

TRIWiCON



PARTNER FÜR MESSE, KONGRESS UND TOURISMUS
WIESBADEN



WIESBADEN



Wiesbaden Congress &
Marketing GmbH

Nachhaltigkeitsstrategie

der TriWiCon und Wiesbaden
Congress & Marketing GmbH

Stand: Dezember 2023

1. Einleitung	3
1.1 Definitionen zur Verständlichkeit	4
1.2 Erläuterung SDGs	5
2. Herausforderungen auf dem Weg zu einem integrierten Nachhaltigkeitsmanagement – Startpunktanalyse	5
2.1 Status-quo-Analyse: Was gibt es schon?	5
2.1.1 Gesamtunternehmerische Maßnahmen	5
2.1.2 Maßnahmen im Bereich Tourismus	6
2.1.3 Maßnahmen in den Veranstaltungshäusern	6
2.1.4 Maßnahmen im Bereich Outdoor-Veranstaltungen	7
2.1.5 Nachhaltige Netzwerke und Mitgliedschaften	7
2.1.6 Zertifizierungen und Auszeichnungen	7
2.1.7 Teilnahme der Unternehmen an Veranstaltungen	8
2.1.8 Kommunikation	8
2.2 Wo gibt es Verbesserungsbedarf?	9
2.2.1 Gesamtzusammenhang	9
2.2.2 Kommunikation und Wertschätzung	9
2.2.3 Weitere Maßnahmen	10
2.3 Rahmenbedingungen, in denen sich die WICM GmbH bewegt	10
3. Unsere Ziele in Bezug auf	12
3.1 Allgemeine Leitsätze	12
3.2 Leitsätze für Geschäftsführung und Mitarbeitende	13
3.3 Leitsätze für Nachhaltigkeit in unseren Arbeitsstätten	14
3.4 Leitsätze für nachhaltige Beschaffung und Dienstleister- und Lieferantenmanagement	15
3.5 Leitsätze für Geschäftspartner	16
3.6 Leitsätze für Kunden und Öffentlichkeit	17
4. Was müssen wir noch tun, um unsere Ziele zu erreichen in Bezug auf	18
4.1 Allgemeine Leitsätze	18
4.2 Leitsätze für Geschäftsführung und Mitarbeitende	19
4.3 Leitsätze für Nachhaltigkeit in unseren Arbeitsstätten	20
4.4 Leitsätze für nachhaltige Beschaffung und Dienstleister- und Lieferantenmanagement	22
4.5 Leitsätze für Geschäftspartner	23
4.6 Leitsätze für Kunden und Öffentlichkeit	24

1. Einleitung

Das Thema Nachhaltigkeit verlangt mit Blick auf Klimaziele, Klimaabkommen und die 17 Ziele der Vereinten Nationen für eine nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, kurz SDGs, siehe dazu Kapitel 1.2) eine zeitnahe und langfristige Anpassung allen unternehmerischen Handelns.

Neben den internen unternehmerischen Abläufen sehen die TriWiCon, Eigenbetrieb der Landeshauptstadt Wiesbaden – Partner für Messe, Kongress und Tourismus, und ihre Tochter, die Wiesbaden Congress & Marketing GmbH (WICM GmbH), die Verantwortung zum Handeln in den folgenden, das Gesamtunternehmen betreffenden Produkten:

- ♦ Nachhaltige Veranstaltungsorganisation von Outdoor-Eventformaten
- ♦ Entwicklung von nachhaltigen touristischen Angeboten und Produkten
- ♦ Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus in der Destination WIESBADEN RHEINGAU
- ♦ Angebot/Möglichkeit für Veranstalter zur nachhaltigeren Gestaltung/Durchführung von Veranstaltungen in unseren Veranstaltungshäusern

Die Veranstaltungshäuser sind zunehmend mit Anforderungen von Planern und Organisatoren von Veranstaltungen an eine nachhaltige Event-Organisation konfrontiert. Nachhaltigkeit ist dabei eines der maßgeblichen Entscheidungskriterien bei der Veranstaltungsplanung und der Entscheidung für oder gegen einen Veranstaltungsort/eine Location. Entscheidend hierbei ist, ob Veranstaltungshäuser die Nachhaltigkeitskriterien von potenziellen Kunden erfüllen können. Hinzu kommt die seitens des Kunden zunehmend geforderte Expertise des Anbieters (der WICM GmbH), den Kunden hinsichtlich einer nachhaltigen Durchführung von Veranstaltungen in der Location beraten zu können. Somit werden das nachhaltige Angebot für Kunden einerseits und die Beratungsqualität der WICM GmbH andererseits zu einem wichtigen Wettbewerbsvorteil im Markt.

Das nachfolgende Papier beleuchtet verschiedene Aspekte einer nachhaltigen Unternehmensführung. Die durch die Arbeitsgruppe (AG) Nachhaltigkeit definierten und von der Geschäftsleitung im Jahr 2021 beschlossenen **Leitsätze zur Nachhaltigkeit** setzen den Rahmen für die Ausarbeitung einer **Nachhaltigkeitsstrategie**. Die AG setzt sich zusammen aus engagierten Mitarbeitenden verschiedener Abteilungen der TriWiCon sowie der WICM GmbH. Die AG wurde von der Geschäfts-/Betriebsleitung initiiert, um für beide Unternehmen eine übergeordnete Nachhaltigkeitsstrategie zu erarbeiten.

Die Ziele der Strategie sind die Entwicklung eines Nachhaltigkeitsleitbildes und die Definition von nachhaltigen Werten (strategisch) sowie die nachhaltige **Ausrichtung aller Geschäftsprozesse und Tätigkeitsfelder** der TriWiCon und der WICM GmbH. Das nachhaltige Wirtschaften und der Umgang mit Ressourcen werden im Unternehmensalltag langfristig in die Unternehmens-DNA integriert.

Die Ziele werden durch einen **Maßnahmenplan** erreicht. Dieser beinhaltet die Definition von Teilzielen nach der **SMART-Methode** (Ziele sind: **S**pezifisch, **M**essbar, **A**ttaktiv, **R**ealistisch und **T**erminiert).

Die Strategie wird gemeinsam mit der Geschäfts-/Betriebsleitung verabschiedet, kommuniziert und in Kooperation mit der Belegschaft sowie mit Partnern und Dienstleistern im Unternehmen kontinuierlich und langfristig umgesetzt. Wichtig ist hierbei das Verständnis, dass die Etablierung von Nachhaltigkeit im Unternehmen **kein einmaliges Projekt** ist, sondern kontinuierlich und konsequent in alle bestehenden bzw. neu entstehenden Geschäftsprozesse und langfristig in die Unternehmens-DNA integriert wird.

Die AG Nachhaltigkeit begleitet die Umsetzung der Strategie und versteht sich dabei als beratender Ansprechpartner für alle Mitarbeitenden zum Thema Nachhaltigkeit im Unternehmensalltag.

Der Fortschritt der Strategie wird jährlich in einem Nachhaltigkeitsbericht dokumentiert.

1.1 Definitionen zur Verständlichkeit

Unter **Nachhaltigkeit** verstehen wir den Einklang ökologischer, wirtschaftlicher und sozialer Ziele. Dabei verfolgt die wirtschaftliche Nachhaltigkeit die erfolgreiche und langfristige Sicherstellung des Geschäftsbetriebs, die ökologische Nachhaltigkeit den Erhalt und die Schonung der natürlichen Ressourcen sowie die soziale Nachhaltigkeit die Etablierung und Aufrechterhaltung eines wertschätzenden Umgangs mit unseren Mitarbeitenden und Geschäftspartnern sowie die Integration unseres Unternehmens in unser soziales Umfeld.

„Wir“ sind die Gesamtheit der Mitarbeitenden und der Geschäfts-/Betriebsleitung der TriWiCon sowie der WICM GmbH. Zu uns gehören die Standorte RheinMain CongressCenter, das Kurhaus Wiesbaden, das Jagdschloss Platte sowie die Ladenräume der Tourist Information und die Büros der Wiesbaden Congress & Marketing GmbH in der Friedrichstraße 6, Wiesbaden.

Mit der Verwendung von „Wir“ soll das nötige Gemeinschaftsgefühl vermittelt und die Inklusion aller Mitarbeitenden gefördert werden.

In Vorarbeit der Strategieentwicklung hat die AG Nachhaltigkeit Leitsätze zur Nachhaltigkeit entwickelt.

Ein Leitsatz im Allgemeinen ist ein bestimmender Grundsatz, ein leitendes Prinzip, eine Maxime.

Unsere Leitsätze zur Nachhaltigkeit setzen den Rahmen für unsere Strategie und Ausrichtung unseres Eigenbetriebs und der Gesellschaft. Sie formulieren das nachhaltige Selbstverständnis der TriWiCon/WICM GmbH für alle Mitarbeitenden.

Unsere Leitsätze im Überblick:

- ♦ Allgemeine Leitsätze
- ♦ Leitsätze für Geschäftsführung und Mitarbeitende
- ♦ Leitsätze für Nachhaltigkeit in unseren Arbeitsstätten
- ♦ Leitsätze für nachhaltige Beschaffung und Dienstleister- und Lieferantenmanagement

Herausforderungen auf dem Weg zu einem integrierten Nachhaltigkeitsmanagement – Startpunktanalyse

- ◆ Leitsätze für Geschäftspartner
- ◆ Leitsätze für Kunden und Öffentlichkeit

Innerhalb der Leitsätze wurden Ziele beschrieben, diese zahlen jeweils auf ein oder mehrere SDGs ein.

1.2 Erläuterung SDGs

Im September 2015 beschlossen die Vereinten Nationen (UN) die Agenda 2030. Ihr Herzstück bilden die 17 globalen Nachhaltigkeitsziele (engl. Sustainable Development Goals – kurz „SDGs“). Damit erklären alle 193 Mitgliedsstaaten der UN, dass sie sich für eine bessere und gerechtere Welt einsetzen. Die SDGs sollen sicherstellen, dass die Erde auch noch für zukünftige Generationen lebenswert ist – in sozialer, ökologischer und ökonomischer Hinsicht.

Die SDGs beinhalten 169 Unterziele mit konkreten Handlungsanweisungen und quantitativen Zielgrößen. Sie richten sich in erster Linie an die Regierungen. Ihre Umsetzung erfordert aber gleichermaßen eine aktive Mitwirkung von Kommunen, Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft. Jede und jeder Einzelne ist gefragt, persönlich Verantwortung zu übernehmen.

(Quelle: Flyer Geschäftsstelle RENN.mitte)

2. Herausforderungen auf dem Weg zu einem integrierten Nachhaltigkeitsmanagement – Startpunktanalyse

2.1 Status-quo-Analyse: Was gibt es schon?

2.1.1 Gesamtunternehmerische Maßnahmen

- ◆ Nutzung des Intranets als Mittel des internen allgemeinen Informationsaustausches.
Es werden aktuelle Informationen, Neuigkeiten und vor allem wichtige Hinweise eingestellt (seit 2018)
- ◆ Implementierung einer Nachhaltigkeits-AG, die das Thema ganzheitlich im Unternehmen umsetzt (September 2019)
- ◆ Veröffentlichung der Unternehmensleitlinien zur Nachhaltigkeit, die von der AG Nachhaltigkeit erarbeitet wurden (Januar 2021)
- ◆ Berücksichtigung von nachhaltigen Unternehmensprozessen und Produkten bei Ausschreibungen für Dienstleister sowie in der Zusammenarbeit mit Dienstleistern
- ◆ Nutzung von Dienstleistungen/Produkten von regionalen und lokalen Partnern, wann immer möglich
- ◆ Kontinuierliche Prüfung von sinnvollen Zertifizierungen für Unternehmensbereiche und –prozesse
- ◆ Mülltrennung für die Verwaltungsbereiche
(Trennung Papier/Restmüll, Küche: zusätzlich Wertstoffsammlung)

Herausforderungen auf dem Weg zu einem integrierten Nachhaltigkeits- management – Startpunktanalyse

- ♦ Umstellung auf Druckerzeugnisse mit FSC®-Siegel
- ♦ Reduzierung von Printprodukten und Auflagen
- ♦ Nachhaltige Beschaffung und Einsatz von Messematerial
- ♦ Umstellung der Merchandise-Artikel auf ein nachhaltiges und regionales Produktsortiment
- ♦ Umstellung auf E-Mobilität bei Firmenfahrzeugen
- ♦ Kostenfreie Nutzung des Jobtickets für alle Mitarbeitenden zur großflächigen Nutzung des ÖPNV
- ♦ Implementierung von Arbeitskreisen aus dem Führungskräfte-Team im Rahmen von Verbesserungsprozessen zu folgenden Themen: Führungsphilosophie, interne Kommunikation, Meeting-Struktur, Personalmanagement, Ausbildung
- ♦ Umsetzung und Anpassung von rechtlichen Vorgaben im Bereich Arbeitsschutz
- ♦ Veröffentlichung von regelmäßigen Nachhaltigkeitstipps für Mitarbeitende im Firmenintranet

2.1.2 Maßnahmen im Bereich Tourismus

- ♦ Erarbeitung einer Strategie für Wiesbaden (Tourismusstrategie 2026+) zur touristischen Neuausrichtung unter den Aspekten Lebensraum, Nachhaltigkeit und Digitalisierung und deren kontinuierliche Umsetzung gemeinsam mit lokalen Partnern
- ♦ Verkauf von Merchandise-Artikeln in der Tourist Information, die von Firmen/Manufakturen aus der Region stammen, die nachhaltig, regional und ökologisch/biologisch arbeiten
- ♦ Einsatz, wenn möglich, von nachhaltigen, regionalen und ökologischen/biologischen Produkten (Maldaner, Henkell, Kunder) bei Messen o.Ä.
- ♦ Einschränkung und Reduzierung von Printprodukten
- ♦ Förderung der Barrierefreiheit in der Reisedestination Wiesbaden
- ♦ Darstellung barrierefreier Freizeit-Angebote: Hierzu erfolgte von Sommer bis Winter 2021 eine Abfrage zu Komfort und Barrierefreiheit bei Kultureinrichtungen und Hotels
- ♦ Schulungen für Gästeführer zum Thema Barrierefreiheit und Nachhaltigkeit

2.1.3 Maßnahmen in den Veranstaltungshäusern

- ♦ Beratung von Kunden zur nachhaltigen Ausrichtung ihrer Veranstaltung
- ♦ Nachhaltige Zertifizierungen, beispielsweise DGNB Platin (RMCC), Green Globe (siehe Auflistung unter Punkt 2.1.6)
- ♦ Nachhaltige Bauplanung und Verwendung von umweltfreundlichen Baustoffmaterialien (RMCC)
- ♦ Tageslicht in allen Tagungsräumen
- ♦ Reduktion von Außen- und Innenbeleuchtungen in den Veranstaltungshäusern während veranstaltungsfreier Zeiten

Herausforderungen auf dem Weg zu einem integrierten Nachhaltigkeits- management – Startpunktanalyse

- ♦ Energiesparende Beleuchtungstechnik
- ♦ Energieoptimierte Klima- und Heiztechnik
- ♦ Strom aus erneuerbaren Energien und Nutzung von Fernwärme (RMCC)
- ♦ Konsequente Abschaltung nicht verwendeter Geräte
- ♦ Barrierefreiheit
- ♦ Hausführungen im RMCC mit verschiedenen Interessengruppen (z. B. mit Studierenden von Hochschulen aus Wiesbaden und der Region) unter dem Aspekt des nachhaltigen Betriebs eines Veranstaltungshauses

2.1.4 Maßnahmen im Bereich Outdoor-Veranstaltungen

- ♦ Bevorzugte Berücksichtigung, sofern möglich, von regionalen Unternehmen/Dienstleistern
- ♦ Anwendung eines nachhaltigen Kriterienkatalogs bei der Vergabe der Markt- und Feststände sowie der Fahrgeschäfte
- ♦ Nachhaltige Auflagen für Standbetreiber bei Veranstaltungen, beispielsweise Verzicht auf Einweg- und Plastikprodukte
- ♦ Angebot von Mehrweggeschirr, Angebot eines regionalen bzw. nachhaltigen Produktsortiments bei Verkaufsständen
- ♦ Energiesparende Lichttechnik bei Veranstaltungen, beispielsweise bei Einsatz von Weihnachtsbeleuchtung
- ♦ Einsatz von Tannenbäumen aus nachhaltigem oder regionalem Anbau

2.1.5 Nachhaltige Netzwerke und Mitgliedschaften

- ♦ fairpflichtet – Nachhaltigkeitskodex der Veranstaltungswirtschaft (seit 2018)
- ♦ Initiative Energieeffizienz- und Klimaschutz-Netzwerke (seit 2018)
- ♦ ÖKOPROFIT Wiesbaden (seit 2017)
- ♦ Netzwerk Faire Beschaffung (seit April 2022)
- ♦ CSR Regio.Net Wiesbaden (seit 2022)

2.1.6 Zertifizierungen und Auszeichnungen

- ♦ Green-Globe-Gütesiegel für das Kurhaus Wiesbaden (seit 2022)
- ♦ Green-Globe-Gütesiegel für das RheinMain CongressCenter (seit 2022)
- ♦ Platin-Auszeichnung der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen e. V. (DGNB) für das RheinMain CongressCenter (seit Baubeginn 2015)

Herausforderungen auf dem Weg zu einem integrierten Nachhaltigkeits- management – Startpunktanalyse

- ♦ DGNB Diamant für die herausragende gestalterische und baukulturelle Qualität für das RheinMain CongressCenter (2018)
- ♦ ÖKOPROFIT Wiesbaden
 - 2017 (Einstiegrunde), 2018/2019, 2020/2021, 2022/2023 für die Standorte RMCC, Kurhaus Wiesbaden mit Kolonnade und Jagdschloss Platte
 - 2022/2023 für den Standort Friedrichstraße und Tourist Information
- ♦ Zertifizierung „Reisen für alle“ (DTV) für das RheinMain CongressCenter
- ♦ Zertifizierung „Reisen für alle“ (DTV) für die Tourist Information
- ♦ I-Marke (DTV) für die Tourist Information
- ♦ Zertifizierungsprozess: Wir haben im Dezember 2021 den Beschluss zur Zertifizierung der Destination WIESBADEN RHEINGAU nach den Maßstäben von „TourCert“ gefasst

2.1.7 Teilnahme der Unternehmen an Veranstaltungen

- ♦ Aktionen der Veranstaltungsbranche wie die #lightforpeace-Kampagne
- ♦ Hessischer Tag der Nachhaltigkeit
- ♦ Aktionswoche Wiesbaden engagiert!
- ♦ STADTRADELN
- ♦ Earth Hour/Earth Night

2.1.8 Kommunikation

- ♦ Die Nachhaltigkeitsbestrebungen werden seit 2023 kontinuierlich in alle Broschüren integriert.
- ♦ Im Jahresbericht 2022 wurde das Thema Nachhaltigkeit erstmals prominent eingebunden.
- ♦ Das Thema Nachhaltigkeit wird anlassbezogen auf unseren Social-Media-Kanälen kommuniziert.
- ♦ Kunden/Besucher und Öffentlichkeit können sich über Nachhaltigkeit und Zertifizierungen der Veranstaltungshäuser auf den jeweiligen Websites informieren. Im Vordergrund steht dabei das RMCC mit seiner DGNB-Zertifizierung und weiteren Auszeichnungen (DGNB Platin, DGNB Diamant, DMK Award 2019, Internationaler Preis FIABCI Prix d'Excellence Sonderpreis Innovation/Energie, Barrierefreiheit).

Herausforderungen auf dem Weg zu einem integrierten Nachhaltigkeits- management – Startpunktanalyse

2.2 Wo gibt es Verbesserungsbedarf?

2.2.1 Gesamtzusammenhang

- ♦ Implementierung einer Stelle eines/einer Nachhaltigkeitsmanagers/-managerin
- ♦ **Bündelung aller Einzelaktivitäten** im Bereich Nachhaltigkeit aus verschiedenen Abteilungen, um Synergien zu schaffen
- ♦ Entwicklung eines **gemeinsamen Verständnisses von Nachhaltigkeit bei allen Mitarbeitenden und der Geschäfts-/Betriebsleitung**
- ♦ **Verankerung unserer definierten Leitsätze** im Unternehmen sowie bei den Kunden/Geschäftspartnern
- ♦ Erlangung von Kenntnissen über Ansprüche unserer Kunden/Geschäftspartner/Gesellschaft in Bezug auf Nachhaltigkeit an uns
- ♦ **Sensibilisierung** aller Geschäftspartner und Dienstleister zum Thema Nachhaltigkeit bei der WICM, Förderung von Dialogmöglichkeiten und Austausch untereinander

2.2.2 Kommunikation und Wertschätzung

- ♦ **Kommunikationskultur** verbessern (siehe AK Interne Kommunikation)
- ♦ Führen von **jährlichen Mitarbeitergesprächen** mit allen Angestellten und Nachverfolgung der definierten Ziele
- ♦ **Informationsfluss und transparente Kommunikation** hinsichtlich der Umsetzung von Maßnahmen etablieren, sodass Mitarbeitende gleichermaßen informiert sind (z. B. wurden Mitarbeitende gebeten, nachhaltige Maßnahmen vorzuschlagen, Listen in den Tee-Küchen). Danach erfolgte jedoch keine Rückmeldung zur Umsetzung der Vorschläge.
- ♦ Häuserübergreifende Schaffung eines strukturierten Netzwerkes zur **Informationsbeschaffung** zu dem jeweils aktuellen Stand der Technik
- ♦ Strukturierter **Austausch mit der Landeshauptstadt**, um Synergien zu schaffen
- ♦ Sinnvolle und transparente **Umstrukturierung einiger Arbeitsprozesse** (digitale Ablage und Kommunikation, z. B. Montagsdienste, Wochenpläne, Wiedervorlagen/Angebote, 8er-Verteiler, Auflagenhöhe von Printmedien)
- ♦ **Fairen Umgang** miteinander schaffen
- ♦ **Berücksichtigung der Mitarbeitenden als Individuen**, um Frustration und Fluktuation zu minimieren

Herausforderungen auf dem Weg zu einem integrierten Nachhaltigkeits- management – Startpunktanalyse

- ♦ Stärkung der Identifikation der Mitarbeitenden mit dem Unternehmen
- ♦ Fortbildungsangebote transparenter bekanntgeben und Fortbildungsbudgets für Mitarbeitende definieren

2.2.3 Weitere Maßnahmen

- ♦ Initiierung von Evaluationen zu (Umwelt-)Strategien und Zielen des Unternehmens (siehe bereits initiierte **Evaluationen** im Bereich von Arbeitsschutz (Delegatis), Risikomanagement und Krisenmanagement (Veranstaltung))
- ♦ **Bereitstellung von Budget** für Investitionen in nachhaltige Technik
- ♦ Aufklärung über Möglichkeiten zu **Einsparungen des Papier- und Druckverbrauchs** (wie doppelseitiges Drucken, sw statt farbig, Schmierzettelblöcke aus der Stadtdruckerei, digitaler Kalender statt Papier/Buchkalender), damit diese von der Belegschaft konsequent genutzt werden
- ♦ Schaffung von konkreten nachhaltigen **Beschaffungskriterien** für Produkte, Lieferanten oder Dienstleister. Die Beschaffung berücksichtigt derzeit schon neben dem Preis weitere Zuschlagskriterien (Regionalität, Haltbarkeit, Qualität etc.). Ökologische Kriterien spielen eine eher untergeordnete Rolle und werden nur teilweise angewandt (z. B. beim Mineralwasser)
- ♦ Bekanntmachung der Beschaffungskriterien im Unternehmen
- ♦ Schaffung von Vorgaben und Richtlinien für eine nachhaltige Beschaffung, um **nachhaltige Standards** ebenso als Grundlage bei Dienstleistern einzufordern
- ♦ Kontrolle der Umsetzung der bereits eingeleiteten Mülltrennung durch die Mitarbeitenden bzw. durch den Reinigungsdienstleister
- ♦ Einflussnahme auf **Mülltrennung bei Veranstaltungen** bzw. Kenntnis über deren Abfallkonzept erlangen
- ♦ Regulierte Annahme von **Printprodukten** (Flyer, Plakate) von Partnern (nur so viel, wie verwendet werden kann)
- ♦ Digitale Bereitstellung von **touristischen Informationen** in der T-Info. Reduktion analoger Informationen (z. B. Flyer minimieren)

2.3 Rahmenbedingungen, in denen sich TriWiCon/WICM GmbH bewegen

- ♦ Nachhaltigkeit steht oft in Konflikt zum Veranstaltungsgeschäft (z. B. Energieverbrauch)
- ♦ Vergaberechtsinformationen werden von der LHW unregelmäßig weitergegeben
- ♦ Es ergeben sich teilweise erhebliche Anfahrtswege der Wartungsdienstleister des RMCC, da die in der Gewährleistung gebundenen Firmen im Rahmen EU-weiter Vergaben ermittelt wurden (Nachhaltigkeit vs. Vergaberichtlinien)

Herausforderungen auf dem Weg zu einem integrierten Nachhaltigkeits- management – Startpunktanalyse

- ♦ Gesetzliche und behördliche Auflagen (z. B. Vergaberichtlinien und Lieferkettennachweis-Gesetz) stellen Herausforderungen dar
- ♦ Ein papierloses Büro ist aufgrund von diversen Dienstanweisungen (insb. bei Rechnungsstellung) noch nicht möglich
- ♦ Der energieeffiziente Betrieb des Kurhauses mit Kolonnaden und Jagdschloss Platte ist aufgrund der denkmalschutzrechtlichen Auflagen eine Herausforderung
- ♦ Verbräuche können nur bedingt veranstaltungsbezogen identifiziert werden und/oder bestimmten technischen Anlagen zugeordnet werden. Dadurch kann nur bedingt ein CO₂-Verbrauch veranstaltungsbezogen ermittelt werden
- ♦ Ein energieeffizienter Betrieb ist in den Liegenschaften Friedrichstraße und T-Info nur bedingt realisierbar, da es sich hier um gemietete Räumlichkeiten handelt und dies nur in Absprache mit dem Vermieter und dessen Zustimmung möglich ist

Unsere Ziele in Bezug auf ...

3. Unsere Ziele in Bezug auf ...

3.1 Allgemeine Leitsätze

Wir, die Geschäfts-/Betriebsleitung und die Mitarbeitenden, sehen Nachhaltigkeit als Chance, unternehmerisches Handeln zukunftsorientiert und zum allgemeinen Nutzen auszurichten.

Wir sehen eine freiwillige Selbstverpflichtung zur Nachhaltigkeit als Auftrag, einen Beitrag für unsere Umwelt zu leisten und dem Anspruch der Gesellschaft gerecht zu werden.

Wir garantieren, dass wir uns langfristig mit allen Themenfeldern der Nachhaltigkeit auseinandersetzen und dabei die Gesetze und Verordnungen sowie behördlichen Auflagen einhalten.

Nachhaltigkeit ist kein Trend. Nachhaltigkeit in seinen Dimensionen Ökologie, Soziales und Ökonomie ist wesentlicher Bestandteil unseres Denkens und Handelns.

Die Ausrichtung unseres täglichen Handelns an diesen Leitsätzen bedeutet für uns, dass	Es zählt ein auf die SDGs:
<ul style="list-style-type: none"> die Geschäfts-/Betriebsleitung und die Mitarbeitenden um den Stellenwert von Nachhaltigkeit und die Ziele im Unternehmen wissen, die Nachhaltigkeitsaspekte die Entscheidungen beeinflussen und dabei die Gesetze und Verordnungen sowie behördlichen Auflagen eingehalten werden. 	<p>09 – Industrie, Innovation u. Infrastruktur 10 – Weniger Ungleichheiten 12 – Nachhaltige/r Konsum und Produktion</p>
<ul style="list-style-type: none"> die Identifikation der Unternehmenskultur und die Intensivierung der Mitarbeiterbindung durch gute Mitarbeiterführung gestärkt ist. 	<p>03 – Gesundheit und Wohlergehen 08 – Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum 16 – Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen</p>
<ul style="list-style-type: none"> eine AG Nachhaltigkeit langfristig mit ausreichenden Ressourcen etabliert wird, um die ständige Weiterentwicklung in der Gesamtheit des Betriebs und den regelmäßigen Austausch sicherzustellen. 	<p>09 – Industrie, Innovation u. Infrastruktur 12 – Nachhaltige/r Konsum und Produktion 16 – Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen</p>

Unsere Ziele in Bezug auf ...

3.2 Leitsätze für Geschäftsführung und Mitarbeitende

Als Unternehmen beziehen wir alle Mitarbeitenden und Partner in den ständigen Entwicklungsprozess der Nachhaltigkeit ein.

Wir sensibilisieren und motivieren uns als Team und jeden einzelnen Mitarbeitenden zu einem nachhaltigen Wirtschaften und dazu, sich aktiv einzubringen.

Wir verpflichten uns zur regelmäßigen Überprüfung und ständigen Optimierung unserer Betriebsabläufe in ökologischer, sozialer und ökonomischer Hinsicht und setzen Anreize zum Umdenken und Handeln und kommunizieren offen und regelmäßig an alle Mitarbeitenden und Partner die (Umwelt-) Strategien und Ziele des Unternehmens.

Als Unternehmen pflegen wir regelmäßigen Austausch unter allen Mitarbeitenden.

Mitarbeitende zu halten und zu fördern ist uns sehr wichtig und wir erörtern in Mitarbeitergesprächen Stärken, Schwächen sowie mittel und langfristige Ziele und Entwicklungsmöglichkeiten für jeden Einzelnen.

Die Ausrichtung unseres täglichen Handelns an diesen Leitsätzen bedeutet für uns, dass

Es zählt ein auf die SDGs:

- alle Mitarbeitenden wissen, wie sie einen **alltäglichen Beitrag zur Nachhaltigkeit im Unternehmen** erbringen können, welche Erwartungshaltung in Bezug auf Nachhaltigkeit an sie gestellt wird und dass das Denken und Handeln langfristig in der Unternehmenskultur etabliert sind.

- 04 - Hochwertige Bildung
- 05 - Geschlechtergleichheit
- 08 - Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum
- 09 - Industrie, Innovation u. Infrastruktur
- 10 - Weniger Ungleichheiten
- 12 - Nachhaltige/r Konsum und Produktion
- 16 - Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen

- Mitarbeitende regelmäßig informiert werden, ein stetiger Austausch zwischen der Geschäfts-/Betriebsleitung und den Mitarbeitenden sowie ein **bereichs-/abteilungsübergreifender Austausch** implementiert sind. Durch die damit einhergehende Wertschätzung sind die Mitarbeitenden motiviert, aktiv mitzuwirken.

- 04 - Hochwertige Bildung
- 05 - Geschlechtergleichheit
- 08 - Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum
- 09 - Industrie, Innovation u. Infrastruktur
- 10 - Weniger Ungleichheiten
- 12 - Nachhaltige/r Konsum und Produktion
- 16 - Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen

- jede Abteilung die Betriebsabläufe regelmäßig prüft, **nachhaltige Ablaufprozesse** definiert, diese stets optimiert und sie auf Umsetzbarkeit prüft. Die Ablaufprozesse sollen transparent für alle Mitarbeitenden des Betriebs sowie unsere Geschäftspartner sein.

- 09 - Industrie, Innovation u. Infrastruktur
- 12 - Nachhaltige/r Konsum und Produktion
- 13 - Maßnahmen zum Klimaschutz

Unsere Ziele in Bezug auf ...

3.3 Leitsätze für Nachhaltigkeit in unseren Arbeitsstätten

Wir verpflichten uns zu einer verantwortlichen und optimalen Nutzung von Ressourcen in allen Bereichen des Unternehmens und zum stetigen Ausbau nachhaltiger Gebäudetechnik.

Dabei setzen wir auf Vermeidung, Minderung und Regenerierbarkeit der einzusetzenden Ressourcen. Richtlinien und Empfehlungen für unsere Mitarbeitenden und Partner sollen dabei einen Beitrag leisten.

Wir verpflichten uns zur einheitlichen Mülltrennung und zur größtmöglichen Müllvermeidung in allen Bereichen.

Bei allen Maßnahmen orientieren wir uns an der besten verfügbaren und wirtschaftlich vertretbaren sowie anwendbaren Technik.

Wir setzen auf Energieeffekte und Synergien in der Kooperation mit der Landeshauptstadt Wiesbaden.

Wir halten die Gesetze und Verordnungen sowie die behördlichen Auflagen ein.

Die Ausrichtung unseres täglichen Handelns an diesen Leitsätzen bedeutet für uns, dass	Es zählt ein auf die SDGs:
<ul style="list-style-type: none"> alle Mitarbeitenden gemeinsam ein Verständnis für die nachhaltige Verwendung von Ressourcen erarbeitet haben (Vermeidung, Minimierung, Entsorgung). 	06 - Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen 07 - Bezahlbare und saubere Energie 13 - Maßnahmen zum Klimaschutz
<ul style="list-style-type: none"> eine effektive Mülltrennung im Büro-Alltag und bei Veranstaltungen für uns, unsere Dienstleister und unsere Kunden selbstverständlich ist. 	13 - Maßnahmen zum Klimaschutz 14 - Leben unter Wasser 15 - Leben an Land
<ul style="list-style-type: none"> die Mitarbeitenden im Fachbereich Haus-/Veranstaltungstechnik um die Relevanz nachhaltiger Technik wissen und ein Informationsnetzwerk besitzen, um neue Techniken kennenzulernen und diese zu nutzen. 	06 - Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen 07 - Bezahlbare und saubere Energie 09 - Industrie, Innovation u. Infrastruktur 13 - Maßnahmen zum Klimaschutz 14 - Leben unter Wasser 15 - Leben an Land

Unsere Ziele in Bezug auf ...

<ul style="list-style-type: none"> ♦ ein Maßnahmenkatalog zur Verfügung steht, der regelmäßig geprüft und verifiziert wird. 	<ul style="list-style-type: none"> 06 - Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen 07 - Bezahlbare und saubere Energie 09 - Industrie, Innovation u. Infrastruktur 13 - Maßnahmen zum Klimaschutz 14 - Leben unter Wasser 15 - Leben an Land
<ul style="list-style-type: none"> ♦ es einen regelmäßigen Austausch mit der Landeshauptstadt Wiesbaden auf verschiedenen Ebenen gibt und alle möglichen Energieeffekte und Synergien genutzt werden. 	<ul style="list-style-type: none"> 07 - Bezahlbare und saubere Energie 11 - Nachhaltige Städte und Gemeinden 17 - Partnerschaften zur Erreichung der Ziele

3.4 Leitsätze für nachhaltige Beschaffung und Dienstleister- und Lieferantenmanagement

Wir beachten bei der Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen ökologische und nachhaltige Kriterien.

Wir berücksichtigen regionale Produkte, nachwachsende Ressourcen, effiziente Nutzung, Wiederverwendbarkeit und positive Energiebilanzen sowie anerkannte Umweltkennzeichen.

Wir wirken auf unsere Lieferanten und Dienstleistungspartner ein, unserem Nachhaltigkeitsgedanken zu folgen und einen ähnlich hohen Stellenwert einzuräumen.

Die Ausrichtung unseres täglichen Handelns an diesen Leitsätzen bedeutet für uns, dass

Es zählt ein auf die SDGs:

<ul style="list-style-type: none"> ♦ allen Mitarbeitenden bewusst ist, welche ökologischen und nachhaltigen Belange bei der Beschaffung zu berücksichtigen sind, auf Basis klarer Vorgaben für alle Beschaffungsprozesse. 	<ul style="list-style-type: none"> 01 - Keine Armut 08 - Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum 09 - Industrie, Innovation u. Infrastruktur 16 - Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen
<ul style="list-style-type: none"> ♦ beschaffte Produkte unsere Nachhaltigkeitskriterien erfüllen und eine nachhaltige Lieferkette eingehalten wird. 	<ul style="list-style-type: none"> 01 - Keine Armut 10 - Weniger Ungleichheiten 12 - Nachhaltige/r Konsum und Produktion 16 - Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen
<ul style="list-style-type: none"> ♦ unsere Dienstleister für unseren Nachhaltigkeitsgedanken sensibilisiert sind, unsere Kriterien berücksichtigen und mit ihnen ein regelmäßiger Austausch stattfindet. 	<ul style="list-style-type: none"> 12 - Nachhaltige/r Konsum und Produktion 16 - Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen 17 - Partnerschaften zur Erreichung der Ziele

Unsere Ziele in Bezug auf ...

3.5 Leitsätze für Geschäftspartner

Wir sensibilisieren unsere Geschäftspartner für nachhaltiges Wirtschaften und motivieren sie, die Prozesse im Zuge der Zusammenarbeit entsprechend auszurichten und sich aktiv zu beteiligen. Wir führen mit den Geschäftspartnern einen offenen und sachlichen Dialog über Umweltbelastungen unseres Betriebes, stehen Anregungen zur Verbesserung aufgeschlossen gegenüber und versuchen dadurch stetig betriebliche Prozesse zu optimieren.

Die Ausrichtung unseres täglichen Handelns an diesen Leitsätzen bedeutet für uns, dass	Es zählt ein auf die SDGs:
<ul style="list-style-type: none"> ◆ unseren Geschäftspartnern unsere Nachhaltigkeitskriterien bekannt sind und sie diese in ihren Prozessen berücksichtigen sowie gemeinsam mit unseren Geschäftspartnern das Ziel einer nachhaltigeren und umweltfreundlicheren Arbeitsweise verfolgt wird. 	12 – Nachhaltige/r Konsum und Produktion 17 – Partnerschaften zur Erreichung der Ziele
<ul style="list-style-type: none"> ◆ eine enge Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern besteht und mit diesen ein regelmäßiger, strukturierter Austausch und ein gemeinsamer, kooperativer und partnerschaftlicher Dialog stattfindet. 	10 – Weniger Ungleichheiten 11 – Nachhaltige Städte und Gemeinden 17 – Partnerschaften zur Erreichung der Ziele
<ul style="list-style-type: none"> ◆ es Richtlinien und Empfehlungen zur Vermeidung/Minimierung beim Einsatz von Ressourcen gibt, welche allen Mitarbeitenden bekannt sind und auch an Geschäftspartner und Dienstleister regelmäßig kommuniziert werden. 	01 – Keine Armut 12 – Nachhaltige/r Konsum und Produktion 17 – Partnerschaften zur Erreichung der Ziele

Unsere Ziele in Bezug auf ...

3.6 Leitsätze für Kunden und Öffentlichkeit

Wir möchten mit unserem betrieblichen Umweltschutz ein Vorbild in unserer Branche sein und dies offensiv kommunizieren. Wir bieten allen Kunden die Möglichkeit, an unserem Nachhaltigkeitskonzept zu partizipieren und ihre Veranstaltung nachhaltig auszurichten.

Wir informieren Kunden, Besucher und die Öffentlichkeit regelmäßig über die Prozesse im Haus und sensibilisieren so für das Thema Nachhaltigkeit. Hierbei unterstreichen wir die Vorteile, die auch für unsere Kunden/Besucher aus den ökologischen Veränderungen resultieren.

Durch angemessene Maßnahmen tragen wir den gesellschaftlichen Entwicklungen Rechnung und passen unsere Dienstleistungen und den Besucherkomfort stetig an.

Die Ausrichtung unseres täglichen Handelns an diesen Leitsätzen bedeutet für uns, dass	Es zählt ein auf die SDGs:
<ul style="list-style-type: none"> wir aktuelle gesellschaftliche und politische Entwicklungen frühzeitig erkennen und unsere Prozesse an die daraus gewonnenen Erkenntnisse anpassen. 	04 – Hochwertige Bildung 05 – Geschlechtergleichheit 10 – Weniger Ungleichheiten
<ul style="list-style-type: none"> unsere Kunden, Besucher und die Öffentlichkeit wissen, dass unser Unternehmen nachhaltig handelt und dadurch wettbewerbsfähig ist. Entwicklungen werden transparent kommuniziert. Die Kunden, Besucher und die Öffentlichkeit nehmen uns durch Veröffentlichung unserer Zertifizierungen als nachhaltiges Vorbild wahr. 	16 – Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen 17 – Partnerschaften zur Erreichung der Ziele
<ul style="list-style-type: none"> wir unseren Kunden aktiv nachhaltige Angebote z. B. in den Bereichen Catering, Messebau und Technik unterbreiten. 	09 – Industrie, Innovation u. Infrastruktur 13 – Maßnahmen zum Klimaschutz

Was müssen wir noch tun, um unsere Ziele zu erreichen in Bezug auf ...

4. Was müssen wir noch tun, um unsere Ziele zu erreichen in Bezug auf ...

4.1 Allgemeine Leitsätze

Wir, die Geschäfts-/Betriebsleitung und die Mitarbeitenden, sehen Nachhaltigkeit als Chance, unternehmerisches Handeln zukunftsorientiert und zum allgemeinen Nutzen auszurichten.

Wir sehen eine freiwillige Selbstverpflichtung zur Nachhaltigkeit als Auftrag, einen Beitrag für unsere Umwelt zu leisten und dem Anspruch der Gesellschaft gerecht zu werden.

Wir garantieren, dass wir uns langfristig mit allen Themenfeldern der Nachhaltigkeit auseinandersetzen und dabei die Gesetze und Verordnungen sowie behördlichen Auflagen einhalten.

Nachhaltigkeit ist kein Trend. Nachhaltigkeit in seinen Dimensionen Ökologie, Soziales und Ökonomie ist wesentlicher Bestandteil unseres Denkens und Handelns.

In Bezug auf diese Leitsätze müssen wir zur Erreichung unserer Ziele ...	Es zählt ein auf die SDGs:
<ul style="list-style-type: none"> die Kommunikation zum Thema Nachhaltigkeit und unsere Aktivitäten in alle Marketingkanäle aufnehmen und zu einem Leitthema machen, um die TWC und die WICM als nachhaltige Unternehmen bekannt zu machen. 	11 - Nachhaltige Städte und Gemeinden
<ul style="list-style-type: none"> durch regelmäßige Motivation, Kommunikation und Unterstützung seitens der Geschäftsführung die Dringlichkeit und Relevanz des Themas verdeutlichen. 	11 - Nachhaltige Städte und Gemeinden
<ul style="list-style-type: none"> Synergien und Kompetenzen innerhalb der Unternehmensgruppe stärker nutzen. 	11 - Nachhaltige Städte und Gemeinden 17 - Partnerschaften zur Erreichung der Ziele
<ul style="list-style-type: none"> aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen feststellen und notwendige Maßnahmen ableiten. 	11 - Nachhaltige Städte und Gemeinden 12 - Nachhaltige/r Konsum und Produktion 16 - Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen
<ul style="list-style-type: none"> die AG Nachhaltigkeit dauerhaft implementieren und zur Unterstützung der Abteilungen befähigen. 	04 - Hochwertige Bildung 05 - Geschlechtergleichheit 10 - Weniger Ungleichheiten

Was müssen wir noch tun, um unsere Ziele zu erreichen in Bezug auf ...

4.2 Leitsätze für Geschäftsführung und Mitarbeitende

Als Unternehmen beziehen wir alle Mitarbeitenden und Partner im ständigen Entwicklungsprozess der Nachhaltigkeit ein.

Wir sensibilisieren und motivieren uns als Team und jeden einzelnen Mitarbeitenden zu einem nachhaltigen Wirtschaften und dazu, sich aktiv einzubringen.

Wir verpflichten uns zur regelmäßigen Überprüfung und ständigen Optimierung unserer Betriebsabläufe in ökologischer, sozialer und ökonomischer Hinsicht und setzen Anreize zum Umdenken und Handeln und kommunizieren offen und regelmäßig an alle Mitarbeitenden und Partner die (Umwelt-)Strategien und Ziele des Unternehmens.

Als Unternehmen pflegen wir regelmäßigen Austausch unter allen Mitarbeitenden.

Mitarbeitende zu halten und zu fördern ist uns sehr wichtig und wir erörtern in Mitarbeitergesprächen Stärken, Schwächen sowie mittel und langfristige Ziele und Entwicklungsmöglichkeiten für jeden Einzelnen.

In Bezug auf diese Leitsätze müssen wir zur Erreichung unserer Ziele ...	Es zählt ein auf die SDGs:
<ul style="list-style-type: none"> ein gemeinsames Verständnis und Bewusstsein erarbeiten. 	04 - Hochwertige Bildung 11 - Nachhaltige Städte und Gemeinden
<ul style="list-style-type: none"> Nachhaltigkeit als Thema in allen Unternehmensbereichen definieren, in allen Abteilungen und Meetings implementieren, in jeder Abteilung Aufgabenpakete definieren und eine verantwortliche Person benennen. 	04 - Hochwertige Bildung 11 - Nachhaltige Städte und Gemeinden
<ul style="list-style-type: none"> in allen Abteilungen Ressourcen für strategische Entwicklungen schaffen. 	09 - Industrie, Innovation und Infrastruktur 16 - Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen
<ul style="list-style-type: none"> mit niederschweligen Angeboten für jede Person Möglichkeiten schaffen, einen Beitrag zu leisten. 	09 - Industrie, Innovation und Infrastruktur 11 - Nachhaltige Städte und Gemeinden 16 - Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen
<ul style="list-style-type: none"> den Mitarbeitenden eine Plattform bieten, um Anregungen und Wünsche zu äußern; hierzu sind Anreize zu schaffen. 	09 - Industrie, Innovation und Infrastruktur 16 - Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen

Was müssen wir noch tun, um unsere Ziele zu erreichen in Bezug auf ...

<ul style="list-style-type: none"> ♦ Jahresgespräche für alle Mitarbeitenden beibehalten bzw. auf alle ausweiten und weitere Austauschmöglichkeiten unterjährig anbieten. Vereinbarte Ziele müssen konsequenter verfolgt und regelmäßiger überprüft werden. schaffen. 	<p>09 - Industrie, Innovation und Infrastruktur 16 - Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen</p>
<ul style="list-style-type: none"> ♦ Möglichkeiten zur Stärkung des Team-Buildings bieten. 	<p>09 - Industrie, Innovation und Infrastruktur 16 - Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen</p>
<ul style="list-style-type: none"> ♦ Angebote über Fortbildungsmöglichkeiten publizieren und Erwerb von Zertifikaten anbieten, Fortbildungsbudget festlegen und an die Führungskräfte kommunizieren. 	<p>04 - Hochwertige Bildung 09 - Industrie, Innovation und Infrastruktur 16 - Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen</p>
<ul style="list-style-type: none"> ♦ für unsere Betriebsabläufe „SMARTe“ Prozesse erarbeiten und festlegen, diese in regelmäßigen Abständen überprüfen und anpassen (SMART = Spezifisch, Messbar, Atraktiv, Realistisch, Terminiert). 	<p>09 - Industrie, Innovation und Infrastruktur 16 - Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen</p>
<ul style="list-style-type: none"> ♦ ein Kommunikationssystem für einen unternehmensweiten Austausch schaffen und diesen regelmäßig pflegen. 	<p>09 - Industrie, Innovation und Infrastruktur 16 - Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen</p>

4.3 Leitsätze für Nachhaltigkeit in unseren Arbeitsstätten

Wir verpflichten uns zu einer verantwortlichen und optimalen Nutzung von Ressourcen in allen Bereichen des Unternehmens und zum stetigen Ausbau nachhaltiger Gebäudetechnik. Dabei setzen wir auf Vermeidung, Minderung und Regenerierbarkeit der einzusetzenden Ressourcen. Richtlinien und Empfehlungen für unsere Mitarbeitenden und Partner sollen dabei einen Beitrag leisten.

Wir verpflichten uns zur einheitlichen Mülltrennung und zur größtmöglichen Müllvermeidung in allen Bereichen.

Bei allen Maßnahmen orientieren wir uns an der besten verfügbaren und wirtschaftlich vertretbaren sowie anwendbaren Technik.

Wir setzen auf Energieeffekte und Synergien in der Kooperation mit der Landeshauptstadt Wiesbaden.

Wir halten die Gesetze und Verordnungen sowie die behördlichen Auflagen ein.

Was müssen wir noch tun, um unsere Ziele zu erreichen in Bezug auf ...

In Bezug auf diese Leitsätze müssen wir zur Erreichung unserer Ziele ...	Es zählt ein auf die SDGs:
<ul style="list-style-type: none"> die spezifischen Anforderungen an uns in Bezug auf Nachhaltigkeit ermitteln. 	11 – Nachhaltige Städte und Gemeinden
<ul style="list-style-type: none"> die vorhandene Gebäudetechnik auf nachhaltige Kriterien (z. B. Wirkungsgrad) überprüfen, einschl. Bereitstellung personeller und finanzieller Ressourcen. 	07 – Bezahlbare und saubere Energie 12 – Nachhaltige/r Konsum und Produktion 13 – Maßnahmen zum Klimaschutz
<ul style="list-style-type: none"> Informationsquellen für innovative Gebäudetechnik erschließen und eine Verpflichtung zur Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen, einschl. eines entsprechenden Investitionsbudgets, festlegen. 	07 – Bezahlbare und saubere Energie 13 – Maßnahmen zum Klimaschutz
<ul style="list-style-type: none"> vor der Investition in neue Technik eine Kosten-Nutzen-Analyse durchführen, die jeweilige Ökobilanz (Produktion, Energie, Entsorgung) prüfen, um daraus Maßnahmen ableiten zu können. 	07 – Bezahlbare und saubere Energie 13 – Maßnahmen zum Klimaschutz
<ul style="list-style-type: none"> weiterhin an Ökoprotit und Energieaudit teilnehmen, dies auf den Betrieb der gemieteten Arbeitsstätten ausdehnen und die Ergebnisse für alle Mitarbeitenden zugänglich machen. 	07 – Bezahlbare und saubere Energie 13 – Maßnahmen zum Klimaschutz 14 – Leben unter Wasser 15 – Leben an Land 17 – Partnerschaften zur Erreichung der Ziele
<ul style="list-style-type: none"> in allen Veranstaltungsgebäuden ein zielgerichtetes Konzept für die Messung der Energieverbräuche erarbeiten und Mittel für die Umsetzung budgetieren. 	13 – Maßnahmen zum Klimaschutz
<ul style="list-style-type: none"> das Abfallmanagement weiter ausbauen und vor allem im Bereich der Veranstaltungen umsetzen. 	13 – Maßnahmen zum Klimaschutz 14 – Leben unter Wasser 15 – Leben an Land
<ul style="list-style-type: none"> Strukturen schaffen, um über Änderungen behördlicher Auflagen und Gesetze zeitnah informiert zu werden und mit den Herausforderungen umgehen zu können. 	16 – Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen
<ul style="list-style-type: none"> die Veranstaltungshäuser mit Green Globe und die Destination Wiesbaden/Rheingau mit TourCert zertifizieren. 	17 – Partnerschaften zur Erreichung der Ziele

Was müssen wir noch tun, um unsere Ziele zu erreichen in Bezug auf ...

4.4 Leitsätze für nachhaltige Beschaffung und Dienstleister- und Lieferantenmanagement

Wir beachten bei der Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen ökologische und nachhaltige Kriterien.

Wir berücksichtigen regionale Produkte, nachwachsende Ressourcen, effiziente Nutzung, Wiederverwendbarkeit und positive Energiebilanzen sowie anerkannte Umweltkennzeichen.

Wir wirken auf unsere Lieferanten und Dienstleistungspartner ein, unserem Nachhaltigkeitsgedanken zu folgen und einen ähnlich hohen Stellenwert einzuräumen.

In Bezug auf diese Leitsätze müssen wir zur Erreichung unserer Ziele ...

Es zählt ein auf die SDGs:

<ul style="list-style-type: none"> ♦ uns mit den Kriterien einer nachhaltigen und ökologischen Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen, einschl. Prüfung auf Notwendigkeit und Wirkungsgrad, auseinandersetzen und die für uns relevanten Kriterien festlegen, einschl. der Gewichtung der einzelnen Kriterien. 	01 – Keine Armut 02 – Kein Hunger 03 – Gesundheit und Wohlergehen 17 – Partnerschaften zur Erreichung der Ziele
<ul style="list-style-type: none"> ♦ Bewusstsein und Sensibilisierung bei Mitarbeitenden und Dienstleistern/Kunden für Nachhaltigkeit und Energieeffizienz innerhalb der Häuser sowie im Umgang mit dem Gebäude und der Betriebs- und Geschäftsausstattung schaffen, Richtlinien und Empfehlungen festlegen und im Dialog mit den Dienstleistern/Kunden und Mitarbeitenden umsetzen. 	03 – Gesundheit und Wohlergehen 13 – Maßnahmen zum Klimaschutz 14 – Leben unter Wasser 15 – Leben an Land 17 – Partnerschaften zur Erreichung der Ziele
<ul style="list-style-type: none"> ♦ einen offenen Austausch mit unseren Dienstleistern/ Kunden/Geschäftspartnern/Wettbewerbern zu deren Anregungen und Vorschlägen führen. 	03 – Gesundheit und Wohlergehen 17 – Partnerschaften zur Erreichung der Ziele
<ul style="list-style-type: none"> ♦ regelmäßige und strukturierte Kommunikation mit unseren Dienstleistern/Kunden/Geschäftspartnern aufbauen, intensivieren und dadurch für Nachhaltigkeit sensibilisieren. 	10 – Weniger Ungleichheiten 12 – Nachhaltige/r Konsum und Produktion 17 – Partnerschaften zur Erreichung der Ziele

Was müssen wir noch tun, um unsere Ziele zu erreichen in Bezug auf ...

<ul style="list-style-type: none"> ♦ ein Dokument mit unseren Nachhaltigkeitsanforderungen erarbeiten und Dienstleistern/Kunden/Geschäftspartnern zur Verfügung stellen und diese bitten, sie bei der Zusammenarbeit zu berücksichtigen, sowie eine aktive Beteiligung einfordern. 	<p>10 – Weniger Ungleichheiten 12 – Nachhaltige/r Konsum und Produktion 17 – Partnerschaften zur Erreichung der Ziele</p>
--	---

4.5 Leitsätze für Geschäftspartner

Wir sensibilisieren unsere Geschäftspartner für nachhaltiges Wirtschaften und motivieren sie, die Prozesse im Zuge der Zusammenarbeit entsprechend auszurichten und sich aktiv zu beteiligen. Wir führen mit den Geschäftspartnern einen offenen und sachlichen Dialog über Umweltbelastungen unseres Betriebes, stehen Anregungen zur Verbesserung aufgeschlossen gegenüber und versuchen dadurch stetig betriebliche Prozesse zu optimieren.

In Bezug auf diese Leitsätze müssen wir zur Erreichung unserer Ziele ...	Es zählt ein auf die SDGs:
<ul style="list-style-type: none"> ♦ Bewusstsein und Sensibilisierung bei Mitarbeitenden und Dienstleistern/Kunden für Nachhaltigkeit und Energieeffizienz innerhalb der Häuser sowie im Umgang mit dem Gebäude und der Betriebs- und Geschäftsausstattung schaffen, Richtlinien und Empfehlungen festlegen und im Dialog mit den Dienstleistern/Kunden und Mitarbeitenden umsetzen. 	<p>03 – Gesundheit und Wohlergehen 13 – Maßnahmen zum Klimaschutz 14 – Leben unter Wasser 15 – Leben an Land 17 – Partnerschaften zur Erreichung der Ziele</p>
<ul style="list-style-type: none"> ♦ einen offenen Austausch mit unseren Dienstleistern/Kunden/Geschäftspartnern zu deren Anregungen und Vorschlägen führen. 	<p>03 – Gesundheit und Wohlergehen 17 – Partnerschaften zur Erreichung der Ziele</p>
<ul style="list-style-type: none"> ♦ regelmäßige und strukturierte Kommunikation mit unseren Dienstleistern/Kunden/Geschäftspartnern aufbauen, intensivieren und dadurch für Nachhaltigkeit sensibilisieren. 	<p>10 – Weniger Ungleichheiten 12 – Nachhaltige/r Konsum und Produktion 17 – Partnerschaften zur Erreichung der Ziele</p>
<ul style="list-style-type: none"> ♦ ein Dokument mit unseren Nachhaltigkeitsanforderungen erarbeiten und Dienstleistern/Kunden/Geschäftspartnern zur Verfügung stellen und diese bitten, sie bei der Zusammenarbeit zu berücksichtigen, sowie eine aktive Beteiligung einfordern. 	<p>10 – Weniger Ungleichheiten 12 – Nachhaltige/r Konsum und Produktion 17 – Partnerschaften zur Erreichung der Ziele</p>

Was müssen wir noch tun, um unsere Ziele zu erreichen in Bezug auf ...

4.6 Leitsätze für Kunden und Öffentlichkeit

Wir möchten mit unserem betrieblichen Umweltschutz ein Vorbild in unserer Branche sein und dies offensiv kommunizieren. Wir bieten allen Kunden die Möglichkeit, an unserem Nachhaltigkeitskonzept zu partizipieren und ihre Veranstaltung nachhaltig auszurichten.

Wir informieren Kunden, Besucher und die Öffentlichkeit regelmäßig über die Prozesse im Haus und sensibilisieren so für das Thema Nachhaltigkeit. Hierbei unterstreichen wir die Vorteile, die auch für unsere Kunden/Besucher aus den ökologischen Veränderungen resultieren.

Durch angemessene Maßnahmen tragen wir den gesellschaftlichen Entwicklungen Rechnung und passen unsere Dienstleistungen und den Besucherkomfort stetig an.

In Bezug auf diese Leitsätze müssen wir zur Erreichung unserer Ziele ...	Es zählt ein auf die SDGs:
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Bewusstsein und Sensibilisierung bei Mitarbeitenden und Dienstleistern/Kunden für Nachhaltigkeit und Energieeffizienz innerhalb der Häuser sowie im Umgang mit dem Gebäude und der Betriebs- und Geschäftsausstattung schaffen, Richtlinien und Empfehlungen festlegen und im Dialog mit den Dienstleistern/Kunden und Mitarbeitenden umsetzen. 	03 - Gesundheit und Wohlergehen 13 - Maßnahmen zum Klimaschutz 14 - Leben unter Wasser 15 - Leben an Land 17 - Partnerschaften zur Erreichung der Ziele
<ul style="list-style-type: none"> ◆ einen offenen Austausch mit unseren Dienstleistern/Kunden/Geschäftspartnern zu deren Anregungen und Vorschlägen führen. 	03 - Gesundheit und Wohlergehen 17 - Partnerschaften zur Erreichung der Ziele
<ul style="list-style-type: none"> ◆ regelmäßige und strukturierte Kommunikation mit unseren Dienstleistern/Kunden/Geschäftspartnern aufbauen, intensivieren und dadurch für Nachhaltigkeit sensibilisieren. 	10 - Weniger Ungleichheiten 12 - Nachhaltige/r Konsum und Produktion 17 - Partnerschaften zur Erreichung der Ziele
<ul style="list-style-type: none"> ◆ ein Dokument mit unseren Nachhaltigkeitsanforderungen erarbeiten und Dienstleistern/Kunden/Geschäftspartnern zur Verfügung stellen und diese bitten, sie bei der Zusammenarbeit zu berücksichtigen, sowie eine aktive Beteiligung einfordern. 	10 - Weniger Ungleichheiten 12 - Nachhaltige/r Konsum und Produktion 17 - Partnerschaften zur Erreichung der Ziele

Was müssen wir noch tun, um unsere Ziele zu erreichen in Bezug auf ...

- ♦ ein **Anreizsystem für Kunden** schaffen, um ihre Veranstaltungen nachhaltig auszurichten (z. B. Reduktion von Printprodukten und Werbematerialien, CO₂-Minimierung bei der Gästeanreise, Mülltrennung, CO₂-Ausgleich, Zertifikate)

- 06 - Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen
- 07 - Bezahlbare und saubere Energie
- 12 - Nachhaltige/r Konsum und Produktion
- 13 - Maßnahmen zum Klimaschutz
- 14 - Leben unter Wasser
- 15 - Leben an Land
- 17 - Partnerschaften zur Erreichung der Ziele

TRIWI^{CON}



PARTNER FÜR MESSE, KONGRESS UND TOURISMUS
WIESBADEN



WIESBADEN



Wiesbaden Congress &
Marketing GmbH

Wiesbaden Congress & Marketing GmbH
Kurhausplatz 1 | 65189 Wiesbaden
Tel.: +49 611 1729-700 | E-Mail: info@wicm.de | www.wicm.de