

1. STRATEGIE. Nachhaltiges Wirtschaften heißt strategisch handeln, in Führung gehen und heißt Integration in die Unternehmensprozesse.

| Thema | Ziele & Maßnahmen | Ergebnisse/ Indikatoren | Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung | Verweise |
|---|---|---|---|--|
| Implementierung des Nachhaltigkeitsgedanken im Unternehmen | [Schulung eines Mitarbeiters zum Nachhaltigkeitsberater (GCB) und Benennung zum Nachhaltigkeitsbeauftragten Einbindung aller Unternehmensbereiche im Rahmen einer Befragung und eines Nachhaltigkeitsworkshops] | [Ansprechpartner für interne und externe Belange In 2014 sind Befragungen in allen Unternehmensbereichen und ein Workshop geplant!] | [Schulung 2015 erfolgt ✓] | [] |
| Kommunikation des Nachhaltigkeitsgedanken | [Implementierung und Darstellung des Themas auf der Internetseite des Unternehmens / Social Media / Newsletter Periodische Information aller Mitarbeiter] | [Identifikation mit dem Thema Nachhaltigkeit] | [Implementierung auf Internetseite, Social Media und im Newsletter erfolgt ✓] | www.cc-bs.com/Nachhaltigkeit |

2. Nachhaltigkeit wird vor allem als CHANCE verstanden; zur Lösung von Auswirkungen unternehmerischen Handelns in der Zukunft und zum Nutzen aller.

| Thema | Ziele & Maßnahmen | Ergebnisse/ Indikatoren | Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung | Verweise |
|--|---|--|--|----------|
| Nachhaltigkeit als Chance für das Unternehmen | [Wettbewerbsvorteile sichern Reduzierung des Energiebedarfs und damit der Energiekosten Vermeidung von unnötigem Rohstoffverbrauch Stärkung des Umweltbewusstseins] | [Siehe Ressourcen und Energie] | [Laufende Betrachtung in den Meetings der Geschäftsleitung] | [] |



3. Der nachhaltige Unternehmer erfüllt seine Verantwortung in der Region zur Steigerung des GEMEINWOHLS

| Thema | Ziele & Maßnahmen | Ergebnisse/ Indikatoren | Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung | Verweise |
|-----------------------------------|---|---|---|--------------------------------------|
| [Beschaffung] | <p>[Beauftragung von regionalen / örtlichen Lieferanten und Dienstleistern → zur wirtschaftlichen Stärkung der Region → Reduzierung des CO₂-Ausstoß → Prinzip der „Kurzen Wege“]</p> <p>Zusammenarbeit mit Lieferanten, die sich nachhaltig engagieren.</p> <p>Bestellungen / Einkäufe (Büromaterial / Reinigungsmittel etc.) werden gesammelt und zu einem festgelegten Zeitpunkt bestellt.]</p> | [Umsetzung bei der Beauftragung von Technikdienstleistern, Reinigungsunternehmen, Werbeagenturen, Druckereien, etc.] | [Ausschließlich regionale / örtliche Lieferanten und Dienstleister beauftragt ✓] | [] <input type="button" value="+"/> |
| [Catering / Gastronomie] | [Sensibilisierung der Gastronomiepartner: → Regionales Getränke- und Speiseangebot im Gastronomiebereich → Verwendung von Glas / Porzellangeschirr (kein Einweggeschirr)] | [Verwendung von regionaler & frischer Ware . speziell Schönbuch / Heckengäu] | <p>Information an Cateringpartner erfolgt ✓</p> <p>Umsetzung im Prozess</p> | [] |
| [Kooperationen] | [Zusammenschluss der großen Kongresshäuser in der Region zur „Kongress Allianz Region Stuttgart“] | [Austausch / Regelmäßige Treffen] | <p>Zusammenschluss zur Kongress-Allianz erfolgt ✓</p> <p>Das sind insgesamt 13 Veranstaltungsstätten im Ballungszentrum Stuttgart, mit regelmäßigen Meetings,</p> | [] |

| | | | | |
|---|---|--|---|--|
| | | | gemeinsamen Projekten und einem intensiven Erfahrungsaustausch u. a. auch zum Thema Nachhaltigkeit | |
| Soziales Engagement / Beitrag für die Region | <p>Aktivitäten von örtlichen Vereinen und Organisationen werden unterstützt und gefördert Kultur-Abonnement gemeinsam mit Leonberg (<i>noch bis Ende Mai 2014</i>) - Erfüllung der Kulturaufträge der Städte Böblingen / Sindelfingen</p> <p>Spende von ausgedientem IT-Equipment an das ejw (Evang. Jugendwerk der Gesamtkirchengemeinde Böblingen) zu Gunsten des Projekts "Feste Burg". Die gespendeten Geräte werden in Kooperation mit einem örtlichen Entsorgungsfachbetrieb aufbereitet und die erzielten Erlöse für das Projekt "Renovierung Feste Burg" verwendet.</p> | Regelmäßig wiederkehrende Vereinsveranstaltungen | <p>Spenden erfolgt ✓</p> <p>Des Weiteren erfolgten Spenden von Sponsoringprodukten einer Eigenveranstaltung ✓</p> | |

4. ÖKONOMIE in Ausgewogenheit mit Ökologie und sozialen Aspekten sind gleichberechtigte Anliegen für eine langfristige Stabilität des Unternehmens.

| Thema | Ziele & Maßnahmen | Ergebnisse/ Indikatoren | Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung | Verweise |
|--------------------------|---|---|--|----------|
| [Vertragspartner] | [Aufbau und Erhalt stabiler und langfristiger Geschäfts- und Kundenbeziehungen] | [Externe Befragung (siehe Selbstverpflichtung)] | [wird stetig umgesetzt ✓] | [] |
| [Unternehmensstabilität] | [Arbeitsplätze sichern und erhalten] | [Erschließung neuer Geschäftsfelder Sicherung der Einnahmen u.a. durch Vertriebsmaßnahmen] | [neue Geschäftsfelder werden erarbeitet und implementiert] | [] |
| [Finanzen] | [Bank-Konten unter anderem bei Kreditinstituten die sich sozial, kulturell und ökologisch engagieren] | [Jährlicher Bericht wird geprüft, ob unser Anspruch erfüllt wird] | [] | [] |

+

5. Verantwortlicher Umgang mit RESSOURCEN UND ENERGIE heißt 1. vermeiden, 2. vermindern und 3. regenerierbar ersetzen.

| Thema | Ziele & Maßnahmen | Ergebnisse/ Indikatoren | Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung | Verweise |
|--------------------|---|--|---|----------|
| [Recycling] | [Konsequente Mülltrennung in den Locations und den Büroräumlichkeiten Fachgerechte Entsorgung von Sondermüll] | [Trennung in Verpackung, Papier, Reststoffe Organisation so gestaltet, dass auch Fremde (Mieter / Dienstleister) das Prinzip verstehen] | [wird stetig umgesetzt ✓] | [] |
| [Druckerzeugnisse] | [Verringerung der Druckerzeugnisse → Angebote werden aussch. digital verschickt → Standarddruckeinstellungen (schwarz / weiß; Duplex-Druck) → Verwendung von Fehldrucken als Schmierpapier → Reduzierung bei der Produktion von Broschüren / Flyern / Plakaten → Einführung eines digitalen Dokumentenmanagements → Einsatz von Tablets] | [Senkung des Papier- und Tonerverbrauchs Reduzierung von Print im Verwaltungsbereich Pressespiegel und Bildarchiv sind bereits komplett digitalisiert Slogan <i>sThink before print</i> in der E-Mail Signatur] | Bestandteil der Unternehmenskommunikation und wird stetig umgesetzt ✓ Stetige Reduzierung von Print-Produkten in der Verwaltung, Presseartikel werden eingescannt und digital abgelegt | [] |
| [Kurze Wege] | [An unseren Veranstaltungsstätten stehen keine direkten Übernachtungsmöglichkeiten zur Verfügung. Fahrten zwischen Hotel und Veranstaltungsstätte sollen deshalb möglichst kurz sein bzw. ganz vermieden werden.] | [Durch vereinbarte Sonderkonditionen haben die Veranstalter / Besucher die Möglichkeit in zahlreichen Hotels im näheren Umkreis | [Veranstalter werden auf ÖPNV angesprochen, bei Großveranstaltungen auf dem Festplatz Flugfeld ist ÖPNV Ticket verpflichtend ✓] | [] |

| | | | | |
|--------------------------------------|--|--|--|---|
| | | zu übernachten. Durch die Lage im Stadtzentrum sind viele der Unterkünfte fußläufig erreichbar.] | | |
| Mobilität / Verkehrsanbindung | <p>Kunden werden frühzeitig auf die versch. Anreisemöglichkeiten hingewiesen. → Öffentlicher Nahverkehr fußläufig erreichbar → Flughafen Stuttgart befindet sich in unmittelbarer Nähe → direkte Anbindung an die Autobahn</p> <p>Fahrgemeinschaften bei Dienstreisen]</p> | <p>Neue Anfahrtsbeschreibungen und direkte Verlinkungen (bspw. Deutsche Bahn, Flughafen, ÖPNV) auf der Homepage]</p> <p>Bei Großveranstaltungen ist das ÖPNV-Ticket in der Regel obligatorisch.</p> | in den Abläufen verankert ✓ | http://www.cc-bs.com/Lde/start/Service+Info/Anfahrt.html] |
| Energie / Verbrauch | <p>Energetische Untersuchung einer Halle wurde in Auftrag gegeben und durch einen unabhängigen Gutachter durchgeführt. Prüfung der daraus resultierenden Erkenntnisse.</p> <p>→ Fortsetzung der kontinuierlichen Umrüstung auf LED-Lampen und Energiesparende Güter</p> <p>→ Dringend erforderlicher Austausch der Glasflächen im Foyer der Stadthalle]</p> | <p>Fertigstellung des Berichts Ende März 2014</p> <p>Beschattung bleibt über die Wintermonate generell ausgeschaltet → Nutzung der Sonnenwärme</p> <p>Umrüstung der Handtuchspender in den Toilettenanlagen (Sensoren für sparsamen Papierverbrauch)</p> | <p>LED-Beleuchtung wurde in der Kongresshalle komplett erneuert ✓ , Stadthalle ist im Prozess der Umrüstung</p> <p>Glasflächen-Austausch wurde wegen anderen dringenderen Sanierungen zurückgestellt, in mittelfristiger Gesamtplanung enthalten</p> <p>Regiekabinen-Sanierung -> wird in die Investplanung aufgenommen ✓</p> | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | <p>Umbau der Spülanlagen (Einsatz von Wasserspartasten bei den Toilettenspülungen) beim Umbau 2014 geplant</p> <p>Abschaffung der alten Getränkeautomaten</p> <p>Installation von Bewegungsmeldern in einem Bürotrakt</p> <p>Hinweise an alle Mitarbeiter zum Energiesparen</p> <p>Einstieg in ein Investitionskonzept</p> | <p>Dachsanierung 2016 in Stadthalle erfolgt ✓</p> <p>Kühlungsanlagen-Austausch in Stadthalle erfolgt ✓</p> | | |
|--|--|--|--|--|--|

6. Verantwortlicher Der nachhaltige Arbeitgeber erfüllt eine anspruchsvolle SOZIALKOMPETENZ gegenüber seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, steigert deren Qualifikation und sichert die Beschäftigung.

| Thema | Ziele & Maßnahmen | Ergebnisse/ Indikatoren | Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung | Verweise |
|---------------------|--|--|---|----------|
| [Arbeitszeitkonto] | [Jahresarbeitszeitkonto / Gleitzeitregelungen im Unternehmen; Altersteilzeitregelungen] | [] | [Stetige Umsetzung ✓] | [] |
| [Qualifizierung] | [Kontinuierliche Fort- und Weiterbildung; Qualifizierung aller Mitarbeiter] | [Fortbildungen im Vertrieb; Messe- und Ausstellungsbesuche; Seminar sStil und Etikette%o Fachzeitingen; E-Paper] | <p>stetiger Prozess, kontinuierliche Entwicklung ✓</p> <p>hier wird besonders darauf geachtet, welche Fortbildungen zur jeweiligen Tätigkeit Sinn macht ✓</p> <p>Abonnements von Fachzeitingen und E-Papers für alle Mitarbeiter ✓</p> <p>Messebesuche werden zur Marktanalyse eingesetzt ✓</p> | [] |
| [Bildung] | <p>[Ausbildungsbetrieb in versch. Bereichen:</p> <p>[→ Bachelor of Arts im Bereich Messe-, Kongress- und Eventmanagement</p> <p>→ Veranstaltungstechniker/In (IHK)</p> | 9 Auszubildende / Studenten / Praktikanten im Jahr 2013 | 7 Auszubildende / Studenten im Jahr 2016 (Stand August 2016) | [] |

| | | | | |
|----------------------|--|--|--|--|
| | → Veranstaltungskaufmann/frau (IHK) → Aufnahme von Bogy-Praktikanten] | | | |
| Verantwortung | Ergreifen von Maßnahmen zur Verringerung von Gesundheitsgefahren am Arbeitsplatz | Reduzierung und Verzicht von aggressiven bzw. chemischen Stoffen (vor allem bei Reinigungsmitteln) zum Schutz der Mitarbeiter und der Umwelt | | |

7. Aus RESPEKT vor den Menschen setzt sich der nachhaltige Unternehmer für die Einhaltung der Menschenrechte ein und richtet sich gegen jede Form von Diskriminierung und Korruption.

| Thema | Ziele & Maßnahmen | Ergebnisse/ Indikatoren | Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung | Verweise |
|------------------------|---|---|--|----------|
| [Frauenquote] | [Frauenquote von 42% im gesamten Unternehmen Frauenquote von 70% in der Geschäftsleitung] | [21 weibliche festangestellte Mitarbeiterinnen] | [weiterhin 21 weibliche festangestellte Mitarbeiterinnen] | [] |
| [Barrierefreiheit] | [Locations sind Barrierefrei] | [Behinderten-WCs; Aufzüge; breite Türen; spezielle Rampen; Sitzgruppen in den Foyers speziell für ältere Menschen] | [in der Kongresshalle wurde eine Treppenraupe angeschafft, um die Salons besser erreichen zu können] | [] |
| [Anti-Diskriminierung] | [Mitarbeiter bzw. künftige Mitarbeiter werden nicht diskriminiert aufgrund von: → Geschlecht | [] | [Stand 2014 noch aktuell ✓] | [] |



| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">→ Ethnischer Zugehörigkeit→ Sexueller Ausrichtung→ Behinderung | | | | |
|--|--|--|--|--|--|

8. OFFENHEIT ist eine Einstellung. Transparenz der Maßnahmen für Nachhaltigkeit ist die Konsequenz.

| Thema | Ziele & Maßnahmen | Ergebnisse/ Indikatoren | Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung | Verweise |
|------------------------|---|--|---|---|
| Fairpflichtet] | [Unterzeichnung und Umsetzung des Nachhaltigkeitskodex der Veranstaltungswirtschaft fairpflichtet%] | [Siehe im Bericht bzw. in der Dokumentation des Fortschritts durch den Fortschrittsbericht] | [erfolgt ✓] | [http://www.cc-bs.com/,Lde/start/Service+Info/Nachhaltigkeit.html www.fairpflichtet.de] |
| Öffentlichkeitsarbeit] | [Darstellung des Nachhaltigkeitsgedanken und Transport der Philosophie nach außen → Homepage → E-Mail Signatur → Pressemitteilungen] | [| [vollständig erfolgt, Vernetzung mit Fairtrade der Städte Böblingen und Sindelfingen angedacht ✓] | [http://www.cc-bs.com/,Lde/start/Service+Info/Nachhaltigkeit.html] |



9. Die freiwillige SELBSTVERPFLICHTUNG zur Nachhaltigkeit ist eine Pflicht an sich selbst, die zum Anspruch der Gesellschaft wird.

| Thema | Ziele & Maßnahmen | Ergebnisse/ Indikatoren | Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung | Verweise |
|---------------------|---|---|--|----------------------|
| [ECOfit] | [Teilnahme der damaligen CCB (CongressCentrum Böblingen) am Förderprogramm ECOfit] | [Auszeichnung / Zertifizierung 2007 / 2008] | [weiterhin aktuell ✓] | [ECOfit Zertifikat] |
| [Kundenbefragungen] | Externe Qualitätsmessung | [Regelmäßige Umfragen / Auswertungen bezüglich der Kundenzufriedenheit mit der Location, dem Umfeld, den Mitarbeitern etc.] | [erfolgt ✓ Umfragen von externem Dienstleister (hier werden Veranstalter befragt) sowie auch von CCBS (hier werden Besucher befragt)] | [|

10. Der nachhaltige Unternehmer setzt ANREIZE zum Umdenken und Handeln, um Mitarbeiter und Marktpartner in einen ständigen Verbesserungsprozess der Nachhaltigkeit einzubeziehen.

| Thema | Ziele & Maßnahmen | Ergebnisse/ Indikatoren | Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung | Verweise | |
|---|---|--|---|----------|---|
| [Einbindung von Kunden, Lieferanten und Geschäftspartnern] | [Einbindung von Ökologie und Nachhaltigkeit in das Qualitätsmanagements] | [Entsprechende Maßnahmen in 2014 geplant] | [stetiger Prozess, der weiterhin verfolgt wird] | [] | + |

Erläuterungen zum Fortschrittsbericht

Seit 2014 arbeiten wir aktiv an der Umsetzung und Optimierung unseres Nachhaltigkeitskonzeptes. Gemeinsam mit unseren Dienstleistern und Lieferanten ziehen wir am gleichen Strang, um einen einheitlichen und fortwährenden Prozess der Unternehmenskommunikation zu gewährleisten. Wir streben auch weiterhin nicht nur nach einmaligen und emotionalen Events, sondern wollen nachhaltige und faire Veranstaltungen durchführen.

| Firmierung | Berichtszeitraum | Datum |
|---|--|-----------------------------|
| [Congress Center Böblingen / Sindelfingen GmbH Schillerstr. 23 71065 Sindelfingen] | [April 2013 - April 2014 April 2014 . August 2016] | [17.04.2014 17.08.2016] |

| Verantwortliche Person | E-Mailadresse | Telefonnummer |
|--------------------------------|------------------|---------------|
| Georg Sommer (Geschäftsführer) | sommer@cc-bs.com | 07031-4911-0 |