



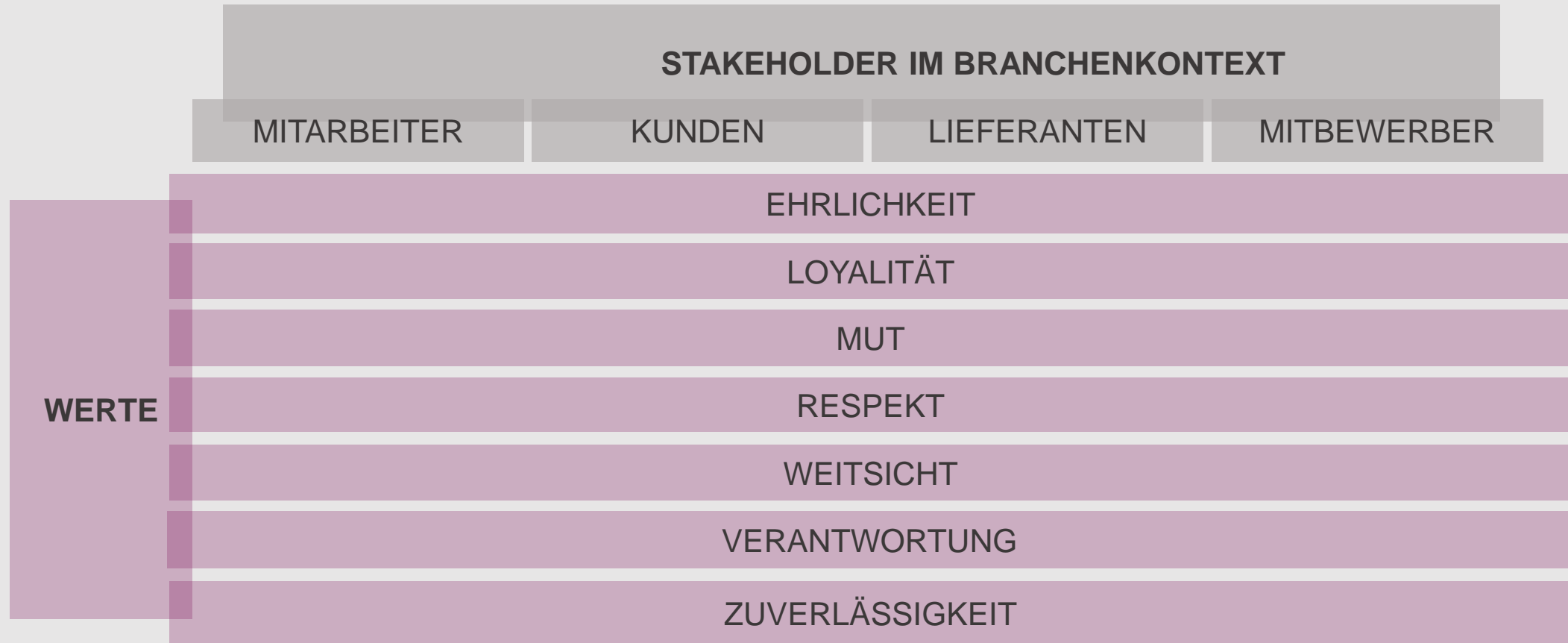
DER WERTEKODEX FÜR DIE DEUTSCHE EVENTBRANCHE

DIE PRÄAMBEL

Der Werte-Kodex für die Veranstaltungsbranche dient als **Leitfaden und Handlungsempfehlung**. Er soll Hilfestellung bieten für einen reibungsfreieren Ablauf innerhalb der Dienstleistungs-Kette und damit allen Beteiligten **verlässlichere Grundlagen geben für eine berechenbare Wirtschaftlichkeit**. Er beruft sich in seinen Grundzügen auf das Bild vom ehrbaren Kaufmann und betont dabei, als maßgebliche Komponenten, die Faktoren **Integrität** und **Partnerschaftlichkeit**.

Die Leitsätze sind bereits im ersten Entwurfsstadium so formuliert, dass ethisch verantwortliches, nachhaltiges und **sinnvolles Wirtschaften** im umfassenden Sinne von CSR in keiner Weise im Widerspruch steht zum Streben nach ökonomischem Erfolg und Rendite. Ganz so, wie es auch für den „hanseatischen“ oder **ehrbaren Kaufmann** in klassischer Definition eine langfristige Grundlage für Erfolg und Ansehen war.

DAS SPANNUNGSFELD Werte vs. Eventbranche



DER KODEX

	MITARBEITER	KUNDEN	LIEFERANTEN	MITBEWERBER
EHRlichkeit				
LOYALITÄT				
MUT				
RESPEKT				
WEITSICHT				
VERANTWORTUNG				
ZUVERLÄSSIGKEIT				

DER **KODEX** | Beispiel Ehrlichkeit

	MITARBEITER	KUNDEN	LIEFERANTEN	MITBEWERBER
EHRlichkeit	Wir halten geschlossene Vereinbarungen ein und pflegen eine konstruktive Feedbackkultur			Wir erzählen keine Unwahrheiten über unserer Mitbewerber.

DER **KODEX** | Beispiel **Loyalität**

	MITARBEITER	KUNDEN	LIEFERANTEN	MITBEWERBER
LOYALITÄT	<p>Wir ermutigen Mitarbeiter zu eigenverantwortlichem Handeln nach bestem Wissen und Gewissen und stehen loyal zum Ergebnis. Im Gegenzug: Loyalität ist keine Einbahnstraße.</p>	<p>Wir stehen auch in schweren Zeiten zu unseren langjährigen Kunden.</p>	<p>Wir stehen auch in schweren Zeiten zu unseren langjährigen Lieferanten.</p>	

DER KODEX | Beispiel Mut

	MITARBEITER	KUNDEN	LIEFERANTEN	MITBEWERBER
MUT	<p>Wir haben den Mut zu unpopulären Entscheidungen, Selbstreflektion, gerechtfertigter Kritik und Selbstkritik.</p>	<p>Wir haben den Mut unzumutbare Kundenwünsche zu hinterfragen und ggfl. abzulehnen. Wir wollen geradlinig und authentisch handeln.</p>	<p>Wir haben den Mut unkonventionell zu handeln und jungen oder neuen Unternehmen und Konzepten eine Chance zu geben.</p>	<p>Wir haben den Mut uns offen mit Mitbewerbern auseinanderzusetzen und uns eindeutig zu positionieren.</p>
	<p>Bei Ausschreibungen und Pitches orientieren wir uns an den 7 Regeln für einen fairen Pitch des FAMAB: http://famab.de/fileadmin/user_upload/2.0_Mitglieder/Mitglieder_finden/7_Regeln_fuer_einen_fairen_Pitch.pdf</p>			

DER KODEX | Beispiel Respekt

	MITARBEITER	KUNDEN	LIEFERANTEN	MITBEWERBER
RESPEKT	<p>Wir haben Respekt vor den berechtigten Ansprüchen unserer Mitarbeiter - wie auf faire Bezahlung, Wertschätzung und berufliche Förderung und setzen im Gegenzug Respekt vor den Ansprüchen des Unternehmens voraus.</p>	<p>Wir respektieren die klar formulierten Erwartungen, Wünsche und Kritiken unseres Kunden und setzen uns konstruktiv damit auseinander.</p>	<p>Wir gehen mit unserer Einkaufsmacht verantwortungsvoll um, respektieren dabei die berechtigten Interessen unserer Lieferanten und pflegen ein faires Miteinander.</p>	<p>Wir respektieren die Geschäftsmodelle unserer Mitbewerber und kopieren keine kreativen Ideen und Konzepte und geben sie als unsere eigenen aus.</p>
	<p>Wir betrachten den Mitarbeiter nicht als Ressource, sondern als Mensch.</p>		<p>Wir pflegen eine respektvolle Feedbackkultur gegenüber Lieferanten.</p>	

DER KODEX | Beispiel Weitsicht 1

	MITARBEITER	KUNDEN	LIEFERANTEN	MITBEWERBER
WEITSICHT	<p>Durch weitsichtige Personalplanung, die Auswahl und Förderung geeigneter Mitarbeiter vermeiden wir Frustration und Fluktuation.</p> <p>Durch permanenten Know-How-Transfer und Kommunikationsfluss stärken wir das Unternehmen nach innen und die Performance nach außen.</p>	<p>Wir verpflichten uns, die sich verändernden Kundenerwartungen vorausschauend im Blick zu haben und mit angemessenen Strategien die Bewältigung zukünftiger Anforderungen zu antizipieren.</p>	<p>Wir achten darauf, dass auch unsere Lieferanten sich den verändernden Marktentwicklungen stellen und uns mit Lösungskompetenz bei der Bewältigung zukünftiger Anforderungen begleiten.</p>	<p>Wir beobachten Strategien unserer Mitbewerber mit Weitblick, damit wir im Sinne unserer Kunden und Lieferanten langfristig wettbewerbsfähig bleiben.</p>

DER KODEX | Beispiel Weitsicht 2

MITARBEITER

KUNDEN

LIEFERANTEN

MITBEWERBER

WEITSICHT

Je nach unserem individuellen Comittment für CSR unterweisen wir unsere Mitarbeiter im verantwortungsvollen und weitsichtigen Umgang mit Ressourcen und sozialer Verantwortung.

Wir entwickeln geeignete Konzepte, um mögliche Kundenerwartungen im Hinblick auf ökologische Veranstaltungsformen zu bedienen. Dabei verstehen wir CSR als Drei-Säulen-Modell aus Ökologie, Ökonomie und sozialer Verantwortung.

Wir streben (auch als Schutz vor Übervorteilung) langfristige und damit nachhaltige Geschäftsbeziehungen an.

DER KODEX | Beispiel Verantwortung

	MITARBEITER	KUNDEN	LIEFERANTEN	MITBEWERBER
VERANTWORTUNG	<p>Wir sind uns der sozialen Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitern jederzeit bewusst, ohne unseren Leistungsanspruch aufzugeben.</p>	<p>Wir übernehmen Verantwortung für unsere Leistungszusagen und versprechen dem Kunden nichts, was wir nicht kompetent bedienen können.</p>	<p>Wir diktieren keine unzumutbaren Zahlungsbedingungen und halten vereinbarte Zahlungsfristen ein.</p> <p>Zur Schadensbegrenzung zeigen wir Missstände unmittelbar an.</p>	
		<p>Wir übernehmen Verantwortung für eventuell durch uns entstandene Fehler und stehen dafür ein.</p>		

DER KODEX | Beispiel Zuverlässigkeit

	MITARBEITER	KUNDEN	LIEFERANTEN	MITBEWERBER
ZUVERLÄSSIGKEIT	<p>Wir agieren berechenbar und halten Zusagen ein. Sollte das aus durch uns nicht zu vertretenden Gründen nicht möglich sein, kommunizieren wir das direkt und transparent.</p>	<p>Wir gehen zuverlässig mit den übertragenen Budgets um. Dazu gehört auch Zuverlässigkeit im Umgang mit vertraulichen Daten.</p>	<p>Wir halten uns strikt an vereinbarte Konditionen, insbesondere auch in Hinblick auf Zahlungsziele.</p>	



Geschäftsstelle **WERTE 2.0**
Annegret Steglich
c/o Agentur Fritzges
Appeler Straße 11 B
21279 Appel