

Code of Conduct

VERHALTENSKODEX

HDF KINO e.V.
Poststraße 30
10178 Berlin



Vorwort

Mit ca. 600 Mitgliedsunternehmen, die an ca. 800 Standorten über 3.000 Leinwände bespielen, ist der HDF KINO e.V. der größte Kinoverband Deutschlands. Der 1950 in Wiesbaden gegründete HDF KINO e.V. vertritt dabei die Interessen seiner Mitglieder gegenüber Politik und Wirtschaft. Unterstützt wird der HDF KINO e.V. dabei von der FORUM FILM Mediengesellschaft mbH. Diese bietet eine Auswahl von Service-Dienstleistungen und Produkten an, welche ausschließlich den HDF-Mitgliedern zur Verfügung stehen. Zudem organisiert die FORUM FILM Deutschlands größten Filmtheaterkongress sowie weitere brancheninterne Veranstaltungen.

Unser **Ziel ist es, die Vielfalt und Qualität der deutschen Kinolandschaft zu stärken** und Filmen eine optimale Auswertung auf der großen Leinwand zu ermöglichen. Als Organisatoren der KINO, der größten Kino-Fachmesse Deutschlands kooperieren wir dabei mit einer Vielzahl an Partner*innen, Sponsor*innen, Lieferant*innen und externen Dienstleister*innen.

Wir **respektieren die Menschenrechte aller Personen**, die zu unseren Geschäften und Veranstaltungen beitragen. Niemand wird aufgrund von Alter, Geschlecht, Aussehen, sexueller Orientierung, körperlicher, geistiger und seelischer Beeinträchtigung, Hautfarbe, Herkunft oder Religion benachteiligt. Wir dulden keinen Hass, keine Diffamierung, Einschüchterungen, Bedrohungen, herablassende Kommentare oder derartige Handlungen und werden bei Verstößen dagegen vorgehen.

Eine **respekt- und vertrauensvolle Zusammenarbeit untereinander** hat für uns oberste Priorität, sowohl zwischen den Beschäftigten des HDF KINO und der Forum Film sowie allen Partner*innen und Dienstleister*innen. Ein respektvolles Miteinander, Toleranz, gegenseitige Wertschätzung und umweltfreundliches Verhalten werden gefördert und dadurch Diskriminierung und Korruption verhindert.

Unser Code of Conduct stellt eine Sammlung verbindlicher Verhaltensregeln dar. Dies schließt sowohl rechtliche, nachhaltige, ethische und soziale Themen ein. Diese Richtlinien, nach denen wir arbeiten, gelten sowohl in den alltäglichen Arbeitsabläufen als auch zu unseren Veranstaltungen, für alle Mitarbeiter*innen des HDF KINO und Forum Film und für unsere Partner*innen, externen Dienstleister*innen und Lieferant*innen.

Bei allem was wir tun, steht für uns das Motto **KINO IST KULTUR FÜR ALLE** im Vordergrund. Danach richten wir unsere Arbeit und unsere Leitlinien aus. Die Kinobranche steht für Diversität und Inklusion und gegen jegliche Form von Gewalt und Diskriminierung.

1. Unternehmenskultur

Transparenz, Offenheit und Vertrauen sind die Eckpfeiler unserer Verbands- und Unternehmenskultur. Ein verantwortungsvolles und kollegiales Miteinander im Arbeitsalltag stehen an erster Stelle. Wir unterstützen uns gegenseitig in besonders hochfrequentierten Arbeitsphasen und agieren loyal unseren Kolleg*innen und Partner*innen gegenüber.

Wir bieten flexible Arbeitszeitmodelle und die Möglichkeit für Home-Office an, sodass Mitarbeiter*innen eine individuelle Lebensgestaltung und die Übernahme verantwortungsvoller Positionen ermöglicht werden.

2. Umgang mit Kunden, Geschäftspartner*innen und staatlichen Stellen

Unsere Mitglieder sind unser Motor, ohne den wir unsere Arbeit nicht erledigen könnten. Daher nehmen wir die Anliegen, Wünsche und Bedürfnisse unserer Mitglieder ernst und erfüllen Ihre Anfragen, soweit es die Umsetzbarkeit ermöglicht, zeitnah und vollständig. Ebenso möchten wir, dass sich unsere Gäste auf unseren Veranstaltungen wohl fühlen und legen großen Wert auf lösungsorientiertes Feedback. Wir nehmen entsprechende Kritik ernst und versuchen, uns stetig in allen Belangen zu verbessern.

Auch im Austausch mit politischen Stakeholdern verfolgen wir eine wertebasierte Interessensvertretung, die auf den Grundsätzen von Transparenz, Fairness, Integrität und tatsachenbasierter Informationsvermittlung beruht. Als Verband sind wir politisch neutral und leisten keine Zahlungen oder Sachspenden an politische Parteien oder Institutionen.

3. Verantwortung gegenüber Mitarbeitenden, der Gesellschaft und der Umwelt

Soziale und ethische Verantwortung

Die Verpflichtung zu sozialer und ethischer Verantwortung ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Philosophie. Wir respektieren und schützen die persönliche Würde jedes*r einzelnen Mitarbeiters*in und pflegen eine Unternehmenskultur von Fairness und gegenseitigem Respekt.

Jegliche Form (verbal oder physisch) von Belästigung oder Diskriminierung unserer Mitarbeiter*innen, z.B. aufgrund Nationalität, Herkunft, Religion, Geschlecht, Alter, sexueller Orientierung o.ä. wird nicht geduldet. Kein*e Mitarbeiter*in darf wegen der Wahrnehmung seiner/ihrer persönlichen Rechte benachteiligt werden. Der Vorstand zeigt zudem null Toleranz gegenüber Korruption, Zwangs- und Kinderarbeit sowie der Nichteinhaltung der geltenden Rechte und Gesetze. Gleichberechtigung ist ein essentieller Teil unserer Verbands- und Unternehmenskultur.

Bei uns dürfen Dinge angesprochen werden ohne Konsequenzen zu fürchten. Wir schätzen Ehrlichkeit, Meinungsfreiheit und Transparenz.

Weder auf unseren Veranstaltungen noch in unserem Arbeitsalltag tolerieren wir Rassismus, Sexismus, Ableismus, Diskriminierung, Fremdenfeindlichkeit, physische oder psychische Gewalt.

Nachhaltigkeit

Neben unserer individuellen Verantwortung gegenüber unserer Umwelt möchten wir als Verband und Veranstalter ein Vorbild für nachhaltige Verbands- und Veranstaltungsorganisation sein. Unsere Motivation ist es, so nachhaltig wie möglich in allen denkbaren Bereichen zu sein. Durch viele kleine und auch große Maßnahmen „vor und hinter den Kulissen“ wollen wir und unsere Partner*innen dafür Sorge tragen, dass nicht nur unser Kongress, sondern auch die Kinobranche umweltgerechter ausgerichtet wird.

Besonders wichtig ist uns hierbei, transparent zu sein und einen genauen Überblick über geplante und durchgeführte Maßnahmen zu geben. Nach unserem Verständnis geht es hierbei um nachhaltige Maßnahmen im Sinne von ökologisch, ökonomisch als auch sozial. Wie alle befinden wir uns in einem kontinuierlichen Prozess und lernen täglich Neues dazu, daher setzen wir uns fortlaufende Ziele, die stetig um neugewonnene Maßnahmen erweitert werden.

Neben unserem Anliegen, einen möglichst nachhaltigen Kongress zu veranstalten, haben wir uns auch selbst zu einem nachhaltigen Geschäftsbetrieb verpflichtet. Der erstellte Leitfaden dient dabei als Grundlage, um nachhaltige Maßnahmen im Büroalltag umzusetzen.

Kommunikation

Auf unseren Social-Media-Kanälen verlangen wir ein respektvolles Miteinander. Kommentare, die verletzend oder diskriminierend sind, werden nicht geduldet. Über unsere wöchentlichen Newsletter und Videokonferenzen geben wir einen transparenten Einblick in unsere Arbeit. Wir sehen auch eine große Verantwortung in unserer Sprache und nutzen daher das Gendersternchen als Kommunikationsmittel in unseren Veröffentlichungen.

Um auch bei diesem Thema unseren ökologischen Fußabdruck so niedrig wie möglich zu halten, nutzen wir vorwiegend digitale Kanäle. Daher prüfen wir fortlaufend die Notwendigkeit der Versendung physischer Post und gedruckter werblicher Kommunikation und verzichten soweit möglich darauf. Bereits produzierte Materialien werden aufgebraucht, sofern möglich.

Anhang

[Leitlinien nachhaltiger Bürobetrieb](#)

[Konzept nachhaltige Veranstaltungen \(KINO\)](#)

Leitlinien zum nachhaltigen Bürobetrieb

Das Thema Nachhaltigkeit spiegelt sich in nahezu allen Lebensbereichen des Alltags wider. Insbesondere im Bürobetrieb besteht ein großer Handlungsbedarf zur Verringerung des Co2- Ausstoßes. Aber nicht nur ökologische auch soziale Aspekte sollten hierbei Beachtung finden.

Im Nachfolgenden haben wir Leitlinien aufgestellt, nach denen wir unser Büro Schritt für Schritt grüner aufstellen wollen. Außerdem gibt es eine Übersicht zu wichtigen Publikationen und Veröffentlichungen, die zur Sensibilisierung aller Mitarbeiter*innen zum Thema Nachhaltigkeit und dessen Bedeutung dienen.

1. Mobilität

- Die Anreise ins Büro sollte – wenn möglich - mit den öffentlichen Nahverkehrsmitteln, mit dem Rad oder zu Fuß zurückgelegt werden
- Bei Geschäftsreisen innerhalb Deutschlands verpflichten wir uns die Bahn zu nutzen
- Flugreisen sollten nur für Auslandsreisen genutzt werden
- Kostenloses ÖPNV-Ticket für alle Mitarbeiter*innen

2. Büro Allgemein

- Mülltrennung
- Gebrauchtes oder bei Neuanschaffung nachhaltiges Mobiliar nutzen
- Topflanzen in Büroräumen für ein besseres Luft und Raumklima

3. Büromaterialien

- Bei Bestellungen von Druckerpapier, Briefpapier, Briefumschläge u.a. auf nachhaltige Materialien aus blauer-Engel-zertifiziertem Recyclingpapier setzen
- Dokumente und Unterlagen vorrangig digital nutzen und abspeichern (E-Akte)
- Druckerzeugnisse sollen vermieden werden, wenn nötig dann beidseitig und s/w drucken, Fehldrucke werden als Schmierpapier genutzt
- E-Mail-Signatur „Think before you print“ einfügen
- umweltfreundliches Bürozubehör wie nachfüllbare Stifte oder Tacker ohne Metall nutzen
- Verpackungsmaterial sammeln und wiederverwenden
- Sammelbestellungen durchführen, um Versandwege zu reduzieren

4. Energie

- TÜV-zertifizierter Ökostrom²⁴ aus reiner Wasserkraft
- Stetige Optimierung der Beleuchtung (Umrüstung auf LED) und Technik (wenn ein Raum verlassen wird oder nicht genutzt wird, Licht ausschalten)
- In der Pause den Computer in den Ruhemodus setzen oder Bildschirm ausschalten
- Beim Kauf von Elektrogeräten auf Nachhaltigkeit achten (Energieeffizienzklasse)
- Stoß- statt Dauerlüften

5. Essen

- (Regionale) Obstkiste mit Bioprodukten
- Wasser-Karaffen für Mitarbeiter*innen
- Vorrangig sollten regionale Bio-Produkte gekauft werden
- Vermeidung von Plastikmüll durch Mehrwegdosen und/oder Wachspapier
- Bei Bestellungen lokale Anbieter nutzen
- Bei Essen auf nachhaltige Haltung achten, Vermeidung von zu viel Fleischprodukten und wenn dann Bio

6. Reinigungsbedarf

- Ökologisch zertifizierte Reinigungsmittel, recyceltes Handtuchpapier und Toilettenpapier, nachfüllbarer Seifenspende alternativ Kaltlufthändetrockner statt Papierhandtücher
- Reduzierung des Wasserverbrauchs in Sanitäreinrichtungen (Spülstopp: Wasserhahn, WC-Anlage)

Hilfreiche Links zum Thema:

- Mülltrennung, https://www.nabu.de/imperia/md/content/nabude/konsum-ressourcenmuell/nabu_tipps_a4_muelltrennung_2021_web.pdf
- Blog, <https://utopia.de/>
- Blog, <https://goodnews.eu/>
- Handyanbieter, <https://www.wetell.de/>
- E-Mail-Anbieter, <https://posteo.de/de>
- Reisen, <https://goodtravel.de/>
- Events, <https://goodimpact.eu/good-events/>
- Konsum, <https://www.goodbuy.eu/>
- Kleidung, <https://www.avocadostore.de/>
- Browser, <https://www.ecosia.org/>
- Bücher, <https://www.reisedepeschen.de/>
- Investition, <https://inyova.de/>
- Strom, <https://www.lichtblick.de/>
- Bank, <https://www.tomorrow.one/de-DE/>

ANSPRECHPARTNERIN ZUM THEMA

Sophie Sorber

sorber@hdfstudio.de

Konzept für nachhaltige Veranstaltungen

Nachhaltigkeit auf der KINO

Als Veranstalter der KINO, Deutschlands größtem Kinokongress, wollen wir ein Vorbild für nachhaltige Veranstaltungsorganisation sein. Unsere Motivation ist es, so nachhaltig wie möglich in allen denkbaren Bereichen zu sein. Durch viele kleine und auch große Maßnahmen „vor und hinter den Kulissen“ wollen wir und unsere Partner*innen dafür Sorge tragen, dass nicht nur unseren Kongress, sondern auch die Kinobranche umweltgerechter ausgerichtet wird.

Besonders wichtig ist uns hierbei, transparent zu sein und einen genauen Überblick über die geplanten und durchgeführten Maßnahmen zu geben. Nach unserem Verständnis werden nachhaltige Maßnahmen im Sinne von ökologisch, ökonomisch als auch sozial beschrieben. Wie alle befinden wir uns in einem kontinuierlichen Prozess und lernen täglich Neues dazu, daher sind hier fortlaufend gesetzte Ziele dokumentiert, die stetig um neugewonnene Maßnahmen erweitert werden.

Neben unserem Anliegen einen möglichst nachhaltigen Kongress zu veranstalten, haben wir uns auch selbst zu einem nachhaltigen Geschäftsbetrieb verpflichtet. Der erstellte Leitfaden dient dabei als Grundlage, um nachhaltige Maßnahmen im Büroalltag umzusetzen.

1. Mobilität

Die größten Umweltbelastungen bei Veranstaltungen entstehen durch die Reisetätigkeit der Teilnehmenden. Daher ist es eine große Bestrebung unsererseits, umweltschädliche Transportmittel wo es geht zu meiden.

Ziele:

- An- und Abreise durch emissionsarme Verkehrsmittel (Bahn, Carsharing usw.)
- Mobilität am Konferenzort einschränken durch kurze Wege
- Einsatz emissionsarmer oder lokal emissionsfreier Fahrzeuge vor Ort (Bus, Fahrrad, usw.)

Maßnahmen

- Anreize für umweltbewusste An- und Abreise schaffen durch Angebot des Veranstaltungstickets der Deutschen Bahn und gute ÖPNV-Anbindung des Veranstaltungsortes
- Organisation eines Shuttleservice für die Wege zwischen den Konferenzorten mit dem Stadtnahverkehr
- Für kürzere Wege steht eine Bike-Sharing Station unmittelbar vor dem Kongresshaus zur Verfügung
- Eine Ökostrom Tankstelle mit mehreren Ladebuchten befindet sich in der angrenzenden Kongress-Garage
- Ab 2024 Gutscheine für Bike-Sharing-Stationen geplant

2. Energie & Klima

Damit unsere Veranstaltungen nachhaltiger werden, streben wir eine größtmögliche Energieeffizienz und Energieeinsparung an. Energie und Klima umfassen daher mehrere Handlungsfelder, wie zum Beispiel die Mobilität vor Ort sowie das Heizen, Kühlen und die Veranstaltungstechnik in der Location.

Ziele:

- Energieverbrauch eindämmen
- Energieeffizienz steigern
- Treibhausgasemissionen reduzieren / vermeiden / kompensieren

Maßnahmen:

- Nutzung von energiesparender LED-Deckenbeleuchtung im gesamten Kongresshaus, die effizient per Leitzentrale und einer Vielzahl an Bewegungsmeldern gesteuert wird
- Nutzung von energetisch optimierten Fenster- und Fassadenflächen, die sich für Veranstaltungen gut verschatten lassen
- Durch dreifach-verglaste Panoramafenster ist eine effiziente Nutzung des Tageslichtes und eine Reduzierung der Beleuchtung möglich
- Beheizung des Kongresshauses erfolgt durch Fernwärme, die aus nachwachsenden Rohstoffen, wie z. B. Holz aus der Region Baden-Baden erzeugt wird. Durch Anlagen zur Wärmerückgewinnung wird auch der Energieeinhalt der Abluft genutzt
- Wir streben eine Kompensation von Emissionen durch nachhaltige Projekte an
- Berechnung CO₂-Ausstoßes ab 2025

3. Nachhaltiges Ressourcenmanagement

Ressourcenmanagement sehen wir ebenfalls als Überbegriff für mehrere Handlungsfelder. Besonders wichtig ist es, den Bestand natürlicher Ressourcen zu sichern und unnötige Verschwendung zu vermeiden. Vor jeder Neuanschaffung ist auch zu überlegen, ob das Produkt oder die Dienstleistung für die erfolgreiche Umsetzung der Veranstaltung zwingend notwendig ist. Wichtig dabei ist uns, bei allen benötigten Produkten und Dienstleistungen auf nachhaltige und innovative Lösungen und Anbieter zu setzen.

Ziele

- Ressourcenschonender Umgang mit Materialien
- Papierflut eindämmen
- Nachhaltiges Catering-Angebot
- Abfälle vermeiden bzw. reduzieren und richtig trennen
- Schonender Umgang mit der Ressource Wasser
- Gastgeschenke und Give-aways vermeiden

Maßnahmen

- Reduzierung des Papierverbrauchs z. B. durch digitales Einladungs- und Veranstaltungsmanagement, Konferenzwebsite, Konferenz-App, Hinweise während der Konferenz auf Bildschirmen
- Einsatz von recyclingfähigen Produkten und Verpackungen aus Recyclingmaterial
- Nutzung von Mietmöbeln in den Lounge-Areas
- Zum Einsatz kommen, so weit wie möglich, Produkte aus ökologischer, fairer und regionaler Landwirtschaft
- Zusammenarbeit mit lokalen Firmen (Foodtruck, Kaffeebar)
- Angebot von ausschließlich vegetarischen und veganen Speisen im Kongresshaus
- Verpackungsabfälle minimieren, z. B. durch den Einsatz von Mehrwegverpackungen (Verwendung von Mehrweggeschirr, -besteck, Kaffeebecher und Gläser verwenden sowie Nutzung von Glasflaschen bei der Getränkeauswahl)
- Verzicht auf ein Goodybag für alle Teilnehmenden
- Zusammenarbeit mit Tafel Baden-Baden mit Spende von übrig gebliebenen Lebensmitteln
- Liegestühle in Loungebereichen aus alten Filmwerbebannern hergestellt.

4. Organisation und Kommunikation

Eine transparente Kommunikation ist für uns essenziell, um eine glaubwürdige Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsmaßnahmen zu gewährleisten. Wir möchten sowohl intern als auch in der Kommunikation mit unseren Gästen und Partnern über das Thema informieren und dabei offen und transparent sein. Hier ist es besonders wichtig, auch Kritik und Anmerkungen entgegenzunehmen, nur so können wir uns alle verbessern und das Thema voranbringen.

Ziele:

- Umgesetzte Maßnahmen dokumentieren
- Gesetzte Nachhaltigkeitsziele intern und nach außen kommunizieren

Maßnahmen:

- Umfassende Öffentlichkeitsarbeit: Transparente Kommunikation durch regelmäßige Mitteilung über nachhaltige Maßnahmen, in unserem Newsletter und über die Sozialen Medien
- Information der Mitarbeitenden vor Ort über nachhaltigkeitsbezogene Maßnahmen und Einbeziehung in die Umsetzung
- Die umgesetzten Maßnahmen im Nachgang der Veranstaltung evaluieren

5. Soziale Teilhabe und Diversität

Wir setzen uns für eine Teilhabe an einem gesellschaftlichen Leben für alle Personengruppen ein. Dies kann nur mit einem geeigneten barrierefreien Konzept gelingen und ist in der Umsetzung nicht immer einfach. Wir möchten aber versuchen hierfür bestmögliche Maßnahmen umzusetzen, um eine Teilhabe für alle zu ermöglichen. Außerdem legen wir besonders großen Wert auf Geschlechtergerechtigkeit während unserer Veranstaltung. Ziel ist es, eine Vielfalt der Gesellschaft darzustellen.

Ziele:

- Grundsätze von Gender-Mainstreaming in jeder Planungsphase berücksichtigen
- Bedürfnisse von Menschen mit Beeinträchtigungen miteinbeziehen

Maßnahmen:

- Geschlechtergerechte Formulierungen verwenden
- Auf die Ausgewogenheit der Geschlechter bei Beteiligten (Vortragende, Moderation) achten
- Teilweise digitale Übertragung der Veranstaltung um allen Menschen eine Teilhabe zu ermöglichen
- Untertitel für Streamingangebot einführen ab 2024
- Barrierefreie App und Website geplant ab 2024

6. Partnerschaften

Mit über 50 Jahren KINO-Kongress haben wir eine langjährige Tradition etabliert. Wir haben in den vergangenen Jahren viele Partnerschaften knüpfen können, auf denen unsere Erfahrungen und Erfolge aufbauen. Besonders freut es uns, mit dem Kongresshaus Baden-Baden einen langjährigen Partner zu haben, der das Thema Nachhaltigkeit nicht von sich wegschiebt, sondern aktiv angeht. Wir halten es für besonders wichtig, diese Partnerschaften zu pflegen und auch in Hinblick auf nachhaltige Aspekte zu evaluieren. Im Vordergrund steht hierbei jedem die Möglichkeit zu geben sich mit dem Thema auseinanderzusetzen und auch mit kleinen Schritten zu beginnen. Wir befinden uns selbst am Anfang dieser sich ständig weiterentwickelnden Reise und sehen den großen Vorteil mit unseren Partnern und Partnerinnen diesen Weg gemeinsam zu gehen. Für die Zukunft versuchen wir aber auch neue Ideen und Möglichkeiten zu finden, um das Thema auch bei neuen Partnerschaften und Sponsoren zu platzieren. Wir freuen uns sehr auf die spannende Reise.