

Leitfaden-Kurzfassung

# Sustainable Meetings Berlin





# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	4
Berlin auf dem Weg zur nachhaltigen Veranstaltungsmetropole .....	5
Anschlussfähigkeit an bestehende Standards, Rahmenwerke und Systeme .....	8
Sustainable Meetings Berlin .....	8
Vorgehensweise .....	9
Stakeholder-Ansatz und Wesentlichkeitsanalyse .....	10
Berichtsprozess .....	11
Berichten oder erklären .....	14
Wertung .....	15
 <b>Nachhaltigkeitskriterien von Sustainable Meetings Berlin</b>	
Die 62 Nachhaltigkeitskriterien von Sustainable Meetings Berlin .....	17
Umgang mit den Kriterien .....	24
 <b>Berlin ist nachhaltig</b>	
Berlin ist eine nachhaltige Metropole .....	26
Impressum .....	31

# Vorwort

Liebe Berliner Partnerunternehmen,

der Erhalt unserer Ökosysteme, ökonomisch verantwortliches Handeln und die Förderung sozialer Gerechtigkeit – das sind einige der großen Aufgaben und Herausforderungen, denen wir uns global in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft stellen müssen. Mit den UN Nachhaltigkeitszielen der Agenda 2030 und der CSR-Berichtspflicht für große Unternehmen hat die Politik Unternehmen und jeden einzelnen von uns dazu aufgefordert, intensiv unserer gesellschaftlichen, ökonomischen und ökologischen Verantwortung gerecht zu werden. Das Tourismuskonzept Berlin 2018+ greift diesen Auftrag auf und zeigt konkrete Maßnahmen für Berlin. Gleichzeitig setzt auch das nachgeschärfte Klimaschutzgesetz ambitioniertere Impulse Klimaverantwortung zu übernehmen. Berlin hat das Ziel die klimaschädlichen CO<sub>2</sub>-Emissionen bis 2030 um mindestens 70 Prozent und spätestens bis 2045 um mindestens 95 Prozent im Vergleich zu 1990 zu senken.

Unsere Kongress- und Veranstaltungsbranche ist personal- und ressourcenintensiv und hat schon allein dadurch eine besondere Verpflichtung. Die Motivation der Menschen zu reisen, um Erfahrungen und Wissen auszutauschen, wird auch trotz Digitalisierung oder gerade wegen den Erfahrungen durch Corona oben auf der Agenda bleiben.

Lassen Sie uns deshalb mit Sustainable Meetings Berlin gemeinsam nachhaltigere Wege gehen!

Denn damit Veranstalter:innen nachhaltige Veranstaltungen organisieren können, benötigen sie die entsprechenden Angebote und Informationen über die Expertise ihrer Dienstleister:innen. Vielerorts sind diese Angebote Nischenprodukte in der Meeting-Industrie. Sustainable Meetings Berlin schließt diese Lücke, denn wir wollen in Berlin Vorreiter sein:

Mit Sustainable Meetings Berlin haben wir uns zum Ziel gesetzt, Sie als Dienstleister:innen der Veranstaltungsbranche in Ihrem nachhaltigen Handeln zu unterstützen und Sie als solche für nationale und internationale Veranstaltungsplaner:innen sichtbar zu machen.

Damit wollen wir einerseits Berlin als nachhaltige Kongressdestination stärken und andererseits das Bewusstsein unserer Kund:innen für die Möglichkeiten nachhaltiger Eventplanung schärfen. So kann es uns langfristig gelingen, den Einfluss von Veranstaltungen auf Umwelt und Gesellschaft positiver zu gestalten. Die stetig wachsende Zahl an verantwortungsvoll agierenden Partnerunternehmen zeigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

Seien auch Sie dabei – herzlich willkommen bei Sustainable Meetings Berlin!

Ihr Marco Oelschlegel

# Berlin auf dem Weg zur nachhaltigen Veranstaltungsmetropole

Nachhaltigkeit mit den Grundwerten Glaubwürdigkeit, Transparenz und Verantwortung ist auf dem besten Weg, unternehmerischer und gesellschaftlicher Standard zu werden. Immer mehr Unternehmen integrieren umweltfreundliches und soziales Handeln in ihr Leitbild. Sie entscheiden sich ganz bewusst für einen respektvollen und wertschätzenden Umgang mit ihren Mitarbeiter:innen, ihr wirtschaftliches Handeln schont die natürlichen Ressourcen.

Dieser tiefgreifende Wandel wird auch den Kongress-Standort Berlin verändern. Das Berlin Convention Office von *visitBerlin* gestaltet diese Entwicklung aktiv mit, sichert allen Akteur:innen einen Zugang zu Knowhow und unterstützt sie bei der Umsetzung ihrer geschäftlichen Nachhaltigkeit für eine nachhaltige Veranstaltungsmetropole.

Das Berlin Convention Office (BCO) als Geschäftsbereich der Berlin Tourismus & Kongress GmbH (*visitBerlin*) ist die offizielle Vertretung der Stadt Berlin im Bereich Kongresse, Tagungen und Incentives sowie Großveranstaltungen. Aufgabe des Ge-

schäftsbereiches ist es, Berlin national und international als eine der führenden Kongressdestinationen weltweit zu vermarkten, diese Positionierung zu festigen und kontinuierlich auszubauen.

Das Berlin Convention Office hat für die Positionierung Berlins als nachhaltige Kongressdestination die Initiative „Sustainable Meetings Berlin“ entwickelt und reagiert damit auf die sich verändernden Marktbedingungen und die gestiegene Erwartungshaltung der Kund:innen in den Bereichen Nachhaltigkeit und nachhaltiger Veranstaltungen.

Die Initiative erleichtert Veranstaltungsorganisator:innen das Planen von nachhaltigen Tagungen, Kongressen und Events. Sustainable Meetings Berlin ruht maßgeblich auf drei Pfeilern: der Plattform, der Zertifizierung im SMB-Managementsystem und dem Netzwerk.

## Plattform

Die Website [convention.visitberlin.de/sustainable-meetings-berlin](https://convention.visitberlin.de/sustainable-meetings-berlin) dient sowohl nationalen als auch internationalen Veranstaltern und Eventplaner:innen sowie den Partnerunternehmen der Veranstaltungsbranche als nützliches Planungs- und Informationstool rund um Nachhaltigkeit im Bereich der Meeting-Industrie. Dazu werden Veranstaltungsdienstleister der Branche wie beispielsweise Agenturen, Hotels, Locations, Catering, Transportunternehmen, Technikanbietenden und weitere relevante Unternehmen anhand ihrer unternehmerischen Nachhaltigkeit bewertet und entsprechend auf der Website dargestellt.

## Zertifizierung

Dieser Bewertung liegt ein speziell für die jeweilige Dienstleistungssparte erstellter anspruchsvoller Kriterienkatalog zugrunde.

## Netzwerk

Darüber hinaus unterstützt das Berlin Convention Office durch regelmäßige Arbeitstreffen sowie Meetups zu Nachhaltigkeitsthemen die Vernetzung und den partnerschaftlichen Austausch untereinander.

Das unterstützende Begleitangebot, das Sustainable Partner-Programm ([about.visitberlin.de/sustainable-partnerprogramm](https://about.visitberlin.de/sustainable-partnerprogramm)), ist eine Hilfestellung für alle Interessierten auf dem Weg zum Audit. Mit verschiedenen Angeboten, wie z. B. einem individuellen Fahrplan-Workshop oder auch einem Auditvorbereitungsworkshop etc. werden die Teilnehmenden Unternehmen Schritt für Schritt bis zum Audit begleitet.

Die Organisation und Umsetzung von nachhaltigen Veranstaltungen umfasst die ganzheitliche und ausgewogene Betrachtungsweise ökonomisch, sozial und ökologisch nachhaltiger Handlungen. Dabei darf nicht nur die singuläre Veranstaltung betrachtet werden. Vielmehr muss ein Umdenken bei allen relevanten Akteuren (Mitarbeiter:innen, Zulieferer, Dienstleister und Teilnehmer:innen) verankert werden. Alle Maßnahmen

müssen derart gestaltet sein, dass sie validierbar und dokumentierbar sind, um in einem ständigen Prozess verbessert werden zu können. Das Ziel muss es sein, eine ökonomisch erfolgreiche Veranstaltung bei ethischem und fairem Handeln mit möglichst geringem Impact auf die Umwelt zu gestalten. (Vgl. Riediger/Oblasser – Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement mit Strategie / Verlag Wissenschaft & Praxis).

Zusätzlich entwickelt das Berlin Convention Office auch eigene Angebote, wie beispielsweise „MEET+CHANGE“, die an nachhaltigen Veranstaltungsformaten interessierten Planer:innen einen einfachen Zugang ermöglichen. Für die Zukunft plant das Berlin Convention Office diese Initiativen auszuweiten und weitere Formate – gemeinsam mit den Partner:innen in Berlin und als Resultat der Programminitiative „Sustainable Meetings Berlin“ – anzubieten.

Soziale Verantwortung hat eine größer werdende Bedeutung in Unternehmen und Institutionen. Gleichzeitig sehen Unternehmen wachsenden strukturellen Herausforderungen und grundlegenden Veränderungsprozessen entgegen. Daraus ergeben sich auch neue Anforderungen an Eventplaner:innen. MEET+CHANGE begegnet diesen Anforderungen und Bedürfnissen mit der Vermittlung von sozialen und soziokulturellen Räumen für Veranstaltungen in Berlin.

### **Zum Beispiel**

- Strategiepräsentation in einer Grundschule
- Teambuilding in einer integrativen Werkstatt
- Seminar in einem Familienförderzentrum

Dabei beachtet und erfüllt MEET+CHANGE auch die Bedürfnisse der sozialen und soziokulturellen Einrichtungen. Die Einrichtungen erhalten

- einen Mehrwert in Form einer materiellen oder monetären Spende, deren Art sie selbst bestimmen
- soziale Anerkennung
- Kontakt zu Wirtschaft und potentiellen Auftraggeber:innen oder Partner:innen

MEET+CHANGE bildet aber auch die Haltung des BCO ab,

- gemeinsam mit Kund:innen etwas in Bewegung zu setzen und etwas gesellschaftlich Sinnvolles zu gestalten.
- Aktivitäten und Budgets dorthin zu lenken, wo sie nachhaltig wirken und gebraucht werden.
- mit der Initiative den Berliner:innen etwas zurückzugeben.

## Sustainable Meetings Berlin

In den vier Themenfeldern „Governance, Risk & Compliance“, „Wirtschaft“, „Umwelt“ und „Gesellschaft“ wurden für Sustainable Meetings Berlin in einem Multistakeholderprozess insgesamt 62 Kriterien zusammengestellt, die die Nachhaltigkeitsleistung der teilnehmenden Unternehmen beschreiben. Dieses Kriterienset ist in diesem Leitfaden öffentlich einsehbar, um zum einen dem gesellschaftlichen Transparenzgedanken zu entsprechen, aber auch zum anderen weitere Anstöße zur Verbesserung von außen zu ermöglichen. Sustainable Meetings Berlin bietet keine Checklisten an, sondern ist ein anspruchsvolles Werkzeug zu einer größeren unternehmerischen Nachhaltigkeit und verankert einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess in der Veranstaltungsindustrie. Es ist damit ein hilfreiches Managementsystem auf dem Weg zu einer innovativen und nachhaltigen Tourismus- und Veranstaltungsdestination.

## Anschlussfähigkeit an bestehende Standards, Rahmenwerke und Systeme

Bei der Entwicklung des Kriteriensets für Sustainable Meetings Berlin wurde auf die Anschlussfähigkeit an bereits bestehende Standards und Rahmenwerke, wie den Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK), die Global Reporting Initiative (GRI) sowie das Eco Management and Audit Scheme (EMAS) und die International Organization for Standardization (ISO) 14001, von Beginn an Wert gelegt. So sind die Teilnehmenden an der Initiative Sustainable Meetings Berlin befähigt, erste Schritte in diesen internationalen Standards zu gehen und ihre Nachhaltigkeitsleistung so auch international bekannt zu machen. In einem weiteren Schritt wurden Nachhaltigkeitssysteme, wie beispielsweise Certified Green Hotel und Green Globe, untersucht, die bei einigen Teilnehmenden bereits im Einsatz sind. Zum Anschluss dieser Systeme an Sustainable Meetings Berlin wird ein Matching durchgeführt, um den Zugang zu erleichtern und bereits bestehende Nachhaltigkeitsleistungen der

Unternehmen leichter einzuordnen und zu würdigen. Aktuell strebt das Berlin Convention Office die Anerkennung seiner Kriterien beim Global Sustainable Tourism Council (GSTC), dem globalen Dachverband für Nachhaltigkeitsstandards im Tourismus, an. Dies fördert die Glaubwürdigkeit und das Vertrauen in das anspruchsvolle SMB-Kriterienset.

## Vorgehensweise

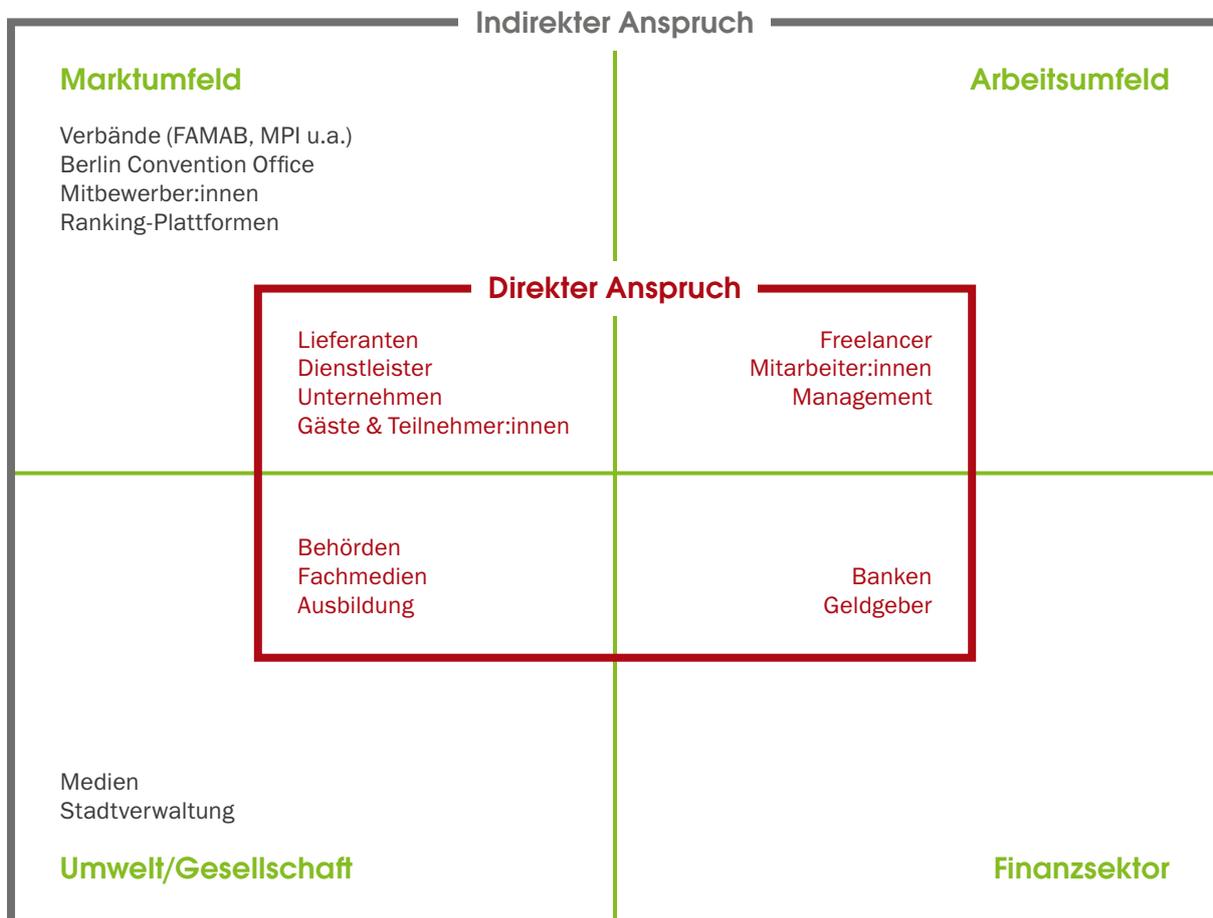
Zu Beginn des Multistakeholderprozesses wurden umfangreiche Nachhaltigkeitsthemen identifiziert. Dazu wurden international anerkannte Rahmenwerke, wie beispielsweise EMAS, DIN14001, der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK) oder die Global Reporting Initiative (GRI) mit dem GRI Event Organizers Sector Supplement (EOSS), herangezogen. Ziel war es, ein offenes und zukunftsfähiges Managementsystem für eine nachhaltige Veranstaltungsbranche zu schaffen.

Weiterhin kamen aktuelle gesetzliche Anforderungen (z. B. DSGVO) und Erkenntnisse (z. B. Teilnehmendensicherheit) aus einer umfangreichen Stakeholder-Befragung im Jahr 2017 zum Tragen. Die befragten Stakeholder umfassten dabei nationale sowie internationale Einkäufer:innen und Planer:innen von Veranstaltungsdienstleistungen.

So wurden in den vier Themenfeldern insgesamt 57 Nachhaltigkeitsthemen identifiziert. In weiterführenden Workshops und Telefoninterviews mit mehr als 30 Unternehmen aus den Dienstleistungssparten wurden diese Nachhaltigkeitsthemen konkretisiert. In dieser Wesentlichkeitsanalyse wurden aus den 57 Nachhaltigkeitsthemen 38 wesentliche Berichtsthemen extrahiert. Dieser Prozess entsprach der von der GRI geforderten Wesentlichkeitsanalyse.

# Stakeholder-Ansatz und Wesentlichkeitsanalyse

Im Vorfeld der Wesentlichkeitsanalyse wurden für die teilnehmenden Unternehmen die maßgeblichen Stakeholder identifiziert und in einzelnen Stakeholder-Universen für jede Dienstleistungssparte gruppiert. So konnten bei der folgenden Wesentlichkeitsanalyse zusätzlich zu den Erkenntnissen aus der Befragung auch die Sichtweisen nicht befragter Stakeholder antizipiert werden.



Beispiel Stakeholder-Universum „Agentur“

Das Ergebnis sind neun unterschiedlich differenzierte Wesentlichkeitsanalysen für Agenturen, Ausstatter:innen, Catering, Hotel, Veranstaltungsorte, Personaldienstleistung, Schifffahrt, Technik und Transport. Diese Analysen spiegeln die wesentlichen Berichtsthemen der Nachhaltigkeit der einzelnen

Dienstleistungssparten wider. Diesen wesentlichen Berichtsthemen wurden im Folgeprozess einzelne Berichtskriterien zugewiesen. In diesem Folgeprozess wurden den 38 wesentlichen Berichtsthemen insgesamt 62 Berichtskriterien zugeordnet. Alle Wesentlichkeitsanalysen sind in diesem Leitfaden zu finden.

Bei der Erhebung der Nachhaltigkeitskriterien kamen erneut national und international anerkannte Rahmenwerke zum Einsatz. Insbesondere sind hier EMAS, DIN14001, GRI und das GRI EOSS zu nennen. Die ausgewählten Kriterien wurden im Anschluss in die vier übergeordneten Themenfelder eingeordnet. Den individuellen Wesentlichkeitsanalysen folgend ergibt sich für jede Dienstleistungssparte ein eigenes Set aus Kriterien.

Der Einfluss der Stakeholder-Belange und die Wichtigkeit für das eigene Unternehmen bestimmen, welchen Stellenwert ein Nachhaltigkeitskriterium in einem Set einnimmt. Sogenannte Kernkriterien müssen von den teilnehmenden Unternehmen berichtet werden. Für diese Kriterien ist ein festgelegter Schwellenwert erforderlich, um auf der Plattform Sustainable Meetings Berlin gelistet zu werden. Außerdem hat jedes teilnehmende Unternehmen die Verpflichtung über die sogenannten Berichtskriterien zu informieren und darüber hinaus freiwillige Berichtskriterien in das individuelle Berichtsportfolio aufzunehmen und so seine besonderen Anstrengungen und Erfolge zu dokumentieren, die über die verpflichtenden Kern- und Berichtskriterien hinausgehen.

## Berichtsprozess

### Die teilnehmenden Unternehmen berichten in vier Themenfeldern

#### Governance, Risk & Compliance (GRC)

Die verantwortungsvolle und transparente Unternehmensführung beinhaltet rechtskonformes Verhalten auf allen Unternehmensebenen sowie einen Verhaltenskodex für alle Mitarbeiter:innen, der die Interessen der Stakeholder, wie z. B. Anteilseigner, Mitarbeiter:innen, Kund:innen, Lieferanten und Investoren etc. berücksichtigt. Die Einhaltung gesetzlicher sowie branchen-

bezogener Bestimmungen und Vorschriften in einem Unternehmen sowie die Erfüllung weiterer, wesentlicher und in der Regel vom Unternehmen selbst gesetzter ethischer Standards und Anforderungen ist prägender Bestandteil dieses Themenfeldes.

### **Wirtschaft**

Unternehmen sollen ihr Kerngeschäfts grundsätzlich sowohl sozial und ökologisch verantwortlich als auch wirtschaftlich erfolgreich betreiben. Produkte und Dienstleistungen sollen zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen, die die Lebensgrundlage künftiger Generationen sicherstellt. Mittels z. B. transparentem Kostenmanagement sowie einer chancengerechten Tarifstruktur zeigen die Unternehmen ihr verantwortungsvolles Handeln, das immer häufiger im Fokus der Öffentlichkeit steht.

### **Umwelt**

In diesem Themenfeld wird das Umweltmanagement der teilnehmenden Unternehmen betrachtet. Umweltmanagement ist der Teilbereich des Managements einer Organisation, der sich mit dem betrieblichen und behördlichen Umweltschutz beschäftigt, d. h. mit den Tätigkeiten, Produkten und Dienstleistungen, die Auswirkungen auf die Umwelt haben. Die Verringerung von CO<sub>2</sub>-Emissionen und damit klimafreundliches Agieren, Abfallmanagement und der Umgang mit Gefahrenstoffen prägen dieses Themenfeld.

### **Gesellschaft**

Nachhaltige Unternehmen denken über ihre eigenen Belange hinaus und unterstützen aktiv die Gesellschaft in ihrem Umfeld. Das Kriterienset „Gesellschaft“ ist ein Querschnitt von der kleinsten Einheit in einem Unternehmen, z. B. die Förderung der Potentiale von Mitarbeiter:innen, über allgemeingültige gesellschaftliche Werte, wie z. B. Antidiskriminierung und Diversity-Management bis hin zum Engagement von Unternehmen in der Zivilgesellschaft. z. B. die Vergabe von Spenden. Jedem Themenfeld ist eine individuelle Anzahl von Berichtskriterien zugeordnet, die sich aus der Wesentlichkeitsanalyse der jeweiligen Dienstleistungssparte ergibt.

Jedem individuellen Berichtskriterium sind konkrete Anforderungen zugeordnet, die immer der gleichen Prozesslogik folgen. In definierten Schritten (20 %, 40 %, 60 % 80 % und 100 %) wird die Nachhaltigkeitsleistung eingeordnet. Dabei ist ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess (KVP) die Grundlage. 20 % definiert die niedrigste Schwelle, in der Regel den Einstieg in ein Nachhaltigkeitskonzept, während 100 % das Setzen, Verfolgen und Fortschreiben von Zielen voraussetzt und so den KVP dokumentiert.

Für Kernkriterien, die zum Zugang zur Plattform unabdingbar sind, wurden Zugangsschwellen festgelegt. Die Prüfung der Erfüllung der einzelnen Kriterien erfolgt in Form von Audits durch unabhängige Prüfer:innen. Die für eine erfolgreiche Prüfung notwendigen weiterführenden Angaben zu jedem einzelnen Berichtskriterium sind in vier themenfeldspezifischen Sammlungen dokumentiert.

## Berichten oder erklären

Für alle Kriterien gilt der gleiche Grundsatz: Berichten oder erklären. Dieses international anerkannte Berichtsprinzip (Comply or Explain) ermöglicht es den Teilnehmenden zu einzelnen Kriterien dauerhaft oder zeitweise nicht zu berichten.

Berichten (Comply) bedeutet, dass vollständig im Rahmen der Logik des KVP berichtet wird und die betreffenden Unterlagen im Audit vollständig zur Prüfung vorgelegt werden müssen. In diesem Fall wird das Berichtskriterium vollumfänglich bewertet und das teilnehmende Unternehmen erhält einen dokumentierten prozentualen Erfüllungsgrad zugeordnet. In einigen Fällen ist es Unternehmen nicht möglich zu einem Kriterium zu berichten. Zum Beispiel kann ein Kriterium aufgrund der besonderen Arbeitsweise eines Unternehmens keine Anwendung finden. Der Ansatz Erklären (Explain) ermöglicht es, dem Unternehmen zu beschreiben, warum dieses spezielle Kriterium keine Anwendung findet.

Dazu werden die folgenden Erklärungen akzeptiert:

- Das Kriterium ist auf die Tätigkeit der Organisation nicht anwendbar. Im Audit wird das Vorhandensein der Nichtanwendbarkeit überprüft. Das Kriterium fließt nicht in die Gesamtbewertung mit ein.
- Die Organisation kann glaubhaft darlegen, dass der KVP gestartet wurde, aber im aktuellen Audit-Prozess nicht abgeschlossen werden kann. In diesem Fall wird der Organisation die Möglichkeit eingeräumt, innerhalb von 12 Monaten ein Nachaudit des betreffenden Kriteriums wahrzunehmen.

Für alle Erklärungen sind die Schriftform und die Zustimmung des höchsten Organs der Organisation nötig.

# Wertung

## Darstellung der Ergebnisse

Die Nachhaltigkeitsleistung der teilnehmenden Unternehmen wird anhand der Prozentstufen ermittelt. Dabei werden die erreichten Prozentwerte durch die berichteten Kriterien geteilt und ergeben so die individuelle Nachhaltigkeitsleistung in den vier Themenfeldern. Eine Gewichtung einzelner Themenfelder oder Kriterien findet nicht statt. Kernkriterien und Berichtskriterien, die über die Wesentlichkeitsanalysen ermittelt wurden, fließen immer in die Wertung ein – entweder mit 0 Prozent oder der jeweiligen erreichten Prozentstufe. Freiwillige Berichtskriterien werden nur gewertet, wenn in ihnen berichtet wird.

Die erreichte Leistung wird in vier Kategorien dargestellt:



Starter (bis einschließlich 30 Prozent)



Advanced Performer (zwischen 31 und 50 Prozent)



High Performer (zwischen 51 und 70 Prozent)



Leader (zwischen 71 und 100 Prozent)

## Starter light

Die Sonderkategorie Starter light ist für Unternehmen gedacht, die gerade erst mit der Nachhaltigkeitsausrichtung begonnen haben und nicht alle Kernkriterien erfüllen können. Die Teilnehmenden in der Kategorie Starter light müssen im Rahmen ihrer Kernkriterien in einer Kriteriengruppe (zum Beispiel Emissionen bzw. Kriteriengruppe U03) nur jeweils ein Kernkriterium erfüllen. Das heißt, wenn beispielsweise drei Kernkriterien in der Kriteriengruppe Emissionen/U03 erforderlich sind (also U03.01, U03.02 und U03.03 alle Kernkriterien sind), muss ein Starter light nur eines dieser Kernkriterien erfüllen. Diese Möglichkeit ist auf Kernkriterien und auf die jeweilige Kriteriengruppe beschränkt.

## Weiterentwicklungen

Perspektivisch arbeitet das Berlin Convention Office daran, das Zertifizierungssystem auch touristisch fokussierten Akteuren in Berlin zugänglich zu machen. Dafür müssen einige Kriterien angepasst werden.

Weiterhin wird aktuell eine niedrigschwellige gemeinsame Nachhaltigkeitsinitiative der Tourismus- und Veranstaltungsbranche auf der Ebene von Selbstverpflichtungen erarbeitet. Damit soll es gelingen noch mehr Akteure für Nachhaltigkeit zu begeistern und einen Schritt vor dem anspruchsvollen Managementsystem vorzuschalten.

# Nachhaltigkeits- kriterien von Sustainable Meetings Berlin

# Die 62 Nachhaltigkeitskriterien von Sustainable Meetings Berlin

Die Kriterien zu Sustainable Meetings Berlin werden regelmäßig überprüft und angepasst. Durch den aktuellen Anerkennungsprozess beim GSTC werden sich voraussichtlich auch Veränderungen im Kriterienset ergeben.

## Kriterien Governance, Risk und Compliance

GRC	G01.01	Governance – Integration einer Nachhaltigkeitsstrategie	Die Organisation verfügt über eine Nachhaltigkeitsstrategie, die in die Unternehmensstrategie integriert ist. Klare Zuständigkeiten sind benannt. Es sind ethische, ökonomische, ökologische und gesellschaftliche Komponenten enthalten, die transparent kommuniziert werden.
GRC	G01.02	Governance – Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen	Die Organisation verfügt über qualitative und/oder quantitative Nachhaltigkeitsziele, setzt diese planvoll um und kontrolliert den Erreichungsgrad.
GRC	G01.03	Governance – Management der nachhaltigen Geschäftsentwicklung	Die Organisation analysiert regelmäßig die zentralen Chancen und Herausforderungen für eine nachhaltige Geschäftsentwicklung. Diese werden in die Nachhaltigkeitsstrategie und in das Risikomanagement des Unternehmens einfließen.
GRC	G02.01	Compliance – Einhaltung von Gesetzen & Richtlinien	Die Organisation benennt die für sie geltenden gesetzlichen sowie branchenbezogenen Bestimmungen und Vorschriften. Sie beschreibt, wie deren Einhaltung sichergestellt wird und welche transparente Kommunikation dazu stattfindet.
GRC	G02.02	Compliance – Integration eines Verhaltenskodex	Die Organisation verfügt über einen Verhaltenskodex und/oder verbindliche Compliance-Richtlinien sowie über interne Strukturen zur Umsetzung dieser Richtlinien. Die Richtlinie wird transparent kommuniziert und in Schulungsmaßnahmen integriert.
GRC	G02.03	Compliance – Aktives Vorfallmanagement für Compliance-Verstöße	Die Organisation verfügt über ein aktives Vorfallmanagement und geht zielgerichtet gegen unethische, zivilrechtlich oder strafrechtlich relevante Verhaltensweisen in der Organisation vor. Bei schwerwiegenden Compliance-Verstößen von Geschäftspartnern werden die Geschäftsbeziehungen beendet.

GRC	G03.01	Datensicherheit – Sicherstellung des gesetzeskonformen Datenmanagement	Die Organisation hat einen Prozess etabliert, der die Datenschutz-Grundverordnung (DSVGO) auf Kunden- und Teilnehmerdaten abbildet.
GRC	G04.01	Unternehmenskultur – Kommunikation der Nachhaltigkeitsvision	Die Organisation verfügt über eine Unternehmensvision, in der Nachhaltigkeit und unternehmerische Verantwortung zentrale Bestandteile sind. Die Nachhaltigkeitsvision wird transparent kommuniziert.
GRC	G05.01	Transparenz – Öffentliche Nachhaltigkeitsberichterstattung	Die Organisation verfügt über eine Berichterstattung (Geschäftsbericht oder Nachhaltigkeitsbericht), in der die Nachhaltigkeitsleistung nach einem anerkannten Standard, z. B. nach dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex, berichtet wird.
GRC	G06.01	Risikoanalyse – Strukturisiertes Risikomanagement	Die Organisation verfügt über ein strukturiertes Risikomanagement und ermittelt und bewertet die zentralen Risiken, die mit ihrer Geschäftstätigkeit verbunden sind.
GRC	G07.01	Shareholder – Transparente Darstellung der Struktur und des Engagements	Die Organisation stellt ihre Beteiligungsstruktur dar und gibt an, in welchen Dialogprozessen sie mit ihren Shareholdern steht und welchen Inhalt die Dialoge haben.

## Kriterien Gesellschaft

Gesellschaft	S01.01	Mitarbeiterzufriedenheit – Förderung Mitarbeiterbindung & Motivation	Die Organisation hat sich das Ziel gesetzt, ein attraktiver Arbeitgeber zu sein. Sie ergreift Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung und -motivation. Diese sind in einem Personal-konzept eingebettet und werden transparent kommuniziert.
Gesellschaft	S01.02	Work-Life-Balance – Flexible Arbeitszeitmodelle & Sozialkatalog	Die Organisation fördert Maßnahmen zur Schaffung einer ausgewogenen Work-Life-Balance der Beschäftigten. Hierzu zählen vor allem flexible Arbeitszeitmodelle und Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Die Organisation verfügt über einen außertariflichen Sozialkatalog.
Gesellschaft	S03.01	Arbeits- & Gesundheitsschutz – Sicherung der Leistungsfähigkeit	Die Organisation hält alle gesetzlichen Verpflichtungen zur Gewährleistung von Arbeits-, Gesundheits- und Sozialschutz ein. Arbeitsnormen (ILO Kernarbeitsnormen) werden eingehalten. Darüber hinaus bestehen entsprechende Programme, die die berufliche Leistungsfähigkeit sicherstellen.

Gesellschaft	S04.01	Personalstrategie – Personalentwicklung & -ausbildung	Die Organisation verfügt über ein Personalentwicklungskonzept, das die Kompetenzentwicklung der Mitarbeiter fördert und so der Unternehmensentwicklung dient. Die Organisation bildet aus.
Gesellschaft	S04.02	Personalstrategie – Bedarfsgerechtes Personalmanagement	Die Organisation verfügt über ein Personalmanagement mit Personalplanung, Kompetenzanalyse, Bedarfsplanung und bedarfsgerechter Rekrutierung. Dabei spielen Nachhaltigkeitsfaktoren eine Rolle.
Gesellschaft	S04.03	Personalstrategie – Mitarbeitergespräche & Anreizsysteme	In der Organisation werden mit allen Beschäftigten und Führungskräften mindestens einmal im Jahr Mitarbeitergespräche durchgeführt. In den Gesprächen werden die Leistung bewertet, Anreize (Boni, etc.) ermöglicht (insbesondere für nachhaltiges Handeln) und Mitarbeiter-Feedback aufgenommen.
Gesellschaft	S04.04	Personalstrategie – Anreizsysteme mit Nachhaltigkeitsaspekten	Die Organisation verfügt über ein Anreizsystem, das Nachhaltigkeitselemente sowie -ziele enthält. Mitarbeiterbezogene Ziele zu Nachhaltigkeitsthemen des Unternehmens werden belohnt.
Gesellschaft	S05.01	Diversity – Management von Vielfalt & Chancengleichheit	Die Organisation hat einen Prozess etabliert, der Vielfalt und Chancengleichheit und eine heterogene Belegschaft sicherstellt.
Gesellschaft	S05.02	Diversity – Sicherstellen von Antidiskriminierung	Die Organisation verfügt über Konzepte und Strukturen, die Diskriminierungen jeder Art verhindern und erkennbar machen.
Gesellschaft	S05.03	Diversity – Einbezug von gemeinnützigen Organisationen	Die Organisation setzt Social Contracting ein: Sie bezieht Produkte oder Dienstleistungen von Unternehmen/Organisationen aus dem gemeinnützigen Sektor.
Gesellschaft	S06.01	Aus- & Weiterbildung – Fachliche & persönliche Entwicklung	Die Organisation bietet Weiterbildungen an und fördert die fachliche Fortbildung und persönliche Weiterentwicklung der Beschäftigten.
Gesellschaft	S06.02	Aus- & Weiterbildung – Qualifizierung im Bereich Nachhaltigkeit	Die Mitarbeiter und Führungskräfte der Organisation erhalten regelmäßig spezifische Qualifizierungen und Trainings zu Inhalten, Methoden und Regelwerken in den Themenbereichen Nachhaltigkeit und unternehmerische Verantwortung (CSR).
Gesellschaft	S07.01	Vorschlagswesen – Stärkung nachhaltiger Prozesse	Die Organisation verfügt über ein betriebliches Vorschlagswesen. Es zielt unter anderem ausdrücklich darauf ab, nachhaltige Prozesse im Unternehmen zu stärken und zu verstetigen.

Gesellschaft	S08.01	Mitbestimmung – Einbezug der Arbeitnehmer (in Entwicklung)	Future Development
Gesellschaft	S09.01	Dialoge – Beteiligung von Anspruchsgruppen	Die Organisation befindet sich im aktiven Dialog mit ihren Stakeholdern. Sie dokumentiert und berücksichtigt die Stakeholderinteressen und beachtet die Ergebnisse dieses Dialogs. Der Dialog sensibilisiert die Stakeholder in Bezug auf Nachhaltigkeit.
Gesellschaft	S09.02	Dialoge – Minderung von Impact auf lokale Gemeinschaft und Kulturerbe	Die Organisation hat einen Prozess installiert, der den Impact ihrer Tätigkeiten auf lokale Gemeinschaften und das Kulturerbe steuert und mindert. Dazu führt sie Impact-Analysen durch und führt regelmäßige Stakeholder-Dialoge – insbesondere mit Gästen – zu Sensibilisierung durch. Ein Beschwerde Mechanismus ist installiert.
Gesellschaft	S10.01	Barrierefreiheit – Ermöglichung von Teilhabe	Die Organisation verfügt in ihren Betriebsstätten über Einrichtungen für Menschen mit besonderen Bedürfnissen oder Einschränkungen und ist barrierefrei.
Gesellschaft	S11.01	Engagement – Spenden & Sponsoring	Die Organisation ist gemeinnützig aktiv und vergibt Spenden und/oder Sponsorings. Dazu gibt es klare Richtlinien und ein Konzept.
Gesellschaft	S11.02	Engagement – Unterstützung betrieblicher Freiwilligenprogramme	Die Organisation unterstützt das persönliche gemeinnützige Engagement und Corporate Volunteering-Aktivitäten der Beschäftigten. Dazu gibt es klare Richtlinien und ein Konzept.
Gesellschaft	S12.01	Engagement – Umgang mit ehrenamtlichen Mitarbeitern (in Entwicklung)	Future development

## Kriterien Umwelt

Umwelt	U01.01	Energie – Bezug von regenerativen Energien	Die Organisation bezieht Strom aus regenerativen Energien oder stellt diesen aus regenerativen Energien selbst her.
Umwelt	U03.01	Emissionen – Erfassung des CO2-Ausstoß	Die Organisation erhebt den CO2-Ausstoß ihrer Geschäftstätigkeit, ihrer Produkte und/oder Dienstleistungen.
Umwelt	U03.02	Emissionen – Reisemanagement zur Reduktion von Emissionen	Die Organisation betreibt ein Geschäftsreisemanagement. Die CO2-Äquivalente der einzelnen Verkehrsmittel werden erfasst und verringert.

Umwelt	U03.03	Emissionen – Mobilitätsmanagement von Emissionen	Die Organisation verfügt über ein nachhaltig ausgerichtetes Mobilitätsmanagement, das intern und extern angewendet wird. Emissionen werden zielgerichtet verringert.
Umwelt	U03.04	Energie – Energieeinsparung und -effizienz	Die Organisation hat Prozesse zum Energiemanagement etabliert. Dieses umfasst alle Energieträger (Strom, Kraftstoffe, etc.).
Umwelt	U04.01	Emissionsschutz – Vermeidung von Schall, Licht, etc.	Die Organisation hat einen Prozess zum Emissionsschutz (Lärm, Licht, etc. sowie auch Abgase) etabliert. Dazu gehören Messung, Genehmigung, Dialoge und Vermeidung/Reduktion.
Umwelt	U05.01	Abfall – Planvolle Müllvermeidung, -trennung und Recycling	Die Organisation verfügt über eine durchgängige Mülltrennung und Recycling-Prozesse für anfallende Materialien, Geräte, Ausstattungen und Reststoffe. Eine Recycling-Quote wird angestrebt.
Umwelt	U06.01	Umweltmanagement – Einsatz eines Managementsystems	Die Organisation hat Prozesse zum Umweltmanagement etabliert.
Umwelt	U06.02	Umweltmanagement – Steigerung Energieeffizienz von Einrichtungen	Die Organisation hat ein Konzept zur Steigerung der Energieeffizienz ihrer elektrischen Einrichtungen und Geräte.
Umwelt	U06.03	Umweltmanagement – Sichere Handhabung von Gefahrstoffen	Die Organisation erfasst und analysiert die anfallenden Gefahrstoffe. Alle Gefahrstoffe bzw. alle Materialien, die Gefahrstoffe enthalten, werden sicher und umweltschonend den Entsorgungsfachbetrieben übergeben.
Umwelt	U06.04	Umweltmanagement – Etablierung eines ökologischen Büromanagement	Die Organisation managed ihre Büroorganisation nach ökologischen Aspekten. Zu den einzelnen Bereichen (Gefahrstoffe, Abfall, Drucken, etc.) bestehen Richtlinien. Die Beschäftigten werden zu den Themen Umweltschutz und Umweltmanagement gemäß den internen Richtlinien der Organisation geschult und trainiert.
Umwelt	U06.05	Umweltmanagement – Reduktion des Wasserverbrauchs	Die Organisation analysiert und bewertet regelmäßig ihren Wasserverbrauch und reduziert diesen planvoll. Dabei kommen zum Beispiel verbrauchsreduzierende Elemente zum Einsatz.
Umwelt	U06.06	Umweltmanagement – Umweltgerechte Einrichtung von Betrieb und Location	Die in Veranstaltungsorte und Betriebsstätten eingebrachte Einrichtung (Möbiliar, Textilien, Fußböden, etc.) ist recyclebar.

Umwelt	U06.07	Umweltmanagement – Nutzung umweltgerechter Verbrauchsmaterialien	Die in Veranstaltungs- und Betriebsstätten eingebrachten Veredlungs- (Dekoration, Farben, Bodenbeläge, etc.) und Verbrauchsmaterialien (Reinigungsmittel, etc.) sind schadstoffarm, umweltgerecht und recyclebar.
Umwelt	U06.08	Umweltmanagement – Förderung von Biodiversität	Die Organisation hat ihren Impact auf die Biodiversität analysiert und Maßnahmen abgeleitet.
Umwelt	U07.01	Umweltausgaben – CO2-Kompensation von Projekten und Geschäftstätigkeit	Die Organisation kompensiert die in Kundenprojekten und durch den Geschäftsbetrieb verursachten CO2-Emissionen.

### Kriterien Wirtschaft

Wirtschaft	W01.01	Qualität – Einführung eines strukturierten Qualitätsmanagements	Die Organisation hat strukturierte Prozesse etabliert, die ein effizientes Qualitätsmanagement erlauben.
Wirtschaft	W01.02	Qualität – Einführung eines strukturierten Beschwerdemanagements	Die Organisation hat strukturierte Beschwerdeprozesse etabliert. Die Beschwerden werden dokumentiert.
Wirtschaft	W01.03	Qualität – Regelmäßige Stakeholder-Dialoge zur Qualitätsverbesserung	Die Organisation führt Dialoge mit ihren Stakeholdern (insbesondere Kunden). Die Ergebnisse fließen in die Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen ein. Dabei werden Aspekte der Nachhaltigkeit berücksichtigt.
Wirtschaft	W02.01	Risiko – Etablierte Risikoanalyse von Produkt und Projekt	Die Organisation hat einen Prozess zur Risikopriorisierung und -einschätzung etabliert.
Wirtschaft	W03.01	Innovation – Erweiterung des nachhaltigen Leistungsportfolios	Die Organisation bietet nachhaltige Produkte und Leistungen an und erweitert ihr nachhaltiges Leistungsportfolio zielgerichtet.
Wirtschaft	W03.02	Innovation – Nachhaltiges Produkt- & Innovationsmanagement	Die Organisation handelt zukunftsorientiert. Sie verfügt über strukturierte Innovationsprojekte für mehr interne Nachhaltigkeit und zur Entwicklung nachhaltiger Produkte und Lösungen.
Wirtschaft	W04.01	Sicherheit – Etablierung eines Prozesses zur Teilnehmersicherheit	Die Organisation hat Prozesse zur Teilnehmersicherheit in ihre Arbeitsabläufe fest integriert.
Wirtschaft	W05.01	Performance – Nachhaltige wirtschaftliche Leistung (in Entwicklung)	Future development

Wirtschaft	W06.01	Budget-Disziplin – Strukturiertes Angebots- und Abrechnungsmanagement	Die Organisation verfügt über einen strukturierten und dokumentierten Prozess zum transparenten Kostenmanagement von Angebot über Beauftragung bis hin zur Evaluation. Die Angebote und Rechnungen sind detailliert aufgeschlüsselt.
Wirtschaft	W07.01	Vergütungspolitik – Chancengerechte Tarifstruktur	Die Organisation verfügt über eine dokumentierte Vergütungspolitik und Tarifvereinbarungen.
Wirtschaft	W08.01	Lieferanten – Nachhaltige Ausrichtung der Lieferkette	Die Organisation richtet ihre Lieferkette unter Einbezug ökologischer, sozialer und ethischer Themen (Ressourcenschonung, Fairtrade, Regionalität, gegen Kinderarbeit, Menschenrechte, Arbeitsnormen, etc.) aus und bevorzugt diese Lieferanten im Einkaufsprozess.
Wirtschaft	W08.02	Lieferanten – Überwachung der Lieferkette in Nachhaltigkeitsaspekten	Die Organisation überwacht die Lieferkette gemäß den definierten Einkaufskriterien und verpflichtet seine Lieferanten zur Einhaltung ökologischer, sozialer und ethischer Aspekte.
Wirtschaft	W08.03	Lieferanten – Anmietung von nachhaltigen Locations	Bei der Anmietung von Veranstaltungsorten wird auf Nachhaltigkeitsaspekte geachtet.
Wirtschaft	W08.04	Lieferanten – Beachtung menschenrechtlicher Sorgfaltspflichten	Die Organisation hat einen Prozess zur menschenrechtlichen Sorgfalt eingeführt
Wirtschaft	W09.01	Ressourcen – Effizienter Einkauf von nachhaltigen Produkten und Leistungen	Im Einkauf wird auf die Ressourceneffizienz, die Umweltbilanz, die Sozialbilanz und die Vollkosten über den gesamten Lebenszyklus wichtiger beschaffter Güter und Leistungen nachweislich geachtet.
Wirtschaft	W10.01	Finanzierung – Ökologisches und ethisches finanzielles Engagement	Die Organisation richtet ihr finanzielles Engagement nach ökologischen und ethischen Kriterien aus (Wahl der Bank, der Geldanlagen und der Finanzierung, etc.).
Wirtschaft	W11.01	Rating & Reputation – Positives Management von Reputation (in Entwicklung)	Future Development
Wirtschaft	W12.01	Mitgliedschaften – Transparente Darlegung der Verbandsmitgliedschaften	Die Organisation legt dar, in welchen Verbänden und Vereinen eine Mitgliedschaft besteht (Wirtschaft, Branche, Gemeinnutz).

## Umgang mit den Kriterien

Bei allen Kriterien steht der Nutzen für das Unternehmen oder die Stakeholder im Mittelpunkt. Deshalb ist es wichtig, die Idee, die hinter dem Kriterium steht, zu erfassen. Die folgenden Fragen helfen dabei:

- Welches Ziel soll das Kriterium in meinem Unternehmen in Bezug auf meine Stakeholder erreichen?
- Welche Prozesse müssen dazu in meinem Unternehmen verändert und beschrieben werden?
- Machen Beschreibungen und Dokumentationen auch Außenstehenden das Vorgehen meines Unternehmens zur Zielerreichung deutlich?

Es kommt nicht darauf an, alle in den Datenblättern beschriebenen Details zur Umsetzung (Spalten „Was muss dazu vorliegen?“ und „Wie wird es bewertet?“) vorzuweisen. Vielmehr achteten die Auditierenden darauf, dass das Kriterium erfüllt wird (Spalte „Was wird bewertet?“). Die Umsetzung kann in jedem Unternehmen anders aussehen. Deshalb müssen die Umsetzung (Operationalisierung) und die dazugehörigen Belege (Prüfindikatoren) den Auditierenden schlüssig die Erfüllung des Kriteriums belegen.

Berlin ist  
nachhaltig

# Berlin ist eine nachhaltige Metropole

## Berlin ist grün

Für nachhaltig Reisende hat Berlin viel zu bieten. Der Transfer in die Hauptstadt wird immer umweltfreundlicher: Kongress- und Veranstaltungsteilnehmer:innen können zur Anreise das Veranstaltungsticket der Deutschen Bahn nutzen. Die Fortbewegung innerhalb der Stadt mit dem öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) ist einfach und durch spezielle Angebote wie die Berlin WelcomeCard kostengünstig.

Ergänzend stehen in Berlin verschiedene öffentliche Fahrradverleihstationen an zentralen Punkten in der Stadt verteilt zur Verfügung und können nach einer Registrierung vor Ort einfach genutzt werden.

## Verkehr

Der ÖPNV in Berlin ist ausgezeichnet ausgebaut. Innerhalb Deutschlands besitzt die Hauptstadt das größte zusammenhängende U- und S-Bahn-Netz. Zudem stehen Busse, Straßenbahnen, sowie die Züge des Regional- und Fernverkehrs den Berliner:innen und den Gästen zur Verfügung.

Wichtig für die Nachhaltigkeit ist zudem die Barrierefreiheit im Berliner Verkehr. Dazu wurden und werden zahlreiche Fahrstühle und barrierefreie Zugänge innerhalb des Berliner ÖPNV-Systems installiert. Das Thema Barrierefreiheit gewinnt auch für die Berliner Tourismus- und Veranstaltungsbranche zunehmend an Bedeutung.

Berlin wächst auch als Fahrradstadt. Die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt fördert intensiv den Ausbau von Radwegen und Leitsystemen für Fahrradfahrer:innen. Mithilfe der Routenplaner der Verkehrsmanagementzentrale oder Angeboten wie BerlinBrandenburgBike ([www.bbbike.de](http://www.bbbike.de)) wird die sichere und schnelle Fortbewegung mit dem Rad erleichtert und unterstützt. Zutraglich sind auch die während der Corona-Pandemie schnell etablierten und verstetigten Pop-up-Radweg.

Neben dem ÖPNV und dem Rad- und Fußverkehr ist auch Car-Sharing eine innovative und beliebte Art der Fortbewegung innerhalb der Stadt ([www.car-sharing-berlin.de](http://www.car-sharing-berlin.de)).

## Stadtleben

Berlin ist mit knapp 40 % seiner Gesamtfläche eine der grünsten Städte Europas: über 18 % sind von Wald bedeckt, weitere 12 % sind als öffentliche Grünflächen definiert und etwa 7 % des Stadtgebiets sind Wasserflächen. Insgesamt stehen so mehr als 2.500 öffentliche Grün- und Erholungsanlagen zur Verfügung, die mitten in der Stadt Raum für Ruhe, Sport und Unterhaltung bieten. Weitläufige Parkanlagen und Gärten prägen das Stadtbild ebenso, wie die 431.000 Straßenbäume, die die Berliner Straßen säumen.

Das grüne Image spiegelt sich auch beim Thema Ernährung wider. Auf zahlreichen Märkten verkaufen Biobauern und -bäuerinnen aus dem Berliner Umland regionales Obst und Gemüse. Bäckereien bieten täglich eine Vielzahl verschiedener Sorten Bio-Brot an. Verschiedenste Naturkostläden, Biosupermärkte und Naturkaufhäuser verkaufen fair gehandelte und ökologisch hergestellte Produkte – von Kosmetikartikeln und Lederwaren bis zu Mode und Möbeln.

Grüne Mode und Nachhaltigkeit liegen im Trend. Zahlreiche Messen im Umfeld der Modewochen ermöglichen Fachbesucher:innen wie Einkäufer:innen, sich einen Überblick über die neusten Trends zu verschaffen. In den vergangenen Saisons wurde „grüne Mode und Design“ immer wichtiger – längst sind Veranstaltungen speziell zu diesem Fokus fester Bestandteil der Berlin Fashion Week.

Umweltschutz wird in Berlin auch bei der Nachnutzung von Gebäuden und Flächen großgeschrieben. Ein Beispiel ist der stillgelegte Flughafen Tempelhof. Sein Rollfeld ist nun der größte Park der Stadt. Auch das 1934 gebaute Berliner Olympiastadion hat für seinen nachhaltigen Umbau und seine konsequent grüne Nutzung, wie u. a. den Einsatz von Regenwasser für alle Toilettenanlagen, in jüngster Zeit Auszeichnungen erhalten.



## **Wirtschaft**

In Berlin wächst die Zahl an nachhaltigen Unternehmen und Wirtschaftszentren. Auch viele Startups haben sich in den vergangenen Jahren im Bereich grüner Technologie aufgestellt. Es wird zum Beispiel in den Bereichen Wind- und Solarenergie geforscht aber auch produziert. Mit rund 420 Hektar zählt der Industriepark Berlin-Adlershof zu den größten innerstädtischen Entwicklungsgebieten Europas.

Auf 90 Hektar Gesamtfläche ist der CleanTech Park Marzahn, größtes zusammenhängendes Industrieareal Berlins entstanden. Das Industriegebiet bietet einen Standort für produzierende Unternehmen der Cleantech-Branche und umfasst u. a. die Bereiche umweltfreundliche Energien und Energiespeicherung, Energieeffizienz, nachhaltige Mobilität, Kreislaufwirtschaft, nachhaltige Wasserwirtschaft sowie Rohstoff- und Materialeffizienz.

Zukünftig wird auch der ehemalige Flughafen Tegel für ein Forschungs- und Industriepark für urbane Technologien und ein neues Wohnviertel mit Parkanlage umgewidmet.

Schon seit Jahren in Funktion ist der sogenannte EUREF Campus in Berlin Schöneberg. Das ca. 5,5 Hektar große Stadtquartier ist Symbol der Energiewende in Deutschland und Standort für Unternehmen aus den Bereichen Energie, Nachhaltigkeit und Mobilität. Auf dem EUREF-Campus haben sich seit 2008 international renommierte Unternehmen und Forschungseinrichtungen angesiedelt. In einem engen Austausch und zahlreichen Partnerschaften entwickelt die innovative Gemeinschaft aus Global Playern, Start-Ups sowie forschenden und lehrenden Einrichtungen intelligente Lösungen für die Stadt der Zukunft. Das nachhaltige und wegweisende Konzept macht den Standort um einen historischen Berliner Gasometer zu einem europaweit einmaligen Zentrum für innovative Zukunftsprojekte. Bereits 2014 konnte der EUREF-Campus das CO<sub>2</sub>-Klimaschutzziel der Bundesregierung für 2045 erreichen. Mit seiner klimaneutralen Energieversorgung, dem intelligenten Energienetz, den energieeffizienten Gebäuden, der Erprobungsplattform für Elektromobilität und den zahlreichen Forschungsprojekten beweist der Campus, dass die Energiewende machbar und finanzierbar ist. Der EUREF-Campus versucht, die Themen rund um die Energiewende sichtbar und erlebbar zu machen, Lösungsansätze aufzuzeigen und die verschiedenen Akteure zusammenzubringen. Denn die Umsetzung der Klimaziele ist nur machbar, wenn Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Öffentlichkeit sich fortlaufend zu neuen Ideen austauschen und Maßnahmen formulieren.

E-Mobilität und die erfolgreiche Koppelung verschiedener Energiesektoren bilden in Berlin einen weiteren Schwerpunkt, um das Klima zu schützen. Mit einer steigenden Zahl an Stromtankstellen, Mieterstromprojekte, Blockheiz- oder Mikrokraftwerke und Photovoltaik-Anlagen im Berliner Netz, stellt sich Berlin auch dieser zeitgemäßen Herausforderung.

Viele weitere Informationen rund um die grünen Seiten von Berlin finden Sie hier: [about.visitberlin.de/nachhaltiges-berlin](https://about.visitberlin.de/nachhaltiges-berlin).

### **Ziele für einen stadtverträglichen, nachhaltigen Berlin-Tourismus**

Das Berliner Tourismuskonzept bildet die Grundlage für einen stadtverträglichen und nachhaltigen Tourismus. Berlin wird sich deshalb langfristig neu aufstellen, dabei die Vielfalt in den Stadtteilen und Kiezen erhalten und für einen Interessenausgleich zwischen den Anwohner:innen, Gewerbetreibenden und Besucher:innen sorgen. Ziel des stadtverträglichen Tourismus ist es, sowohl die Erlebnisqualität für Besucher:innen, als auch die Lebensqualität der Berliner:innen im Einklang miteinander zu steigern. Erreicht werden kann ein solches Ziel nur, wenn sowohl die Teilhabe am Erfolg des Tourismus, als auch seine Belastungen künftig in allen Bereichen und Teilen der Stadtgesellschaft gerecht verteilt werden. Das betrifft die Berücksichtigung von Kapazitätsgrenzen, eine räumlich differenzierte Entwicklung sowie eine gleichmäßigere Verteilung der ökonomischen Rendite.

Quelle: Tourismuskonzept Berlin 2018: [www.berlin.de/sen/web/presse/aktuelles-presse-schau/artikel.671107.php](http://www.berlin.de/sen/web/presse/aktuelles-presse-schau/artikel.671107.php), Seiten 41+42

### **Berlins Tourismuskonzept für das Tagungs- und Kongressgeschäft**

Berlin zählt zu den Top-Destinationen für den MICE-Tourismus (Meetings, Incentives, Congresses und Events) weltweit. Diese Position gilt es auch mit und nach Corona zu halten und nachhaltig auszubauen. Der Fokus soll in den nächsten Jahren auf der Erschließung von neuen Märkten und Segmenten sowie Zielgruppen im Kongress-, Tagungs- und Messegeschäft liegen. Dazu muss sich die Branche auf die aktuellen Trends und Top-Themen dieser hochdynamischen Branche – zum Beispiel in den Bereichen Gesundheit, Energie, Smart City, Mode und Design, Startups unter Einschluss diverser Felder der

Digitalisierung (Künstliche Intelligenz, Finanzmärkte, Unterhaltung, Industrie 4.0) einstellen. Durch eine Positionierung als nachhaltige Veranstaltungsmetropole Berlin soll das Ziel, bis 2045 klimaneutral zu wirtschaften, unterstützt und gefördert werden, um so einen stadtverträglichen, nachhaltigen Tourismus zu unterstützen.

Dazu wurden im Bereich des MICE-Tourismus zum Beispiel folgende Leuchtturmprojekte identifiziert:

- Ausbau des Projektes Sustainable Meetings Berlin zur Schaffung nachhaltiger Tagungs- und Kongressangebote.
- Ausbau des Projektes MEET+CHANGE des Berlin Convention Office von *visitBerlin*.
- Akquise von Kongressen aus Medizin, Wirtschaft und Wissenschaft.

### **Berlin wird bis 2045 klimaneutral**

Im Berliner Energiewendegesetz werden die Klimaschutzziele sowie die Instrumente zu ihrer Erreichung – allen voran das Energie und Klimaschutzprogramm – verankert. Das 2020 novellierte Gesetz legt fest, dass das Land Berlin bis zum Jahr 2045 klimaneutral werden soll. Die energiebedingten Kohlendioxidemissionen sollen bis zum Jahr 2030 um mindestens 70 % und bis zum Jahr 2040 um mindestens 90 % im Vergleich zu den Emissionen im Jahr 1990 reduziert werden. Die zur Erreichung der Ziele des novellierten Berliner Klimaschutz- und Energiewendegesetzes notwendigen Maßnahmen und Strategien werden im Rahmen der Fortschreibung des Berliner Energie- und Klimaschutzprogramms 2030 (BEK 2030) für den Umsetzungszeitraum 2022 bis 2026 entwickelt.

Quelle: [www.berlin.de/sen/uvk/klimaschutz/klimaschutzpolitik-in-berlin/ziele-und-grundlagen](http://www.berlin.de/sen/uvk/klimaschutz/klimaschutzpolitik-in-berlin/ziele-und-grundlagen)

Im internationalen Nachhaltigkeits-Ranking für die Tourismus- und MICE-Branche, dem Global Destination Sustainability Index, nimmt Berlin 2021 im weltweiten Vergleich der Metropolen Platz 5 ein. Damit positioniert sich Berlin erstmals als nachhaltiges Reiseziel und Kongressmetropole.

Lassen Sie uns mit Sustainable Meetings Berlin gemeinsam nachhaltige Wege gehen!

# Impressum

Verantwortlich i.S.d.P.: Berlin Convention Office

Konzept & Text: trias consulting

Gestaltung: ideenmanufaktur Berlin

Dezember 2021

