterklärung des GCB stellt die Etablierung dieses Managementsystems ausführlich dar. Damit übernimmt das GCB Verantwortung und regt an, sich aktiv mit dem Thema auseinanderzusetzen.

1. Wer ist das GCB German Convention Bureau e.V.?

Aufgabe des GCB German Convention Bureau e.V. mit Sitz in Frankfurt am Main, einem Büro in Peking, China, und einem Büro in New York, USA, ist es, die Positionierung Deutschlands als eine weltweit führende und nachhaltige Kongress- und Tagungsdestination zu sichern und weiter auszubauen. Validiert nach EMAS ist nur das Büro in Frankfurt am Main.

Im Jahr 2018 fanden in Deutschland 2,89 Mio. Veranstaltungen mit insgesamt 412 Mio. Teilnehmern, davon 37,2 Mio. internationale Teilnehmer¹, statt.

Als Impulsgeber für Innovationsthemen in der Tagungs- und Kongressbranche bietet das GCB seinen Mitgliedern hochwertige Marktforschungsdaten. Durch die Entwicklung von zielgruppenspezifischen Marketingaktivitäten ist das GCB in den internationalen Märkten sowie national präsent und fördert die Mitglieder und Partner bei der Vermarktung ihres Angebotes.

Rund 200 Mitglieder repräsentieren über 450 Betriebe und zählen zu den führenden Hotels, Kongresszentren, Locations, städtischen Marketingorganisationen, Veranstaltungsagenturen sowie sonstigen Dienstleistern aus der deutschen Tagungs- und Kongressbranche.

Preferred Partner des GCB ist die Tourismusagentur Schleswig Holstein, sowie die Maritim Hotels und die Kongressinitiative „do-it-at-Leipzig.de“. Als strategische Partner unterstützen die Deutsche Lufthansa, Deutsche Bahn (DB) und die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) die Arbeit des GCB.

¹ Meeting- & EventBarometer 2018/2019

Kunden, Mitglieder und Partner unterstützt das GCB im Einzelnen mit folgenden Leistungen:

- Ein Netzwerk kompetenter Leistungsträger in ganz Deutschland
- Informationen zum Thema [Green Meetings](#)
- Organisation von Seminaren zum Thema „Nachhaltigkeit in der Veranstaltungsbranche“
- Bereitstellung von Informationen zu [wissenschaftlichen und wirtschaftlichen Branchenkompetenzen](#) in Deutschland, um bei der Wahl eines Veranstaltungsortes auch einen inhaltlichen Bezug zur individuellen Branche herzustellen
- [Anbieterdatenbank](#) zur gezielten Suche nach einem geeigneten Veranstaltungsort auch unter Berücksichtigung nachhaltiger Belange
- Unabhängige Beratung bei der Wahl eines Veranstaltungsortes
- Beratung, Unterstützung und Umsetzung von gemeinsamen Marketingaktivitäten
- Organisation von [Educational Trips](#) und Site Inspections in Deutschland
- Organisation von Kundenevents in wichtigen Quellmärkten, um den Austausch zwischen Veranstaltungsplanern und zentralen Anbietern der deutschen Tagungs- und Kongressbranche zu fördern
- Organisation des [Deutschland-Standes auf der Messe IMEX in Frankfurt](#) und weiteren wichtigen Branchenmessen, um vor Ort mit den Zielgruppen in Kontakt zu treten
- Brancheninformationen und Studien zu den Themen [Trends und Innovationen](#)
- Informationen und Beratung der Kunden, um die Anreise nach Deutschland so effizient und umweltfreundlich wie möglich zu gestalten ([in Zusammenarbeit mit Lufthansa und Deutsche Bahn](#)),
- [E-Mail Newsletter](#) mit Neuigkeiten rund um den Tagungs- und Kongressstandort Deutschland



Das GCB in Frankfurt beschäftigt zurzeit insgesamt 20 Festangestellte, davon teilweise in Teilzeit. Alle Mitarbeiter sind über die letzten Jahre technisch mobil ausgestattet worden. Die für das GCB verantwortlichen Kollegen in USA und China sind bei der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. angestellt und über einen Dienstleistungsvertrag für das GCB tätig.

Die angemieteten Büroräume umfassen eine Fläche von ca. 239 qm in einem Gründerzeit Gebäude. Das Büro ist verkehrsgünstig in der Nähe des Frankfurter Hauptbahnhofs gelegen. Auf Grund dieser Lage benötigt das GCB keinen eigenen Fuhrpark.

Das Gebäude mit mehreren Mietparteien wird über eine Gaszentralheizung beheizt. Die Räume werden über eine zentrale Be- und Entlüftungsanlage mit Frischluft versorgt und optional gekühlt.

Eine zentrale Müllsammelstelle mit den Fraktionen Verpackung, Altpapier und Restmüll steht allen Mietparteien im Keller zur Verfügung.

Die Büroräume werden nur für administrative Tätigkeiten genutzt, daher fällt ausschließlich Sanitärabwasser an.

2. Umwelt- und Nachhaltigkeitspolitik des GCB:

Im Sinne der Nachhaltigkeit hat das GCB den Anspruch, Verantwortung für die Tagungs- und Kongressbranche bei der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen sowie für das eigene Handeln zu übernehmen.

Eine nachhaltige Wirtschaftsweise versteht das GCB als Chance für die Veranstaltungsbranche und vor allen Dingen für einen zukunftsfähigen Standort Deutschland.

Bei einer nachhaltigen Wirtschaftsweise geht es darum, einen Prozess im Unternehmen zu implementieren, der auf eine stetige Verbesserung der Umweltauswirkungen als auch auf eine positive Entwicklung der sozialen Aspekte abzielt.

Eine Dokumentation und Offenlegung der Umweltauswirkungen ist für das GCB auf dem Weg der Nachhaltigkeit selbstverständlich.

Im Fokus steht dabei immer, dass die ökologischen und sozialen Aspekte in einem ausgewogenen Verhältnis zu den ökonomischen Aspekten stehen.

Über die Einhaltung der geltenden rechtlichen Verpflichtungen hinaus erfüllt das GCB den freiwilligen [fairpflichtet Nachhaltigkeitskodex für die deutschsprachige Veranstaltungsbranche](#) und handelt nach den selbst auferlegten [Ethik Code und Compliance-Richtlinien](#).

Umweltbewusstes und ethisch vorbildliches Handeln ist demnach Aufgabe jedes Mitarbeiters.

Mit der Implementierung eines Managementsystems nach EMAS (Eco-Management and Audit Scheme), stellt das GCB sicher, dass sich Umweltschutzaspekte durch die systematische Aufbereitung in seinen Arbeitsabläufen noch stärker widerspiegeln als bisher.

3. Aktivitäten zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie

Die aufgeführten Projekte hat das GCB seit 2011 für die Veranstaltungsbranche beziehungsweise für die eigene Organisation im Sinne der Nachhaltigkeit aufgesetzt und durchgeführt.

1) **greenmeetings und events:** Die Konferenz, welche alle 2 Jahre stattfindet, leistet Hilfestellung für Veranstalter und Pionierarbeit für die Tagungs- und Kongressbranche in Sachen Nachhaltigkeit. Gemeinsam mit Experten verschiedenster Metiers werden auf der Konferenz im Rahmen von Vorträgen, Diskussions- und Fachforen Handlungsempfehlungen und praxisnahe Lösungsansätze entwickelt. Im Rahmen des Meeting Experts Green Award werden in bestimmten Kategorien die nachhaltigsten Unternehmen ausgezeichnet.

2) Mit der Unterstützung der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) entwickelte das GCB Seminare zur Weiterbildung von **Nachhaltigkeitsberatern in der Veranstaltungsbranche**. Das Seminarkonzept, welches seit 2012 durchgeführt wird, wurde fortgeschrieben. Insgesamt haben am Einsteiger-Seminar „Weiterbildung für Nachhaltigkeitsberater in der Veranstaltungsbranche“ 512 Veranstaltungsplaner teilgenommen. Daneben bietet das GCB seit 2014 das Fortgeschrittenen-Seminar „Nachhaltigkeitsberater 2.0“ an. An diesem Seminar haben sich bisher insgesamt 98 Akteure beteiligt.

Anfang 2014 ist das Seminarkonzept als offizielles Projekt der UN Weltdekade ‚Bildung für nachhaltige Entwicklung‘ ausgezeichnet worden.

Im Jahr 2018 wurden die Seminarinhalte zusammen mit externen Beratern überarbeitet und aktualisiert. Themen wie Green IT, Nachhaltig fit und aktuelle Anwenderbeispiele wurden in das Seminarkonzept mit eingebaut und durch eine digitale Fortbildungsreihe unter dem Motto „ Learning Nuggets „ erweitert.

3) Seit dem Jahr 2011 ist das GCB **Green Globe** zertifiziert.

4) Gemeinsam mit dem Europäischen Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. (EVVC) erarbeitete das GCB den **Nachhaltigkeitskodex fairpflichtet** für die Veranstaltungsbranche. Der Kodex orientiert sich am Global Compact der UN.

5) Mitarbeit im DIN Ausschuss ‚**Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement**‘ für die **DIN 20121**.

6) Seit 2014 ist das GCB **EMAS** zertifiziert.

7) 2014 erhielten die Seminare zur Weiterbildung von Nachhaltigkeitsberatern Auszeichnungen als offizielles **Projekt der UN-Weltdekade** für nachhaltige Entwicklung.

8) Ausstellung auf der **Woche der Umwelt 2016** mit Organisation eines Fachforums unter dem Titel : Die nachhaltige Veranstaltung der Zukunft: Virtuell oder real? Was ist technisch möglich und nachhaltig sinnvoll?

9) Integration eines inhaltlichen Nachhaltigkeitsstranges im Rahmen der **Meeting Expert Conference MEXCON**.

10) Entwicklung und Umsetzung eines Nachhaltigkeitskonzepts bei Educational Trips, um Kunden für das Thema Nachhaltigkeit in der Veranstaltungsbranche zu sensibilisieren. Neben dem Ansatz Educational Trips ganzheitlich nachhaltig zu gestalten, unterstützt das GCB seit auch 2016 nachhaltige Projekte vor Ort mit einer Geldspende,

anstatt dem Einsatz von Kundengeschenken. So bekommen auch die Teilnehmer des Educational Trips einen praktischen Bezug zur Nachhaltigkeit in der Region, da die Projekte entweder vorgestellt oder besucht werden.

11) Zusammen mit der Universität Osnabrück entwickelte das GCB German Convention Bureau e.V. im Jahr 2017 Lehrinhalten zum Thema digitales und ressourcenschonendes Management von Tagungen und Kongressen. IT for Green Events ist ein DBU Förderprojekt, das die Universität Osnabrück; FB Informationsmanagement und Wirtschaftsinformatik beantragt und bewilligt bekommen hat.

Kernziel des Projekts ist es, aufzuzeigen, wie digitale Technologien im Rahmen von Tagungen und Kongressen zu einer Minimierung der Ökobelastung genutzt werden können. Hierzu sollen Schulungsunterlagen entwickelt werden, um einen nachhaltigen Wandel in den Gewohnheiten der Akteure der Eventbranche zu erreichen. Es werden also zwei Handlungsfelder besetzt: Entwicklung von Lehrinhalten für die Aus-, Fort- und Weiterbildung und die Verstärkung des Themas in der Branche durch die Kommunikation von digitalen Tagungskonzepten.

Aktuelle Aktivitäten und Erfolge: Nachhaltigkeit im Büro

Ein besonderes Augenmerk bei der nachhaltigen Aufstellung der Geschäftsstelle und bei der Organisation GCB-eigener Veranstaltungen legt das GCB auf

1. die Optimierung des Ressourcenverbrauchs (Energie, Wasser, Papier)
2. den CO₂-Ausstoß bei Reisetätigkeiten (bei Bahnreisen wird ausschließlich das CO₂-freie Veranstaltungsticket genutzt, bei Flügen wird der CO₂-Ausstoß kompensiert, alle Mitarbeiter kommen mit der Bahn oder dem Fahrrad zur Arbeit, es gibt keine Firmenfahrzeuge)
3. eine konsequente Abfalltrennung
4. die Nutzung umweltverträglicher Produkte im Büro
5. Reduzierung von Printprodukten
6. den Einsatz von regionalen und/oder saisonalen Catering-Produkten beziehungsweise die Verwendung von fair gehandelten Produkten
7. Verzicht auf Weitergabe von Give Aways
8. einen nachhaltigen Einkauf, durch die Implementierung eines Lieferantenaudits

Aktuellen Aktivitäten und Erfolge: Nachhaltigkeit in der Außendarstellung

I. Als größter Aussteller auf der internationalen Leitmesse IMEX in Frankfurt, der wichtigsten Fachbesuchermesse für Meetings & Incentive-Reisen in Deutschland, bilanziert und kompensiert das GCB den kompletten deutschen Gemeinschaftsstand mit knapp 200 Ausstellern.

Das GCB hat folgende Maßnahmen ergriffen:

1. Standerstellung / Standbauer
 - Der beschäftigte Standbauer, mac messe- und ausstellungcenter Service GmbH, ist ein in Frankfurt ansässiges Unternehmen (lokaler Dienstleister).
 - Der Standbauer setzt Branchenstandards bei einem ganzheitlich nachhaltigen Standbau ein.

- Im Jahr 2012 hat mac das Zertifikat „Sustainable company powered by FAMAB“ als einer der Pioniere der Branche erhalten. Im Jahr 2015 hat mac einen Green Award in der Rubrik ‚Energiemanagement und Ressourcenschonung‘ erhalten.
- Zusätzlich zu den ökologischen Kriterien haben die Zertifizierer auch die sozialen und ökologischen Aspekte evaluiert.
- DZT und GCB setzen den Stand seit 2011 durchschnittlich 15 Mal jährlich ein.

2. Planung und Organisation im GCB

Zur möglichst klimafreundlichen Gestaltung des Deutschlandstands auf der IMEX 2018 setzte das GCB eine Reihe von Maßnahmen um:

- Die GCB Mitarbeiter nutzten zur Anreise ausschließlich den öffentlichen Nahverkehr.
- Die Produktion von Broschüren sowie der anfallende Müll wurden gegenüber den Vorjahren maximal reduziert (Reduktion & Rücknahme).
- Bei allen Druckerzeugnissen wurde ausschließlich Papier verwendet, welches das Label „blauer Engel Umweltzeichen“ trug.
- Das GCB verzichtete auf die Ausgabe von Give Aways.
- Bei der Organisation des Messeauftrittes bezog das GCB Ökostrom.
- Lanyards wurden aus in Deutschland verarbeiteten PET Flaschen hergestellt und zum wiederholten Mal genutzt.
- Die verwendeten Topfpflanzen wurden in Karben in der Wetterau gezüchtet und bezogen.

3. Aussteller

- Das GCB hielt als Hauptaussteller alle Unteraussteller dazu an, möglichst CO2-neutral zu agieren.
- Die Produktion der Broschüren sollte gering gehalten werden und unter Verwendung von Recyclingpapier erfolgen.
- Allen Ausstellern wurde empfohlen, mit dem Veranstaltungsticket der Deutschen Bahn für 99€, 1.Klasse, beziehungsweise dem öffentlichen Nahverkehr oder zumindest mit mehrfach besetzten PKWs anzureisen.
- Die An- und Abreise mit dem Veranstaltungsticket war komplett CO2-frei.

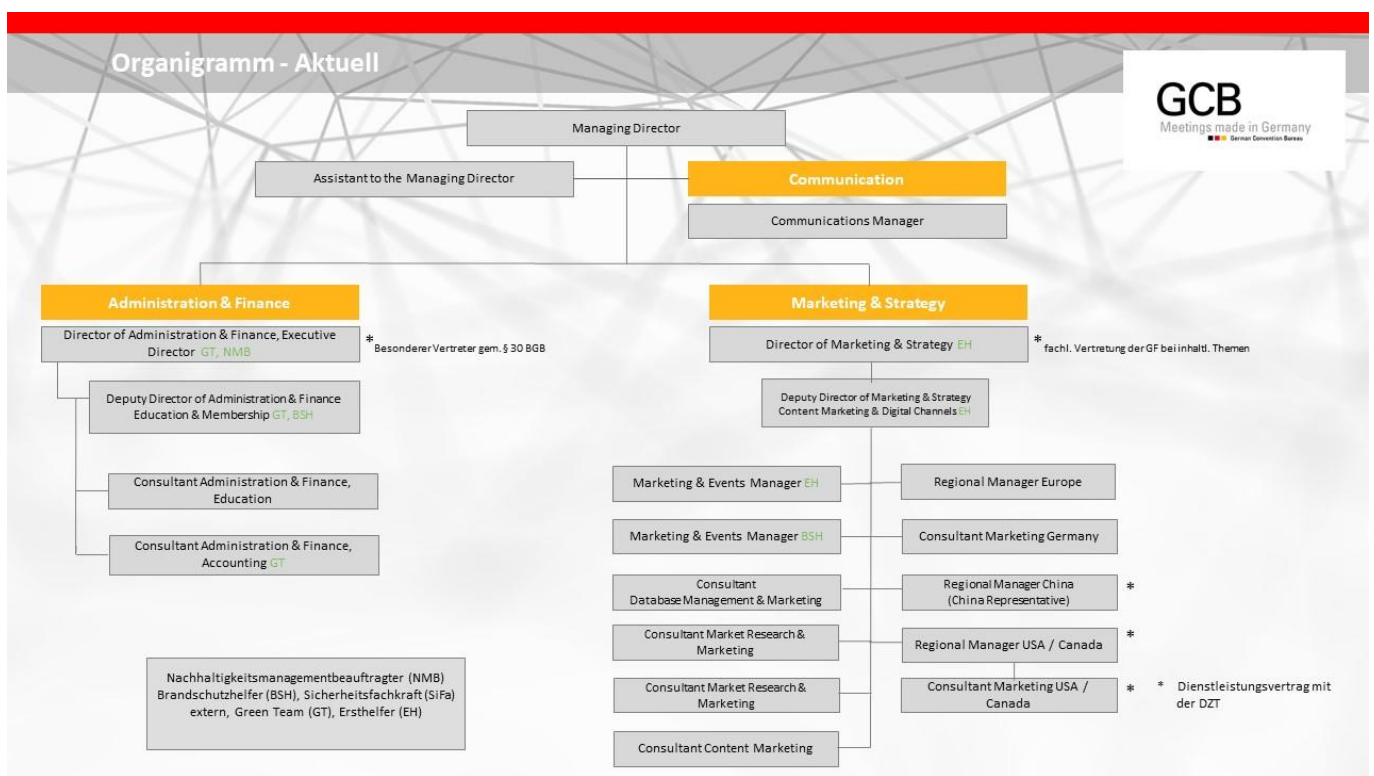
4. Soziales

Das GCB unterstützte die Badge Back Aktion der imex mit dem aktiven Sammeln von alten Badges und einer Barzuwendung von 3.000 €. Mit der Aktion unterstützte das GCB die lokale Charity Organisationen “ Lichtblick “, “ Schwester Sigrid e.V.“ und “ Maisha’s Sewing Project – Integration for African Women Through Sewing “.

5. Catering & Personal

Das beauftragte Cateringunternehmen, die Accente Gastronomie Service GmbH, erfüllte alle in der Ausschreibung festgelegten Nachhaltigkeits-Anforderungen (regional, saisonal, fleischreduziert). Accente bezog regionale Produkte sowie nach saisonaler Verfügbarkeit und verzichtete auf exotische Speisen aus Übersee. Im Heißgetränkereich verwendete Accente ausschließlich Fair Trade-Produkte. Auch ethische und soziale Fragen, zum Beispiel nach den Herstellungsbedingungen importierter Waren, spielen eine Rolle bei unternehmerischen Entscheidungen des Dienstleisters. Es wurden bevorzugt vegetarische und fleischreduzierte Gerichte angeboten. Die Ausgabe kleiner Verpackungseinheiten (zum Beispiel bei Zucker und Milch) oder Flaschen wurde vermieden bzw. reduziert und die Ausgabe des Mittagessens erfolgte unter Verwendung von wiederverwertbaren Speisemarken, sogenannten Öko-Chips.

4. Aufbau- und Ablauforganisation



Die Verantwortlichkeiten im betrieblichen Nachhaltigkeitsmanagement sind im folgenden Organigramm und in einer Verantwortungsmatrix dargestellt, die alle definierten Aufgaben im Umweltmanagement eindeutig einzelnen Funktionsbereichen beziehungsweise Personen zuordnet. Es wird hierbei unterschieden in Gesamtverantwortlichkeit, Durchführungsverantwortung, Mitarbeit, Informationsanspruch und unabhängige Überwachungstätigkeiten.

Ziel des GCB German Convention Bureau e.V. ist es, dem Thema Nachhaltigkeit Ausdruck und Priorität zu verleihen. Daher entschied man sich, die Gesamtverantwortung direkt in der Geschäftsführung anzusiedeln. Seit 2016 zeichnet sich Michael Heidrich, Executive Director für den Bereich Nachhaltigkeit im GCB German Convention Bureau e.V. verantwortlich. Er übernahm die Verantwortung als Nachhaltigkeitsbeauftragter und führt das Green Team,

bestehend aus Frau Sarah Esch (Deputy Director of Administration & Finance) und Frau Beatriz Salguero Zaya (Consultant Administration & Finance) an.

5. Nachhaltigkeitsaspekte und Auswirkungen

Die wesentlichen Umweltaspekte wurden bereits 2014 erfasst und bewertet. Im Jahr 2017 wurden die Umwelt- zu Nachhaltigkeitsaspekte in Bezug auf deren ökonomischen und sozialen Relevanz und deren Risikopotenzial weiterentwickelt und bewertet.

Da die ökologische, ökonomische und soziale Relevanz der Aspekte teilweise unterschiedlich bewertet wurden, wurde am Ende ein Durchschnittswert für die Nachhaltigkeitsrelevanz gebildet. Dieser weicht teils ab von der vorherigen Bewertung der Umweltrelevanz und lässt somit die Prozesse und Tätigkeiten, um die sich das GCB German Convention Bureau e.V. ganzheitlich im Nachhaltigkeitsmanagement kümmert, wieder neu definieren.

Die für das GCB bedeutendsten Nachhaltigkeitsaspekte sind in der nachfolgenden Tabelle aufgeführt.

Prozess	Tätigkeit	Relevante Auswirkung(en) (ökonomisch, sozial, ökologisch)	Nachhaltigkeitsrelevanz
Veranstaltungsmanagement für Mitglieder	Nachhaltigkeitsaspekte des Gebäudes	Ressourcenverbrauch, CO2-Emissionen, gute Arbeitspraktiken, Mitarbeiterzufriedenheit	mittel
	Standortauswahl Location, Verkehrsgünstige Lage	CO2-Emissionen	niedrig
	Catering	CO2-Emissionen, faire Löhne, ökologische Landwirtschaft, Verpackungsvermeidung,	mittel
	Veranstaltungsmaterialien	Ressourcenschonung, Win-Win-Situation, gemeinsame Kommunikation und Sensibilisierung	mittel
	Unterbringung Teilnehmer	Ressourcenschonung (Energie, Wasser)	mittel
	Rahmenprogramm	Ressourcenschonung, CO2-Vermeidung	mittel
Educational Trips für und mit externen Kunden	Sensibilisierung der Kunden durch die Aufnahme von umweltfreundlichen Gebäuden in das Programm	Ressourcenverbrauch, CO2-Emissionen	hoch
	Standortauswahl Location, Verkehrsgünstige Lage	CO2-Emissionen	mittel

Prozess	Tätigkeit	Relevante Auswirkung(en) (ökonomisch, sozial, ökologisch)	Nachhaltigkeitsrelevanz
	Catering	CO2-Emissionen	mittel
	Veranstaltungsmaterialien + Kundengeschenke der Partner (vom GCB sind standardmäßig keine Geschenke vorgesehen)	Ressourcenschonung	mittel
	Unterbringung Teilnehmer	Ressourcenschonung (Energie, Wasser)	mittel
	Rahmenprogramm	Ressourcenschonung, CO2-Vermeidung	niedrig
	Mobilität am Veranstaltungsort	CO2-Emissionen	mittel
	Transport nach Deutschland und innerhalb Deutschlands	Kompensation der CO2-Emissionen	hoch
Seminare Nachhaltigkeitsberater für die Veranstaltungsbranche	umfassende Nachhaltigkeit des Gebäudes	Ressourcenschonung, CO2-Vermeidung	mittel
	Standortauswahl Location, Verkehrsgünstige Lage	CO2-Emissionen	niedrig
	Catering	CO2-Emissionen	mittel
	Veranstaltungsmaterialien, Skripte	Ressourcenschonung	mittel
	Unterbringung Teilnehmer	Ressourcenschonung (Energie, Wasser)	niedrig
	Mobilität	CO2-Emissionen	niedrig
Messepräsentation IMEX	Standbau (ohne Teppichboden)	Ressourcenschonung	niedrig
	Präsentationsmaterial von GCB	Ressourcenschonung	mittel

Prozess	Tätigkeit	Relevante Auswirkung(en) (ökonomisch, sozial, ökologisch)	Nachhaltigkeitsrelevanz
	Präsentationsmaterial von Ausstellern	Ressourcenschonung	niedrig
	Catering	CO2-Emissionen	mittel
	Kundenaktion am Stand	Ressourcenschonung	mittel
Messepräsentation ibtm + IMEX Las Vegas	Standbau (ohne Teppichboden)	Ressourcenschonung	niedrig
	Präsentationsmaterial von GCB	Ressourcenschonung	mittel
	Präsentationsmaterial von Ausstellern	Ressourcenschonung	niedrig
	Catering	CO2-Emissionen	niedrig
	Mobilität	CO2-Emissionen	mittel
	Kundenaktion am Stand	Ressourcenschonung	mittel
Beratung für Veranstaltungsplanung	Sensibilisierung der Kunden durch Beratung zu Green Meeting Möglichkeiten	Ressourcenschonung, CO2-Vermeidung	hoch
Geschäfts-/Dienstreisemanagement	Auswahl des Transportmittels	CO2-Emissionen	mittel
	Auswahl der Unterbringung	Ressourcenschonung, CO2-Vermeidung	mittel
Beschaffung	Beschaffung von Büromaterialien, Nahrungsmittel Büro, Reinigungsdienstleistungen	Ressourcenschonung, CO2-Vermeidung	mittel
	Energieversorgung Strom und Wärme	Reduzierung CO2-Emissionen	niedrig
Energieverbrauch (Strom+Heizung)	Bürobetrieb inkl. EDV + IT	CO2-Emissionen	mittel
Kundenspezifische Medien im Downloadbereich	Newsletter, Infoline, digitale Bekanntmachung der Marktstudien, Jahresbericht	Ressourcenschonung	mittel
Produktion Printmedien	Auswahl Papier, Farbe	Ressourcenschonung, CO2-Vermeidung	mittel
Entsorgung	Produktion von Abfall, Produktion von Abwasser	Ressourcenschonung, CO2-Vermeidung	niedrig

6. Stakeholdermanagement

In einer Mindmap wurden 2013 die relevanten Stakeholder dargestellt. Aus diesem Ergebnis wurde im Jahr 2017 ein Stakeholderaktionsplan entwickelt, der die Erwartungen an und von den Stakeholder aufführt. Daraus wurden Maßnahmen zur Einbeziehung der Stakeholder in den aktiven Dialog formuliert und teilweise in das Verbesserungsprogramm integriert.

Anspruchsperson/-gruppe, Stakeholder	Stakeholder-Anliegen: Anforderungen an das GCB	Auswirkungen für GCB	Erwartungen von GCB an Stakeholder	Bindende Verpflichtungen
1. Mitglieder und Partner: Agenturen, Hotels, Konferenzzentren, Dienstleister der Veranstaltungsbranche, städt. Conventionsbureaus	<ul style="list-style-type: none"> - nationale und internationale Vertretung ihrer Interessen, - Marketingleistungskatalog anbieten, - Plattformen schaffen zum Austausch zwischen den Mitgliedern und Partnern, - Impulsgeber, Vorreiter in der Branche, 	<ul style="list-style-type: none"> - Imagegewinn - Umsatzsteigerung - Vergrößerung des Netzwerkes - Business Development - Wissenstransfer - Kundengewinnung 	<ul style="list-style-type: none"> - proaktive Mitarbeit - regelmäßige Zahlung des Mitgliedsbeitrags - Unterstützung / Vorantreiben inhaltlicher Themen - Beteiligung an Aktionen - offene Kommunikation 	<ul style="list-style-type: none"> *Mitgliedschaft *Business-Partnerschaft
2. Kunden: Verbände (VDI, VDE, ESC), Unternehmen, Agenturen	<ul style="list-style-type: none"> - Vermittlung von Kontakten - Wissenstransfer - Informationsaustausch - Kommunikation mit den Mitgliedern 	<ul style="list-style-type: none"> - Imagegewinn - Umsatzsteigerung - Vergrößerung des Netzwerkes - Business Development - Wissenstransfer - Kundengewinnung 	<ul style="list-style-type: none"> - proaktive Mitarbeit - Unterstützung / Vorantreiben inhaltlicher Themen - Beteiligung an Aktionen - offene Kommunikation 	<ul style="list-style-type: none"> *Kooperative Mitgliedschaft *Dienstleistungsvereinbarungen *Lieferantenbewertung *Nachhaltigkeitskodex für eigene Veranstaltungen
3. Mitarbeiter	<ul style="list-style-type: none"> - sicheren und modernen Arbeitsplatz - sinnvolle Tätigkeit - Arbeitsatmosphäre, Wohlfühlklima - individuelle Arbeitsbedingungen - regelmäßiger, angemessener Lohn - offene und transparente Kommunikation - Weiter- und Fortbildungen - soziale Komponenten - Unternehmensleitfaden, Unternehmensleitlinien 	<ul style="list-style-type: none"> - Investitionen - Mitarbeiterbindung - Qualifikationssteigerung - Mitarbeiter(un)zufriedenheit - Imagegewinn - Steigerung der Rentabilität - Qualitätssicherung der Leistung - Qualitätssteigerung durch effiziente Abläufe 	<ul style="list-style-type: none"> - Aufgaben und Anforderungen erfüllen - offene und transparente Kommunikation - freundlicher und respektvoller Umgang untereinander - proaktive und abteilungsübergreifende Mitarbeit - Teamarbeit, gegenseitige Unterstützung 	<ul style="list-style-type: none"> *Arbeitsvertrag *interne Richtlinien *interne Nachhaltigkeitsstrategie *Selbstverpflichtungen
4. Fördermittelgeber projektbezogen z.B. DBU	<ul style="list-style-type: none"> - Ausschreibung / Projektskizze mit Idee, Konzept, Umsetzungsmaßnahmen, Ziel - Partner, Mitwirkende, weitere Unterstützer, Zeitplan - Ergebniskommunikation 	<ul style="list-style-type: none"> - finanzielle Unterstützung - Imagegewinn - Ansprache neuer Zielgruppen - Projektumsetzung 	<ul style="list-style-type: none"> - finanzielle Unterstützung - Know-How Transfer 	<ul style="list-style-type: none"> *projektbezogene Vereinbarungen
5. Behörden, politische Gremien, Institutionen	<ul style="list-style-type: none"> - Ergebniskommunikation: jährliche Informationen über die dt. Veranstaltungsbranche an das Wirtschaftsministerium - IHK Informationen über EMAS 	<ul style="list-style-type: none"> - Anpassung der Rahmenbedingungen - Anforderungen an interne operative Prozesse - Strategieanpassungen 	<ul style="list-style-type: none"> - Unterstützung inhaltliche und strukturelle Themen - Reputation, branchenübergreifende Kommunikation 	<ul style="list-style-type: none"> *Satzungsauftrag, Reporting *Berichterstattung über EMAS-Managementsystem
6. Partner Initiativen (MISE GmbH, FAIRpflichtet)	<ul style="list-style-type: none"> - operative Umsetzung / Weiterentwicklung der gemeinsamen Ziele - Kommunikation, Repräsentation - jährliche Durchführung einer Messe 	<ul style="list-style-type: none"> - Umsetzung der Messe - Kontakte knüpfen - Akquise - Marketing, Umsatzsteigerung 	<ul style="list-style-type: none"> - Rentabilität der MISE - Akquise neuer Partner, neuer Kunden - eigene Umsatzsteigerung - Marketing 	<ul style="list-style-type: none"> *Selbstverpflichtung *Projektvereinbarungen

7. Umweltkennzahlen: In- und Output-Daten

Im Gegensatz zur Umwelterklärung 2014, in der das GCB German Convention Bureau e.V. die Daten nicht für Kalenderjahre abbilden konnten, da die Räume erst im Laufe des Jahres 2013 bezogen wurden, bildet die nachfolgende Tabelle nun die Daten für vollständigen Kalenderjahre ab.

	2014	2015	2016	2017	2018	Einheit
Bezugsgrößen						
Zahl der Mitarbeiter	14,40	14,66	16,48	15,93	15,93	VZÄ*
Nutzfläche Büro	239,00	239,00	239,00	239,00	239,00	m ²

INPUT

Energieeffizienz						
Gesamter jährlicher Stromverbrauch	11.785	11.080	11.571	10.238	14.043	kWh
Gesamter jährlicher Stromverbrauch pro Mitarbeiter	818	756	702	643	882	kWh/VZÄ*
Gesamter jährlicher Wärmeverbrauch	13.624	14.861	14.360	12.845	14.399	kWh
Gesamter jährlicher Wärmeverbrauch (witterungsbereinigt)**	17.030	16.331	15.277	13.812	17.142	kWh
Gesamter jährlicher Wärmeverbrauch pro Nutzfläche	71	68	64	58	72	kWh/m ²
Gesamter direkter Energieverbrauch Strom und Wärme	28.815	25.941	26.848	24.050	31.185	kWh
Gesamter direkter Energieverbrauch Strom und Wärme pro Mitarbeiter	2.001	1.770	1.629	1.510	1.958	kWh/VZÄ*
Anteil an erneuerbaren Energien an Strom und Wärme in Prozent (100% Ökostrom)	41	43	43	43	45	%
Wasser / Abwasser						
Gesamter jährlicher Wasserverbrauch in Kubikmeter	84,7	90,4	88,4	72,3	76,7	m ³
Gesamter jährlicher Wasserverbrauch pro Mitarbeiter	5,9	6,2	5,4	4,5	4,8	m ³ /VZÄ*

Materialeffizienz						
Gesamter jährlicher Papierverbrauch in Blatt	32.539	16.838	22.566	20.115	18.920	Blatt
Gesamter jährlicher Papierverbrauch pro Mitarbeiter	2.260	1.149	1.369	1.263	1.188	Blatt/VZÄ*
Gesamter jährlicher Papierverbrauch in kg	165,00	86,59	113,41	100,95	95,30	kg
Gesamter jährlicher Papierverbrauch pro Mitarbeiter in kg	11,46	5,91	6,88	6,34	5,98	kg/VZÄ*

OUTPUT

Abfall						
Gesamtes jährliches Abfallaufkommen in Kilogramm	1.560	1.382	1.382	1.835	1.382	kg
Gesamtes jährliches Abfallaufkommen pro Mitarbeiter	108***	94	84	115	87***	kg/VZÄ*
Getrenntsammlungsquote	43	41	41	39	41	%
Emissionen						
CO2-Emissionen aus Wärmeverbrauch	4,27	3,73	3,83	3,47	4,30	t CO2e
CO2-Emissionen aus Stromverbrauch (100% Ökostrom)	0	0	0	0	0	t CO2e
CO2-Emissionen aus Flügen	196	165	165	94	K.A.	t CO2e
CO2-Emissionen aus Bahnfahrten (zu 100% durch die DB kompensiert)	0	0	0	0	0	t CO2e
jährliche Gesamtemissionen von Treibhausgasen in Tonnen CO2-Äquivalenten	4,27	3,73	3,83	3,47	4,30	t CO2e
jährliche Gesamtemissionen von Treibhausgasen pro Mitarbeiter	0,30	0,25	0,23	0,22	0,27	t CO2e /VZÄ*

Die Abfallkennzahlen zeigen nicht die tatsächlich produzierte Müllmenge an, da die Mülltonnen auf die verschiedenen Mieter des Hauses über m² umgelegt werden. Gefährliche Abfälle fallen nur in Kleinstmengen an (Batterien, Leuchtmittel) und werden über zugelassene Sammelstellen entsorgt. Eine Mengenerfassung findet aufgrund des geringen Aufkommens nicht statt. Sonstige direkte Emissionen (NO_x, SO₂, Staub) fallen beim Geschäftsbetrieb des GCB nicht an und werden daher hier nicht berichtet.

Leider ist er Zugang zu allen notwendigen Zahlen und Daten für die Herstellungen der jährlichen Verbrauchswerte dem GCB als reiner Mieter nicht möglich. So ist das GCB abhängig von Informationen Dritter wie Vermieter, städtische Unternehmen etc. Durch verzögerte Ablesungen und Abrechnungen muss das GCB mit dem Umstand umgehen, Verbrauchswerte erst im Jahresverlauf zu erhalten und zu analysieren.

Daraus ergibt sich der Umstand, dass Zielsetzungen bezüglich des eigenen Verbrauches zu Jahresanfang schwer zu definieren sind. Umso erfreulicher stellt sich die Analyse der Verbrauchskennzahlen der vergangenen Jahre dar. Der Papierverbrauch ist deutlich über die letzten 5 Jahre trotz steigender Mitarbeiterzahl reduziert worden.

Der Anstieg im Strom- und Wasserverbrauch ist auf eine strategische Entscheidung innerhalb der Geschäftsführung zurückzuführen. Durch Kosteneinsparanforderung hat man im Jahr 2018 entschieden, im Rahmen des angebotenen Weiterbildungsprogramm für Mitglieder die Seminare, sofern möglich, inhouse in den eigenen Räumlichkeiten stattfinden zu lassen. Entsprechend stiegen auch die Verbrauchswerte trotz gleichbleibender Mitarbeiteranzahl.

Zusammenfassend kann man jedoch eine deutliche Verbesserung mit den eigenen Ressourcen trotz schwieriger Rahmenbedingungen aus dem reinen Mietverhältnis erkennen, so dass sich die eingeführten umweltrelevanten Prozesse und Prozessanpassungen positiv auf den Ressourcenverbrauch auswirken.

*VZÄ = Vollzeitäquivalente

** Witterungsbereinigung anhand Gradtagzahlen des IWU für die Wetterstation Frankfurt-Flughafen

*** Einmalige Aktenvernichtung und Entsorgung von Elektroschrott, **** Einmalige Aktenvernichtung und Entsorgung von Sperrmüll

8. Umweltziele und -programm

Das Umweltprogramm, welches das GCB für jedes Jahr erstellt, soll dazu beitragen, dass sich der Ressourcenverbrauch und CO₂-Ausstoß der umweltrelevanten Tätigkeiten weiter reduziert. Somit übernimmt das GCB sowohl im eigenen Unternehmen als auch in der deutschen Veranstaltungsbranche eine besondere Verantwortung für die Umwelt, indem es Impulse setzt, nachhaltiges Veranstaltungsmanagement als Standard zu etablieren.

Umweltprogramm 2017/2018

Siehe nächste Seite

<i>Ziel</i>	<i>Maßnahme</i>	<i>Laufzeit / Termin</i>	<i>Kommentare</i>
Bewertung der Educational Trips nach nachhaltigen Aspekten			
Sensibilisierung des Themas "Nachhaltigkeit" bei den Mitgliedern	Evaluation bei den Mitgliedern hinsichtlich der nachhaltigen Bestrebungen des GCBs bei der Durchführung der Educational Trips Ziel: Rücklaufquote 80%	nach Durchführung	Rücklaufquote 50% Grund: Befragung von allen Sponsoren/ auch Nicht-Mitgliedern (16), Rückmeldungen von 8 erhalten
1 Educational Trip unter nachhaltigen Aspekten durchführen - Mitglieder	Sicherstellung, dass die ausgewählten Destinationen die nachhaltigen Maßnahmen* laut Umweltprogramm umsetzen. Evaluation nach Durchführung des Educational Trips. Mind. 2 nachhaltige Hotels und Site Inspections einbinden.	01.07.2018	- Reichshof Hamburg, Scandic Hamburg Emporio, Atlantic Hotel Bremen, HafenCity Hamburg, AMS Advanced Mobility Solutions - Nutzung öffentl. Verkehrsmittel, walking tours
1 Educational Trip nachhaltiger gestalten - Kunden	Evaluation des Educational Trips in Bezug auf Nachhaltigkeit	nach Durchführung	1. Do you experience increasing demand for sustainability aspecty in your daily business? - 15% Yes, 85% Yes, somewhat 2. Would you appreciate more sustainable elements in our Edu Trips? -50% Yes -50% I don't care 3. What kind of information/support can the GCB provide you with in order to implement sustainable elements into your event? -Keeping up to date, sustainable hotels
Verbesserung des nachhaltigen			
Überarbeitung der Lehrinhalte zur Schulung von Nachhaltigkeitsberatern	Inhaltliche Überarbeitung mit Experten	30.06.2018	Hat mit dem Referenten Dirk Walterspacher stattgefunden, neues Seminarprogramm entwickelt und in der Kommunikation
Schulung von 15 Nachhaltigkeitsberatern (Einsteiger & Fortgeschritten)	Durchführung von Seminaren zum Thema Nachhaltigkeit	31.12.2018	Es fand nur das Einsteigerseminar mit 10 Personen statt, das Fortgeschrittenen Seminar ist mangels Teilnehmer ausgefallen
Schulung von 10 Nachhaltigkeitsberatern (Inhouse Seminare)	Durchführung von Inhouse Seminaren zum Thema Nachhaltigkeit	31.12.2018	Es fanden 3 Inhouse Nachhaltigkeitsberatertermine statt - Lufthansa, Freiburg und InterCongress
Vermittlung des Nachhaltigkeitsbewusstsein bei Young Professionals der Branche (30 Teilnehmer)	Durchführung eines Nachhaltigkeitsvortrages inkl. Best Practise Beispiel im Rahmen der Weiterbildungsplattform " Learning Lab "	28.07.2018	Wurde durchgeführt durch Frau Köster des Scandic Hotel Frankfurt
Vermittlung des Nachhaltigkeitsbewusstsein in der Branche (30 Teilnehmer)	Durchführung einer onlinebasierenden Learningreihe rund um die Themen IT for Green Events, Nachhaltigkeitskommunikation, etc.	01.07.2018	Umsetzung einer Online Nachhaltigkeitsreihe namens " Learning Nuggets ", Beginn Mitte April mit insgesamt 10 Ausgaben, weiterhin auf der GCB Webseite abrufbar
Ressourceneinsparung			
Papierverbrauch pro Mitarbeiter in 2018 auf dem gleichen Niveau wie 2017 trotz Mitarbeiterzuwachs um 3 Mitarbeiter	Mitarbeitersensibilisierung, Digitale IT Infrastruktur, Fehldrucke als Schmierpapier verwenden	31.12.2018	Evaluierung über Input / Output Analyse 2019
Einsparung von Reisekosten und somit von Mitarbeiterreisen (CO2 Emission)	Umstellung auf digitale Vernetzung, digitale Beteiligung von Mitarbeitern und Mitgliedern	31.12.2018	Erhöhung der rReisekosten 2018 ggü. 2017 aufgrund höherem Beratungsaufwand der Mitglieder bezüglich strategischer Erweiterung im Jahr 2018 durch GCB@Home
Durchführung von nachhaltigen internen und externen Projekten			
Alle neuen Mitarbeiter erhalten Einblick in die Nachhaltigkeitsstrategie des GCB und werden mit den Prioritäten und Zielen des GCB im Bereich Nachhaltigkeit vertraut gemacht	Onboarding Gespräche	31.12.2018	Onboarding Prozess wurde Ende 2017 neu gestaltet und aufgesetzt, darin enthalten ein Termin über das Thema " Nachhaltigkeit im GCB und in der Branche "
Schulung aller neuen Mitarbeiter zum Nachhaltigkeitsberater	Teilnahme am GCB-Seminar	31.07.2018	Alle neuen Mitarbeiter (VK, SSE, TR, LW) waren Teilnehmer am Einsteigerseminar am 11.07. in Stuttgart
Lieferanten Entwicklung verbessern (Forführung aus Umweltprogramm 2017)	Ergebnisse kommunizieren, Gespräch anbieten, Informationsmaterialien bereitstellen	01.08.2018	Erste Gespräche haben stattgefunden (NCI, Pixelpaten), weitere Lieferanten müssen noch angesprochen werden, Informationsmaterial muss erstellt werden
Reduzierung der CO2 Emissionen um 5 % im Reiseverkehr	CO2 Dokumentation der Bahn & Flug	31.12.2018	CO2 Dokumentationen für 2018 liegen uns seitens LH und DB noch nicht vor
Kommunikation der erfolgreichen Revalidierung	Newsletter & Infoline an Mitglieder und Kunden	01.07.2018	Erfolgreiche Revalidierung wurde über Newsletter und Social Media kommuniziert, zudem auf unserer webseite angepasst

Fazit:

Durch die Installation eines Managementsystems und dessen Fortführung geht das GCB den Weg strukturierte Nachhaltigkeit sowohl im eigenen Unternehmen als auch in der deutschen Tagungs- und Kongressbranche zu etablieren und als Standard zu manifestieren, konsequent weiter.

Nur durch die stetige Überprüfung der eigenen Nachhaltigkeitsleistung ist es möglich, die eigenen Prozesse kontinuierlich zu verbessern und Abläufe systematisch zu steuern.

Denn nur eine strategische Nachhaltigkeit hat langfristig Aussicht auf Erfolg. In diesem Sinne versucht das GCB eine Vorbildfunktion einzunehmen und als Branchenverband Verantwortung zu übernehmen.

Die nächste validierte Umwelterklärung des GCB German Convention Bureau e.V. erscheint Juni 2020.

Nachhaltigkeitsmanagementbeauftragter seit 01.09.2016:

Michael Heidrich
Head of Administration and Finance
Executive Director

German Convention Bureau e. V.
Kaiserstraße 53
60329 Frankfurt/Main
Tel.: +49 69 2429-300
Fax: +49 69 2429-3026
E-Mail: info@gcb.de
Internet: www.gcb.de

Social Media:

twitter.com/GCB_Deutschland
twitter.com/GermanyMeetings
facebook.com/GermanConventionBureau
linkedin.com/company/german-convention-bureau