

A. Sutter Fair Business GmbH



Nachhaltigkeitsbericht

2015

Inhaltsverzeichnis

Einführung zum Nachhaltigkeitsbericht und Berichtsgrundlagen	2
Unternehmensprofil	2
Unternehmensleitbild	5
Kontrollstrukturen	5
Ökonomische Leistung	6
Soziale Leistung	9
Ökologische Leistung	14
Nachhaltigkeitsziele der A. Sutter Fair Business GmbH	16
Verzeichnis der Darstellung zu Leistungsindikatoren (KPI)	17

Einführung zum Nachhaltigkeitsbericht und Berichtsgrundlagen

1. Unser Nachhaltigkeitsbericht erscheint in der vorliegenden Fassung im Jahr 2016 zum zweiten Mal.
2. Er berücksichtigt alle Erkenntnisse bis zum Datum seiner Erstellung. Die enthaltenen Zahlenangaben beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2015; angegebene Vergleichszahlen beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2014.
3. Die Grundlagen der Berichterstattung bilden, neben den Normen des im Januar 2015 veröffentlichten „Deutschen Nachhaltigkeitskodex“ in der zweiten komplett überarbeiteten Fassung, die GRI-Leitlinien nach dem Standard GRI G3.1. Am Schluss des Berichtes werden die Textziffern besonders erwähnt, welche zu denen im Nachhaltigkeitskodex ausdrücklich genannten „Key Performance Indicators“ (KPI) gehören.
4. Die Erleichterungsmöglichkeiten des Handelsgesetzbuches zur Publizität einzelner Angaben der ökonomischen Leistung haben wir in Analogie angewandt.
5. Unser Nachhaltigkeitsbericht richtet sich an unsere aktuellen sowie auch an potentielle Vertragspartner, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Bewerberinnen und Bewerber und alle Stakeholder unseres Unternehmens.
6. Zur externen Verifizierung haben wir unseren Nachhaltigkeitsbericht 2015 einer prüferischen Durchsicht durch die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft BS Westdeutschland GmbH Steuerberatungsgesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Essen, unterziehen lassen. Die daraus resultierende Bescheinigung stellen wir ergänzend zu unserem Bericht zur Verfügung.

Unternehmensprofil

7. Die A. Sutter Fair Business GmbH wurde 1984 als „Verlag für Messekataloge“ gegründet. Bis 2006 gehörte sie als Tochterfirma der A. Sutter GmbH zum Firmenverbund der Sutter-Gruppe in Essen. Seit einem Management Buy Out zum Jahreswechsel 2006 / 2007 ist sie mit ihrer 100%igen Tochterfirma A. Sutter Dialog Services GmbH am Markt.
8. Heute bestehen unsere Kernkompetenzen in Dienstleistungen rund um Messemedien.
9. Wir sind auf die Vermarktung und die Herausgabe werbefinanzierter Informationen als umfassende Nachschlagewerke in Form von Printmedien und elektronischen Publikationen spezialisiert.
10. Unser Schwerpunkt liegt dabei auf Messeinformationsmedien: Kataloge, Magazine, Internet-Portale und mobile Ausgaben.
11. Hinzu kommen weitere Serviceleistungen im Bereich der Vermarktung von Ausstellerwerbung im Messegelände sowie Fachbesucher-Registrierung im Internet und auf Messen und Kongressen.

12. Zusammengefasst stellen sich die Dienstleistungen der A. Sutter Fair Business GmbH wie folgt dar:
- Konzeption von Messemedien
 - Vermarktung von Aussteller-Werbung in Messemedien
 - Vermarktung weiterer Aussteller-Werbung, z. B. Eintrittsgutscheine, Außenwerbung
 - Layout, Satz und Druck von Messekatalogen/-magazinen, Visitor Guides
 - Konzeption und Bereitstellung von elektronischen Ausstellerdatenbanken im Internet und als mobile Ausgaben
 - Beschaffung und Aufbereitung von Aussteller-Content für Internet und mobile Endgeräte
 - Matchmaking: Datenbankorientierte Problemlösungen und Terminkoordinierung zwischen Aussteller und Besucher
 - Besucher-Vorregistrierung und Vorverkauf / Online-Ticketing
 - Besucherregistrierung vor Ort
 - Database-Services (Nacherfassung von Besucherdaten)
13. Diese Dienstleistungen werden aus Essen und Nürnberg bundes-, europa- und weltweit erbracht.
14. Im Jahr 2015 haben wir 67 Messen mit rund 35.000 Ausstellern betreut.
15. Wir beraten unsere Auftraggeber hinsichtlich der inhaltlichen, gestalterischen und technischen Ausprägung von Messemedien.
16. Unser Ziel ist es, Trends und neue technologische Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und für unsere Auftraggeber, die Messeveranstalter, und ihre Kunden, die Aussteller und Besucher, nutzbringend einzusetzen.
17. Wir sind Ideengeber und Technologietreiber und unterstützen unsere Auftraggeber darin, sich mit ihrem Medienangebot positiv vom Wettbewerb abzusetzen.
18. Bei der Entwicklung und Realisierung von Messemedien haben wir vor allem die Mediennutzer, d.h. die Messebesucher, im Fokus.
19. Messemedien müssen dem Besucher qualitativ hochwertige Informationen bieten und ihn bei der Planung und Durchführung seines Messebesuches sinnvoll unterstützen. Idealerweise bieten Messemedien Informationen und Kontakte auch über die Zeit der jeweiligen Messe hinaus.
20. Nur wenn die von uns angebotenen Medien diese Anforderungen erfüllen, werden sie längerfristig Bestand haben. Sie bieten damit ein attraktives Werbeumfeld für unsere Kunden, die Messe-Aussteller. Diese bilden das finanzielle Rückgrat unseres unternehmerischen Handelns.
21. Unsere Aufgabe ist es, Werbeangebote zu entwickeln, die echten Nutzen für die Aussteller und deren Kunden bieten, und diese Angebote so zu präsentieren, dass sie von den Ausstellern verstanden und angenommen werden.
22. Mit unserem Team der Fachbesucher-Registrierung beschaffen wir wertvolle Informationen für unsere Auftraggeber, die sie bei der Organisation, der Außendarstellung ihrer Veranstaltungen und der Akquise neuer Aussteller unterstützen.

23. Unsere Gesellschaft beschäftigte zum Ende des Geschäftsjahres 2015 67 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Vorjahr: 68), davon 2 Geschäftsführer (Vorjahr: 2), 2 Prokuristen (Vorjahr: 2) und 3 Auszubildende (Vorjahr: 3). Im Jahresdurchschnitt 2015 beschäftigten wir 67 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Vorjahr: 67). Zu weiteren Details wird auf Tz.62 ff. verwiesen.

24. Das Organigramm der A. Sutter Fair Business GmbH stellt sich wie folgt dar:

Geschäftsleitung	Martin Sutter Geschäftsführender Gesellschafter								Günther Dilly Geschäftsführer							
	Assistenz / Sekretariat								Assistenz / Sekretariat							
Bereich	Kaufm. Bereich		Human Resources		Recht, Versicherungen	IT Services	Business Development			Kampagnenmanagement	Key Account	Produktion		Besucherservices		
Bereichsleiter			Ralph Kaimer			Ivan Kocis	Jasmina Schramm	Jörn Dubenhorst		Marc Wildschütz	Andreas Lipsmeier	Ulrich Wegner		Jörg Reutter (HV)		
Team	Rewe, Fakturierung Mahnwesen	Controlling	Ausbildung	Personalwesen			Datenbank-administration	Prozessoptimierung, Innovation	Sales Development	Erfassung	Verkauf	Veranstalter	Database Publishing	Publishing Support	Gestaltung & Realisation	Fachbesucher-Registrierung
Teamleitung	Marianne Kaja	Thorsten Haberscheidt			Susanne Lühn-Irriger										Vanessa Ruhmann	
Mitarbeiter	2		3	1		2	3	3	2	4	9	5	1	2	3	5

Stand: 31.12.2015

- 25. Das Organigramm stellt die hierarchischen Strukturen unseres Unternehmens im Detail dar.
- 26. Die Geschäftsleitung setzt sich aus den zwei Geschäftsführern, dem Gesamtvertriebsleiter und der Bereichsleiterin Business Development zusammen.
- 27. Die Gesellschaft verfügt über neun unterschiedliche Bereiche, die von Bereichsleitern oder Teamleitern geführt werden.
- 28. Einmal im Monat findet eine Bereichsleitersitzung mit der Geschäftsführung statt.
- 29. In den einzelnen Bereichen arbeiten zwischen zwei und neun Mitarbeiter in Teams zusammen.

30. Hier setzen sich die Bereichsleiter mit ihrem Team alle ein bis zwei Wochen in bereichsinternen Sitzungen zusammen, um eine stetige Verbesserung der Abläufe zu gewährleisten.
31. Unsere ökonomischen Leistungen im Berichtsjahr sowie im Vorjahr lassen sich zusammengefasst wie folgt darstellen:

	2015 €	2014 T€
Umsatz	6.411.428	9.808
Bilanzsumme	5.266.608	6.419
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	208.143	550
Steuern vom Einkommen und Ertrag	115.188	151
Nachsteuerergebnis	92.955	399

Unternehmensleitbild, Tendenzen und Stakeholder Orientierung

32. Die A. Sutter Fair Business GmbH versteht sich als Partner der Messeveranstalter auch über die Erstellung von Messemedien hinaus.
33. Alle Dienstleistungen, die den direkten Kontakt mit Messeausstellern und -besuchern erfordern oder zwischen diesen fördern, sind potenzielle Aufgaben für uns und unser Tochterunternehmen A. Sutter Dialog Services GmbH.
34. In unserer Branche ist zeitliche Flexibilität bei absoluter Termintreue unerlässlich, hohe Qualität in Konzeption und Ausführung unserer Dienstleistungen ist ein absolutes Muss.
35. Die Erfahrungen im Umgang mit neuen Technologien und Werbeformen stehen bei der Entwicklung und Realisation eigener Branchenportale im Focus.
36. Nachhaltiges Wirtschaften verstehen wir als auf Dauer angelegtes Wirtschaften mit Erträgen, die sowohl die Zukunft der Arbeitsplätze sichern, als auch Beiträge zum Gemeinwesen auf gesetzlicher (Steuern) wie auch auf freiwilliger Basis (Spenden, Sponsoring) und Investitionen in die Zukunft des Unternehmens ermöglichen.
37. Wirtschaften in diesem Sinn strebt nach höchster Effizienz, das bedeutet Vermeidung von unnötigem Energieeinsatz und nach größtmöglicher Schonung von Ressourcen. Diese Ziele beeinflussen nicht nur unser eigenes Handeln, sondern ebenso die Auswahl unserer Dienstleister und die Beratung unserer Auftraggeber.
38. Nachhaltigkeit bedeutet für uns langfristig Arbeitsplätze zu sichern, Weiterentwicklung verstehen wir als eine stetige Optimierung unserer Arbeitsprozesse, um Energie- und Ressourceneinsatz zu minimieren.
39. Ziel ist es, das Unternehmen als kompetenten Partner, geschätzten Auftraggeber und angesehenes Mitglied der Stadtgesellschaft, wirtschaftlich erfolgreich in die nächste, die vierte Generation zu führen.

40. Um eine nachhaltige Entwicklung unserer Gesellschaft sicherzustellen, sehen wir insbesondere neben der stetigen Optimierung unserer Arbeitsprozesse auch eine kontinuierliche Erweiterung unseres Dienstleistungsangebots. Wir sind davon überzeugt, dass nur unter der Berücksichtigung einer nachhaltigen Geschäftstätigkeit ein weiterhin solides Wachstum generiert werden kann. Daher bestehen wir darauf, unser Handeln nach ethischen Maßstäben auszurichten, um damit überzeugend unseren Kunden gegenüber auftreten zu können.

Kontrollstrukturen

41. Daten zur Steuerung und Führung der A. Sutter Fair Business GmbH werden vor allem aus dem Buchungssystem eGecko und dem Redaktionssystem SMSx gewonnen.
42. Wichtige wirtschaftliche Rahmendaten werden in Form eines monatlichen Berichtswesens für die Geschäftsführung aufbereitet, um eine frühzeitige Steuerung und ggf. Korrektur des operativen Geschäfts zu ermöglichen.
43. Für mögliche Schadensfälle und Haftungsrisiken sind Versicherungen abgeschlossen.

Ökonomische Leistung

Kunden

44. Die Auftraggeber der A. Sutter Fair Business GmbH sind Messegesellschaften in ganz Deutschland, die uns mit der verlegerischen Betreuung der Messe-Medien für ihre Veranstaltungen beauftragen.
45. Die Kunden der A. Sutter Fair Business GmbH sind dann jeweils die Aussteller auf den Messen, die uns vom Veranstalter benannt werden.
46. Um die Daten unserer Kunden zu schützen, haben wir den Eigenanspruch, uns streng an die gesetzlichen und die vertraglichen Vorgaben unserer Kunden zu halten.
47. Seit 2007 befindet sich ein eigenes, abgeschirmtes Rechenzentrum in unserem Betrieb. Dort wird eine tägliche, digitale Sicherung und eine wöchentliche Sicherung der Daten auf Band durchgeführt, um gewährleisten zu können, dass wir unseren Kunden gegenüber jederzeit zu Verfügung stehen können.
48. Darüber hinaus beschäftigen wir einen externen Datenschutzbeauftragten, der auch für die Arbeitssicherheit zuständig ist.
49. Unsere Umsatzerlöse werden hauptsächlich aus der Vermarktung von Aussteller-Werbung in Messemedien in den Kategorien Cross-Media, Print und Online erwirtschaftet. Ein weiterer Teil der Umsätze wird aus Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Fachbesucherregistrierung erzielt.
50. Jährliche Schwankungen im Umsatz ergeben sich aus der turnusmäßig schwankenden Zahl der Messerveranstaltungen pro Jahr.

51. In den letzten 6 Jahren hat das Unternehmen folgende Umsätze erwirtschaftet:

Jahr	Umsatzerlöse in T€	Veränderung (2009 = 100%)
2009	8.240	100%
2010	9.510	115%
2011	9.293	112%
2012	8.497	103%
2013	7.772	94%
2014	9.808	119%
2015	6.411	78%

Staat

52. Die Tätigkeit der A. Sutter Fair Business GmbH hat seit 2007 zu Überschüssen geführt, aus denen heraus Körperschaftsteuer und Solidaritätszuschlag sowie Gewerbesteuer abgeführt wurden.

53. Subventionen bzw. Steuererleichterungen haben wir nicht in Anspruch genommen.

54. Spenden an Parteien bzw. Politiker wurden nicht geleistet.

55. Die A. Sutter Fair Business GmbH ist in 2015 Mitglied in folgenden berufsständischen und Branchen-Organisationen:

Essener Unternehmerverband e.V., EUV
Bundesverband der Personalmanager, BMP
UFI, The Global Association of the Exhibition Industry
Fachverband der Druckindustrie, FDI
Bund der Steuerzahler Deutschland e.V., BdSt

Stadt Essen und Stadt Nürnberg

56. Der Beitrag der A. Sutter Fair Business GmbH für die Städte Essen und Nürnberg besteht neben den Zahlungen an Gewerbesteuer in der Schaffung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen und in unserem gemeinnützigen Engagement (siehe hierzu Tz. 123 ff).

Eigenkapital

57. Bei der A. Sutter Fair Business GmbH handelt es sich um eine Kapitalgesellschaft mit Alleingesellschafter.

58. Das Eigenkapital zum Stichtag 31.12. setzt sich folgendermaßen zusammen:

	2015 €	2014 T€
Eigenkapital:		
Gezeichnetes Kapital	457.700	458
Kapitalrücklage	215.705	216
Gewinnrücklage	3.019.618	2.620
Jahresüberschuss	92.954,76	399
Eigenkapitalanteil (in %):	71,9	57,5

59. Seit Bestehen der A. Sutter Fair Business GmbH als eigenständige Gesellschaft wurden keine Ausschüttungen getätigt.

Fremdkapital

60. Das Fremdkapital zum Stichtag 31.12. setzt sich folgendermaßen zusammen:

	2015 €	2014 T€
Fremdkapital:		
Rückstellungen	1.043.266	2.006
Verbindlichkeiten	437.364,67	720
Fremdkapitalanteil (in %):	28,1	42,5

61. Laut der Auskunft der National-Bank AG machen die finanziellen und wirtschaftlichen Verhältnisse der A. Sutter Fair Business GmbH insgesamt einen geordneten Eindruck.

Mitarbeiter

62. Die A. Sutter Fair Business GmbH beschäftigt zum Stichtag 31.12.2015 insgesamt 67 (Vorjahr 68) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Umgerechnet auf Vollzeitbeschäftigte 62 (Vorjahr: 62) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

63. Die Personalkosten insgesamt machen einen Anteil von 58 % (Vorjahr: 36 %) an den Gesamtaufwendungen unserer Gesellschaft (ohne Zinsen und Steuern vom Einkommen und Ertrag) aus.

Lieferanten

64. Alle eingesetzten Papiere für die Printobjekte der A. Sutter Fair Business GmbH werden an europäischen Standorten von Unternehmen produziert, die sich intensiv für ökologische und soziale Projekte, verantwortungsvolle Ressourcenauswahl und schonenden Ressourceneinsatz sowie umweltschonende Herstellprozesse engagieren.
65. Weiterhin verfügen alle Fabriken über entsprechende Zertifizierungen (z.B. ISO 9001, 14001, OSHAS 18001, fsc. PEFC, EN 16001, EMAS).
66. Bei der Auswahl unserer Druckdienstleister achten wir außerdem auf die Einhaltung verschiedener ökologischer Anforderungen sowie auf den Standort der Druckereien, um so möglichst kurze Transportwege zu den Auslieferungsorten sicherzustellen. Zu den weiteren Details bezüglich der Druckdienstleister verweisen wir auf TZ.137.

Soziale Leistung

Arbeitsplatzqualität

67. Unser wichtigstes Arbeitsmittel zur Erreichung unsere Ziele ist das Know-how unser Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.
68. Für sie schaffen wir zukunftsfähige Arbeitsplätze, die eine langfristige berufliche Perspektive bieten. Dies wird durch die ständige Verbesserung unserer Arbeitsprozesse und die fortlaufende Anpassung an neue Herausforderungen des Marktes erreicht.
69. Zusätzlich unterstützen wir unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in ihrem eigenen Bemühen um Zukunftsfähigkeit durch interne und externe Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten.
70. Grundsätzliche Bereitschaft zur Veränderung ist notwendig, um langfristig erfolgreich sein zu können.
71. Zu Beginn des Berichtsjahres befanden sich noch 4 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der A. Sutter Fair Business GmbH in einem befristeten Arbeitsverhältnis, von denen 3 im Laufe des Jahres in unbefristete Arbeitsverhältnisse umgewandelt wurden.
72. Sollten zu irgendeiner Zeit unumgängliche Reduzierungen im Personalbestand aufgrund einer veränderten Auftragslage erforderlich werden, so würden wir uns bemühen, diese ausschließlich über natürliche Fluktuationen umzusetzen.
73. Die Belegschaft der A. Sutter Fair Business GmbH weist ein Qualifikationsportfolio von 38 unterschiedlichen abgeschlossenen Berufsausbildungen bzw. Studienabschlüssen aus (Stand 31.12.2015).
74. Der überwiegende Teil der Berufsausbildungen wurde im kaufmännischen Bereich abgeschlossen. Von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit Studienabschluss haben zwei den akademischen Grad eines Doktors.
75. Wir beschäftigen eine Bilanzbuchhalterin, mehrere Fachkaufleute/- Fachwirte (IHK) und Ökonomen (VWA) in unterschiedlichen Fachrichtungen/- und Bereichen.
76. Die Beschäftigungsquote an weiblichem Personal in der A. Sutter Fair Business GmbH beträgt 58 % (Vorjahr: 58 %).

77. Stand 31.12.2015 werden drei Auszubildende (ca. 4,5 % der Gesamtbelegschaft) zu Medienkaufleuten Digital und Print und Mediengestalter Digital und Print, Fachrichtung Konzeption und Visualisierung ausgebildet.
78. Aufgrund der schulischen Vorbildung sowie der individuellen Leistungen innerhalb der Ausbildung wird die Ausbildung zumeist über einen verkürzten Zeitraum von 2,5 Jahren durchgeführt.
79. Unsere Auszubildenden wurden bislang fast alle in ein anschließendes Arbeitsverhältnis übernommen, da wir als mittelständisches Unternehmen, gerade auch im Hinblick auf die demografische Entwicklung unserer Bevölkerung, ein großes Interesse daran haben, qualifizierten Nachwuchs aus unseren eigenen Auszubildenden heraus zu generieren.
80. Im Regelfall stellen wir pro Ausbildungsjahr zwei Ausbildungsplätze zur Verfügung, sind aber auch offen für Ausbildungsplatzwechsler innerhalb der Ausbildung. Darüber hinaus unterstützen wir eine Mitarbeiterin finanziell bei ihrem berufsbegleitenden Studium an der FOM Essen sowie zwei weitere Mitarbeiterinnen bei berufsbegleitenden Fachausbildungen.
81. Bedingt durch die Größe der A. Sutter Fair Business GmbH sowie die Tätigkeiten in unserer Branche wird von den Mitarbeitern hohe Flexibilität und Loyalität erwartet, welche nur auf der Basis von gewachsenen Vertrauensverhältnissen und hoher Identifikation mit dem Unternehmen und der Aufgabe an sich funktionieren kann.
82. Dies spiegelt sich in langjährigen und stabilen Arbeitsbeziehungen wieder:

Betriebszugehörigkeit der Mitarbeiter (%)	Jahre
76	5
65	7
53	8
47	10

83. Die Fluktuationsrate der A. Sutter Fair Business GmbH bei arbeitnehmerseitigen Kündigungen lag 2014 bei knapp 1,5% und im Jahr 2015 bei 0%.
84. Eine kontinuierlich betriebene Fort- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter und Führungskräfte ist eine wesentliche Grundvoraussetzung für die langfristige Sicherung unserer Wettbewerbsfähigkeit. Neben dem Angebot mehrjähriger Fortbildungen mit finanzieller Beteiligung des Unternehmens, lassen wir den Fachvorgesetzten in Zusammenarbeit mit den Mitarbeitern freie Hand bei der individuellen Ausgestaltung ihrer Fort- und Weiterbildung (Anbieter, Ort, Themen) im Rahmen der vereinbarten Jahresbudgets.
85. Dabei wird eine Ausrichtung auf die jeweiligen Aufgaben- und Arbeitsschwerpunkte der jeweiligen geschulten Mitarbeiter vorausgesetzt.
86. Im Jahr 2015 haben 23 (Vorjahr: 12) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter insgesamt an 45 (Vorjahr: 22) Weiterbildungsmaßnahmen teilgenommen, d.h. ca. 35 % (Vorjahr: 18 %) der Belegschaft haben Weiterbildungsmaßnahmen genutzt.
87. Diese Schwankung im Jahresvergleich ist auf die turnusmäßig schwankende Anzahl der Messeveranstaltungen pro Jahr zurückzuführen.
88. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind jedoch gewillt, auch in Jahren mit einer hohen Anzahl an Messeveranstaltungen an Weiterbildungsmaßnahmen teilzunehmen.

89. Mindestens einmal jährlich werden alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in einer Mitarbeiterversammlung über die wirtschaftliche Situation und über aktuelle Entwicklungen im Unternehmen informiert.
90. Bei Wiederbesetzung von Führungspositionen versuchen wir, diese mit eigenen Mitarbeitern zu besetzen und bieten hierfür ggf. auch gezielte Förderungsmaßnahmen an.
91. Trotz einer flachen Unternehmenshierarchie bestehen gute Aufstiegsmöglichkeiten in den nächsten Jahren, da in naher Zukunft einige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Führungspositionen altersbedingt aus dem Unternehmen ausscheiden werden.
92. Die Führungskräfte der A. Sutter Fair Business GmbH erhalten ein Jahresgehalt inklusive einer variablen Vergütung in Form einer Tantieme, die sich am Unternehmensergebnis bemisst.
93. Die übrigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erhalten neben einer festen monatlichen Vergütung eine allgemeine Prämie und eine an individuelle Zielevereinbarungen gebundene Tantieme sowie Urlaubs- und Weihnachtsgeld und vermögenswirksame Leistungen.
94. Für eine bessere Vereinbarkeit von Familien und Beruf können die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei der A. Sutter Fair Business GmbH in Voll- oder Teilzeit arbeiten.
95. Hierbei haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aufgrund einer, mit dem Betriebsrat abgestimmten, Arbeitszeitvereinbarung die Möglichkeit, ihre individuelle Wochenarbeitszeit in einem täglichen flexiblen Zeitrahmen von 06:00 - 20:00 Uhr zu erbringen.
96. Monatsarbeitszeitkonten bieten zusätzliche Flexibilität für die Belegschaft und ermöglichen dem Unternehmen, die im Jahresverlauf stark schwankenden zeitlichen Anforderungen unserer Auftraggeber besser zu bewältigen.
97. Diese Flexibilität ermöglicht uns, auf die Anforderungen unseres speziellen Geschäftsfeldes reagieren zu können und diese gleichzeitig mit den individuellen Belangen und Bedürfnissen der Belegschaft weitestgehend in Einklang zu bringen.
98. Über eine arbeitgeberfinanzierte Pensionskasse wird für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der A. Sutter Fair Business GmbH ein fester finanzieller Beitrag im Rahmen unserer betrieblichen Altersvorsorge geleistet, welcher mit der ersten Zahlung einen unverfallbaren Anspruch für die Mitarbeiter generiert.
99. Darüber hinaus wird die Entgeltumwandlung durch den Arbeitnehmer in eine Direktversicherung mit einem 15 %- Zuschuss zum Arbeitnehmeranteil gefördert.
100. Im Rahmen unserer sozialen Verantwortung und Fürsorge für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind wir für Notfälle der besonderen Art Mitglied im Unterstützungsverein der Sutter-Gruppe e.V.
101. Dieser steht allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für private, unverschuldete Notfälle mit materiellen Hilfen zur Seite. Der Unterstützungsverein unterstützt in Not geratene angestellte Mitarbeiter, deren Hinterbliebene und Ruheständler aller Firmen und Zweigniederlassungen der ehemaligen Sutter-Gruppe.
102. Unterstützungsberechtigte können durch formlosen mündlichen oder schriftlichen Antrag bei einem der Vereinsmitglieder ihre Notsituation darlegen.
103. Darüber hinaus erhalten Mitarbeiter für diverse Fallkonstellationen bezahlten oder unbezahlten Sonderurlaub und können je nach Betriebszugehörigkeit und Vergütung Mitarbeiterdarlehen in unterschiedlicher Höhe beanspruchen.
104. Durch das Essener Bündnis für Familie sind wir für die Jahre 2014 bis 2017 als Familienfreundliches Unternehmen zertifiziert worden.

105. Zur Förderung des Teamgedankens unter den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern findet einmal jährlich ein gemeinsames Betriebsfest der Mitarbeiter der A. Sutter Fair Business GmbH und der A. Sutter Dialog Services GmbH statt.

Arbeitssicherheit und Gesundheit der Mitarbeiter

106. Im Jahr 2015 kam es zu einer Krankenquote von 6,05 % (Vorjahr: 6,08), wobei über die Hälfte aller Krankentage auf vier Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit einer Langzeiterkrankung zurückzuführen sind.

107. Um die Reintegration dieser Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu fördern, wurde mit dem Betriebsrat eine Vereinbarung zum betrieblichen Wiedereingliederungsmanagement geschlossen.

108. Bei längerfristigen Ausfällen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wird von Seiten der A. Sutter Fair Business GmbH außerdem der Kontakt zum Mitarbeiter gehalten und gleichzeitig versucht, im Rahmen unserer Möglichkeiten den Genesungsprozess zu unterstützen.

109. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden jährlich zur Thematik Arbeitssicherheit geschult, ergonomische Wünsche (höhenverstellbare Arbeitsplätze, etc.) im Hinblick auf die Arbeitsplatzgestaltung werden berücksichtigt, soweit es die räumlichen Gegebenheiten zulassen.

110. Im Jahr 2015 gab es im Unternehmen keine meldepflichtigen Wege- und Arbeitsunfälle.

111. Im Rahmen einer betrieblichen Gesundheitsförderung werden bislang Gripeschutzimpfungen und Darmkrebsvorsorge kostenlos angeboten. Betriebssportaktivitäten von Seiten des Unternehmens finanziell unterstützt. Weitere Angebote werden nach Bedarf und Nachfrage entwickelt.

Arbeitnehmerinteressen und Mitbestimmung

112. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der A. Sutter Fair Business GmbH können ihre Interessen jederzeit mit ihren Fachvorgesetzten, der Personalabteilung oder auch der Geschäftsführung persönlich besprechen, sei es in individuellen Terminen oder im Jahresgespräch. Im Rahmen einer gesamtheitlichen Betrachtung werden mögliche Entscheidungen getroffen.

113. Als organische Vertretung existiert ein 5-köpfiges Betriebsratsgremium, welches in gebündelter Form die Arbeitnehmerinteressen wahrnimmt und gegenüber der Geschäftsführung vertritt.

114. Aufgrund der guten und kooperativen Arbeit zwischen dem Betriebsrat und der Geschäftsführung ist es bis heute nie zu einer gewerkschaftlichen Interessenvertretung gekommen.

115. Wesentliche Veränderungen im Betriebsgeschehen werden gemeinsam mit den Betroffenen in Workshops und Projektteams diskutiert und erarbeitet. Die Ergebnisse fließen als wesentlicher Faktor in die Maßnahmen mit ein.

Integration, Vermeidung von Diskriminierung und von Korruption

- 116. Zurzeit beschäftigen wir Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus folgenden Ländern: Deutschland, Russische Föderation, Türkei, Kroatien.
- 117. Seit Gründung des Unternehmens wurde regelmäßig, in enger Zusammenarbeit mit den Integrationsämtern, die Eingliederung schwerbehinderter Menschen unterstützt und gefördert.
- 118. Aktuell haben wir keine Schwerbehinderten bei uns beschäftigt. In der Vergangenheit lag der Anteil der beschäftigten Schwerbehinderten immer über der gesetzlich geforderten Quote von 5 %. Wir sind bemüht, dieses auch zukünftig wieder zu erreichen.
- 119. Es ist unser stetes Anliegen, Minderheiten unserer Gesellschaft offen und vorurteilsfrei gegenüber aufzutreten. Diskriminierung jedweder Art widerspricht vollständig unserer Firmenphilosophie.
- 120. Ebenso stehen wir aufgrund rechtlicher und auch ethischer Ansprüche ausdrücklich gegen Korruption.

Externe soziale Themen

- 121. Wir halten es für unsere Pflicht, neben dem wirtschaftlichen auch einen sozialen Beitrag auf unterschiedlichen Gebieten in unserer Gesellschaft zu leisten.
- 122. Daher engagieren wir uns in den folgenden Organisationen:

Paten für Arbeit in Essen e.V.

Förderturm „Ideen für Essener Kinder“ e.V.

Verein zur Förderung der Zusammenarbeit von Schulen und Wirtschaft e.V., SWE

Talentförderung ETUF e.V.

Carl Stipendium e.V.

- 123. Im Rahmen unserer Mitgliedschaft bei dem Verein „Paten für Arbeit e.V.“ fördern wir parteipolitisch und religiös ungebunden die Ausbildung von benachteiligten Jugendlichen. Hierdurch sollen insbesondere benachteiligte Jugendliche bei ihrem Start ins Berufsleben unterstützt werden, was vor allem die durch Organisation und Finanzierung von Ausbildungspatenschaften erreicht wird (www.paten-fuer-arbeit-in-essen.de).
- 124. Der gemeinnützige Verein „Förderturm – Ideen für Essener Kinder e.V.“ verfolgt das Ziel, Essener Kinder mit sozial schwachem Hintergrund zu unterstützen und zu fördern, um ihnen Chancengleichheit zu geben und sie mit Selbstvertrauen und Zukunftsperspektiven auszustatten (www.foerderturm.de).
- 125. Der „Verein zur Förderung der Zusammenarbeit von Schule und Wirtschaft Essen e.V.“ initiiert und unterstützt zahlreiche Projekte an der Schnittstelle zwischen Schule und Wirtschaft und verfolgt dabei das Ziel, die Zugangschancen der Essener Jugendlichen auf dem Arbeitsmarkt zu erhöhen (www.schulen-und-wirtschaft.de).

126. Im Rahmen unserer Mitgliedschaft bei der Talentförderung ETUF e.V. fördern wir die Jugendarbeit in den Sportarten Fechten und Hockey, indem in Zusammenarbeit mit dem Kultusministerium NRW Kinder in Grundschulen sportlich unterstützt und an diese Sportarten herangeführt werden (www.etuf.de/talentiade).
127. Carl Stipendium e.V. betreibt das ehemalige Maschinenhaus der Zeche Carl in Altenessen und fördert dort regionale und überregionale Kulturangebote an der Schnittstelle zwischen Theater, experimenteller Musik und bildenden Künsten (www.maschinenhaus-essen.de).
128. Handel mit der „3. Welt“ und die damit verbundenen Themen gehören nicht zu unserer Themen- und Aktivitätspalette.

Ökologische Leistung

Ökologischer Input

129. Im Folgenden werden die Grundlagen des Energie- und Ressourcenverbrauchs der A. Sutter Fair Business GmbH dargestellt:

		2015	2014
Flugreisen	km	62.780	71.877
Firmenwagen	km	217.018	200.488
Geschäftsfahrten Zug	CO ₂	600,03	2.399,73
Strom	Kwh	140.401	143.284
Fernwärme	Kwh	52.264	42.966
Wasser	L	407.040	401.520
Papier intern	A4 Bögen	100.000	300.000

130. Anmerkungen:

131. Flugreisen ermittelt auf Basis von 320g CO₂/km (Pauschale Berechnung ohne Differenzierung zwischen Kurz- und Langstrecken bzw. Flugzeugtypen)
132. Geschäftsfahrten ermittelt auf Basis von 118g CO₂/km
133. Bahnfahrten ermittelt auf Basis der Vorgaben des „UmweltMobilCheck“ der DB Vertrieb GmbH
134. Strom ermittelt auf Basis von 0,606kg/Kwh
135. Fernwärme ermittelt auf Basis von 0,211kg/Kwh
136. Papierverbrauch ermittelt auf Basis von 80g /m², gemäß bestellter Papiermenge

137. Durch die Einführung des Mail-Archivs am 01.01.2014 findet eine lückenlose Sicherung der E-Mails statt und soll damit den Papierverbrauch intern weiter senken.
138. Das E-Mail System Zezero ist implementiert worden, um die Bestellungen der Messeaussteller digital verarbeiten zu können.

139. Zusätzlich verschicken wir seit 2014 Rechnungen generell per E-Mail und lediglich nur noch auf expliziten Kundenwunsch per Post.
140. Ebenso sind wir gewillt, den Papierverbrauch der Aussteller für unsere Produkte auf ein Minimum zu reduzieren. Dazu tragen Online-Bestellsysteme, ausfüllbare PDF-Dateien und vergleichbare Neuerungen im technischen Bereich bei.
141. Bei der Auswahl der Druckdienstleister für die Printobjekte achten wir auf die Einhaltung verschiedener ökologischer Anforderungen. Dazu gehören im Einzelnen:
- der Einsatz mineralölfreier Farben auf Basis nachwachsender Rohstoffe
 - Energieeinsparungssysteme/Wärmerückgewinnung (wassergekühlte Druckmaschinen, Heizen durch Wärmerückgewinnung aus der Produktion)
 - verantwortungsvolle Entsorgung, Enthärtungs-, Osmose- und Wiederaufhärtungsanlagen, um das Prozesswasser auf deutsche Härte zu optimieren
 - Verzicht auf umweltschädliche Wasch- und Reinigungsmittel, Verzicht auf gesundheitsschädigende Klebstoffe (Einsatz von ME-Leim)
142. Um auch den externen Papierverbrauch ökologisch sinnvoll zu gestalten, sind wir in kontinuierlicher Absprache mit den Messeveranstaltern und beraten sie bezüglich Druckauflagen und Papiertypen für die Printobjekte.
143. Dabei ist es uns ein wichtiges Anliegen, dass vor allem holzfreies Papier für die Erstellung der Printobjekte verwendet wird.
144. Bei der Bestellung von neuen Dienstwagen wird seit 2012 darauf geachtet, nur noch Fahrzeuge mit einem CO₂-Ausstoß zu bestellen, der unterhalb des EU-Richtwertes von 140 g liegt. Fahrzeuge mit einem höheren Ausstoß sind als Dienstwagen nicht mehr zulässig.

Ökologischer Output

145. Aus der unter „Ökologischer Input“ ermittelten Datenbasis hat sich für 2015 eine Emission von knapp 143 Tonnen CO₂ ergeben (Vorjahr 146 Tonnen CO₂).
146. Der stark veränderte Ausstoß von CO₂ bei den Bahnfahrten ergibt sich nicht aus einer Reduzierung der Fahrten, sondern aus dem effizienteren Einsatz von Zügen der DB Vertrieb GmbH.
147. Abfälle fallen bei uns vor allem in Form von Papier und in deutlich kleinerem Umfang in Form von Hausmüll an; die Entsorgung erfolgt unter stoffbezogener Trennung in die dazu bereitstehenden Abfallcontainer.

Andere ökologische Aspekte

148. Unsere regelmäßigen Sachinvestitionen in Geräte der Bürokommunikation berücksichtigen stetig Aspekte der Energieeffizienz.
149. Umweltschutzaufgaben bestehen für unser Unternehmen nicht.
150. Zu umweltspezifisch ausgerichteten Themen haben wir bisher keinen unserer Mitarbeiter separat schulen lassen.

Nachhaltigkeitsziele der A. Sutter Fair Business GmbH

151. Zu den Nachhaltigkeitszielen der A. Sutter Fair Business GmbH zählen insbesondere:

- Renditesicherung, um langfristig Arbeitsplätze zu sichern
- Stetige Optimierung unserer Arbeitsprozesse, um Energie- und Ressourceneinsatz zu minimieren
- Fortführung der Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Unternehmen
- Förderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- Förderung des Nachhaltigkeitsgedankens bei Mitarbeitern, Auftraggebern und Auftragnehmern
- Gesellschaftliches Engagement zur Förderung einer humanen und pluralistischen Zivilgesellschaft

Anlage

Verzeichnis der Darstellung zu Leistungsindikatoren (KPI)

Beschreibung	KPI	TZ.
DARSTELLUNG DES UNTERNEHMENS, GRUNDLEGENDES		
Bedeutung der Nachhaltigkeit für die Unternehmensstrategie	EFFAS 1.5.1.	38f.
Ziele		151
Chancen und Risiken einer nachhaltigen Entwicklung	GRI 1,2; GRI 4,9	36 ff.
WIRTSCHAFTLICH		
Wirtschaftliche Leistung	GRI EC1	31, 51, 57ff.
GESELLSCHAFTLICH		
Mitarbeitergliederung	GRI LA13	24 ff., 73 ff.
Aus- und Weiterbildung	GRI LA9; GRI LA10	77 f., 84 ff.
Arbeitsausfälle von Mitarbeitern	GRI LA6; GRI LA7	106 ff.
MENSCHENRECHTE		
Gleichbehandlung	GRI HR3	116ff.
Vermeidung von Diskriminierung	GRI HR4; EFAS S10-01	119
GESELLSCHAFT		
Vermeidung von Korruption	GRI S03; GRI S04; GRI S05	120
ÖKOLOGISCH		
Energieverbrauch	GRI EN3	129ff.
Wasserverbrauch	GRI EN8	129
Materialverbrauch	GRI EN1	129
Emission von Klimagasen	GRI EN15	129 ff.
Einsparungen, sowie sparsamer Umgang mit Ressourcen	GRI EN18; GRI EN19	137 ff.
Abfall	GRI EN23	147
Innovations- und Produktmanagement	GRI EN27	64 ff., 137 ff.

Essen, den 02.12.2016

A. Sutter Fair Business GmbH

Martin Sutter

Geschäftsführender Gesellschafter

Günther Dilly

Geschäftsführer