



# **CSR-rapport 2013**

# Indhold

Om Tivolis CSR-rapport .....	3
Driftsstop .....	8
Uddannelse .....	9
Evaluering .....	10
Tilfredshed .....	12
Kvalitet .....	14
Fedtreducerede måltider .....	16
Økologi .....	18
Godadgang.dk .....	19
Sygefravær .....	21
Sikkerhed .....	23
Trivsel .....	25
Forskelsbehandling .....	27
Ligestilling .....	29
Diversitet .....	31
Medarbejdergoder .....	33
Naboklager .....	35
Kulturelle traditioner .....	37
Vedligeholdelse .....	39
Trafik .....	40
El-forbrug .....	42
Affald .....	44
Genbrug .....	46
Velgørenhed .....	48

---

# Om Tivolis CSR-rapport

CSR 2013 er samfundsansvarsredegørelsen iht. ÅRL § 99a.

Denne rapport er Tivolis femte CSR-rapport, og den følger stort set samme opbygning som tidligere års rapporter.

Det er vigtigt for os, at CSR-arbejdet er forankret i organisationen og i forretningen, og at den dertil knyttede rapport er enkel og overskuelig.

## CSR-arbejdets organisering

CSR-arbejdet i Tivoli foregår decentralt i de afdelinger, som har ansvaret for hvert enkelt område. I Driftsafdelingen arbejdes der fx med nedbringelse af elforbruget, driftsstop og arbejdsulykker, mens HR har ansvaret for de løbende forbedringer af medarbejdertrivlsen og så fremdeles.

CSR-rapporten færdiggøres i Kommunikationsafdelingen i samarbejde med Business Intelligence, hvor to medarbejdere har ansvaret for dataindsamlingen og formidlingen af resultaterne.

For at sikre forankring i hele organisationen på tværs af afdelingerne er der etableret en styregruppe, som består af økonomidirektøren, en medarbejder i Business Intelligence, den ansvarlige for miljø og arbejdsmiljø samt repræsentanten fra Kommunikationsafdelingen.

## CSR-året i sammenfatning

Tivolis CSR-arbejde er forankret i det daglige arbejde, hvor projekterne udvikles og gennemføres. Dataindsamlingen til rapporten foregår løbende.

Blandt succeserne i 2013 kan nævnes faldet i antallet af arbejdsulykker, som er fremkommet gennem et ihærdigt og vedvarende fokus på området fra Arbejdsmiljøorganisationen og de tilknyttede støttepersoner. Der er også sket et markant fald i driftsstop, hvilket løfter kvaliteten af Tivoli-besøget. På el-området fortsætter implementeringen af lavenergipærer, hvorfor vi kan se en lille nedgang i det samlede elforbrug på trods af et øget aktivitetsniveau. Genbrugsbægrene, som i 2012 viste et lidt dårligere trip-tal (tal for hvor mange gange et bæger genbruges), er tilbage på niveauet fra tidligere år.

Sygefraværet blandt Tivolis medarbejdere er desværre steget en smule, men ligger dog fortsat under DI's gennemsnit. Det bliver et indsatsområde i 2014 at nedbringe sygefraværet.

Der er ændret rapporteringsmetode på to punkter i denne CSR-rapport. På området Kulturhistorisk bevidsthed har der hidtil være rapporteret vedr. omkostninger til de såkaldte 'gratis glæder', altså underholdning i Tivoli, som er gratis efter entré. For at få mere konsistens i tallene fra år til år anvendes fremadrettet tallet fra årsregnskabets resultatopgørelse (noten vedr. segmentoplysninger) hvor hovedområdet Underholdnings samlede resultat er udspecificeret. I CSR-rapportens kommentarer vil der blive redegjort for detaljer i resultatet. I CSR-rapporten for 2013 bringes tillige tallet for 'gratis glæder', så det er muligt at sammenligne med 2012.

På området Velgørenhed er optællingen ændret fra ansøgninger om donationer til værdien af donationerne som varslet i CSR-rapporten 2012.

Tivoli er også bevidst om at bidrage på anden vis, nemlig ved at fremme uddannelse og beskæftigelse.

Tivoli har et stort antal elever og lærlinge som gennemfører den praktiske del af uddannelsen helt eller delvist i virksomheden. Desuden ydes hvert år assistance til hundredevis af studerende og skoleelever, som arbejder projektorienteret med Tivoli som emne.

På beskæftigelsesområdet samarbejder Tivoli med Københavns Kommune, som kæmper med overledighed for ufaglærte og akademikere. Det betyder, at Tivoli prioriterer borgere fra Københavns Kommune til praktikophold, arbejdsprøvning mv. og at vi søger kandidater til ledige stillinger i Tivoli blandt de ledige i Københavns kommune.

Der er ikke foretaget nogen ændringer i CSR-politikken i 2013.

## CSR-politik

Tivoli vedkender sig sin position i det danske samfund som ledende kulturinstitution og udbyder af underholdning og rekreative aktiviteter. Navnet – brandet – forpligter, og Tivoli ønsker på enhver måde at udvise en ansvarlig adfærd og bidrage til samfundet. Det gælder over for Tivolis gæster og medarbejdere, i forhold til miljøet og til kulturarven.

Tivolis CSR-politik er tredelt og forholder sig til: Gæster – Medarbejdere – Omverden.

### Gæster

#### Gæsteservice

Tivoli ønsker at udvise en hensynsfuld og respektfuld adfærd over for Havens gæster.

Det er ikke en tilfældighed, at Tivoli kalder sine kunder for gæster; det pålægger nemlig et ansvar hos hver enkelt for godt værtskab. Dette indebærer at møde alle gæster med respekt og uden fordomme, og dermed skabe de bedste rammer for den gode oplevelse.

Sikkerhed og tryghed er vigtige forudsætninger for en god oplevelse. Sikkerheden i forlystelserne kontrolleres både af faglærte medarbejdere og eksterne konsulenter. Tivoli har egen beredskabsafdeling (med fokus på forebyggelse af brand) og sygeplejerske med adgang til hjertestarter. Tivolis medarbejdere bliver uddannet i fysisk og psykisk førstehjælp.

En tryk atmosfære skal være en del af enhver Tivoli-oplevelse.

---

## Sundhed og helse

Tivoli ønsker at give gæsterne mulighed for at træffe sunde valg under Tivoli-besøget og har derfor såvel økologiske produkter som fedtreducerede måltider i produktporteføljen.

## Tilgængelighed

Tivoli ønsker at skabe den bedst mulige oplevelse for gæster med funktionsnedsættelse.

Hensynet til bevarelsen af Tivolis kulturarv – den ældre bygningsmasse, topografien og belæggningerne – skaber udfordringer på området. Disse søges imødekommet med opførelsen af lifte, ramper etc. I projekteringen af nye bygninger og forlystelser forsøges det så vidt muligt at integrere god tilgængelighed fra begyndelsen.

Tivoli har tilsluttet sig ordningen godadgang.dk. Ligeledes har Tivoli indført en ledsageordning, så handicappede gæster kan medbringe en egen hjælper.

# Medarbejdere

## Arbejds miljø

Tivoli ønsker et sundt psykisk og fysisk arbejdsmiljø. Sikkerheden for gæster og medarbejdere har højeste prioritet.

De geografiske rammer og bygningsmassens alder er stadige udfordringer i forhold til det fysiske arbejdsmiljø, og Tivoli sætter fokus på løbende forbedringer både fra virksomhedens og hver enkelt medarbejders side.

Der følges løbende op på området i Arbejds miljøorganisationen, SU og gennem den årlige medarbejdertilfredshedsundersøgelse.

## Mangfoldighed

Tivoli ønsker at være en rummelig arbejdsplads uden diskrimination. Medarbejdersammensætningen i Tivoli skal afspejle befolkningens sammensætning i samfundet generelt, da Tivolis gæster kommer fra alle dele af samfundet. Tivoli tilstræber diversitet på den måde, at kønsfordelingen og aldersfordelingen ikke skal have markant slagside, og vi ansætter gerne medarbejdere med en anden etnisk baggrund end dansk. Tivoli vil dog altid vælge de mest kvalificerede medarbejdere og aldrig rekruttere specifikt på baggrund af køn, tro, alder, etnisk baggrund eller seksualitet.

Tivoli tilstræber at skabe fleksible arbejdsforhold og tilpasse arbejds mængde og -situation, blandt andet igennem flexjobs og § 56-jobs.

Tivoli ønsker at deltage aktivt i uddannelsen af unge gennem at tilbyde praktikpladser inden for en række fag

---

## Sundhed og helse

Tivoli ønsker at fremme sundheden blandt sine medarbejdere, men anerkender samtidig den enkelte medarbejders ret til at vælge sin egen livsstil. Tivoli administrerer diverse tilbud til medarbejderne af forebyggende og helbredende karakter.

## Omverden

### Naboskab

Tivoli ønsker at udvise en hensynsfuld og respektfuld adfærd over for sine naboer.

Tivoli var oprindeligt placeret i landlige omgivelser uden for København, men ligger i dag placeret midt i byen. Tivoli tilstræber at optræde ansvarligt i forhold til sine naboer, det være sig med hensyn til trafik, støj, renholdelse eller andre områder, som påvirker Tivolis naboer og andre, der færdes i Tivolis nærområde.

### Kulturhistorisk bevidsthed

Tivoli ønsker at bevare sin position som Danmarks mest besøgte turistattraktion, som mødested for danskere i alle aldre og som nationalklenodie. Tivolis koncept og dets opretholdelse hviler på en balance mellem tradition og fornyelse. Det er hensigten at bevare og værne om Tivolis historie og kulturarv ved at vedligeholde den unikke del af den ældre bygningsmasse, bevare de parklignende omgivelser og holde fast i de traditioner, der er et særkende for Tivoli.

### Miljø

Tivoli ønsker at begrænse sin negative miljøpåvirkning mest muligt og bidrage positivt, hvor det kan lade sig gøre. Der arbejdes systematisk med miljøledelse i hele Tivoli og gennem miljø- og klimapartnerskaber afsøges løbende muligheder for forbedringer på områder som energi, trafik, affald og kemikalier. I CSR-rapporten vises udviklingen på nøgleområderne.

### Velgørenhed

Tivoli ønsker at skabe bedre vilkår for menneskers tryghed og udfoldelsesmuligheder. De formål, som Tivoli vælger at støtte, vedrører udsatte børn og deres familier; det være sig på grund af sygdom, økonomiske omstændigheder eller andre vanskelige omstændigheder.

---

**Leverandørforhold**

Tivoli ønsker at tilskynde sine leverandører til ansvarlig adfærd. Ved valg af leverandør vil pris, service, kvalitet, leveringstid og leveringssikkerhed blive taget i betragtning sammen med:

- Leverandørens miljøpolitik i forbindelse med produktion og bortskaffelse
- Leverandørens arbejdsmiljøpolitik
- Leverandørens politik omhandlende etiske spørgsmål i forbindelse med børnearbejde, mindsteløn, socialt engagement i samfundet, menneskerettigheder osv.

Ovennævnte punkter vedrører først og fremmest leverandørens aktiviteter, men kan forlænges til også at inkludere underleverandørers aktiviteter.

Der henvises i øvrigt til Tivolis indkøbspolitik, herunder til Tivolis Code of Conduct.

**Korruption**

Tivolis ledelse tager afstand fra korruption og bestikkelse. For at undgå mistanke om korruption, er der nedfældet en gavepolitik, ligesom der i Tivolis indkøbspolitik er fastlagt regler for samhandel med personer, der står en nær, fx familie eller venner.

---

# Driftsstop



## MÅLEPUNKT

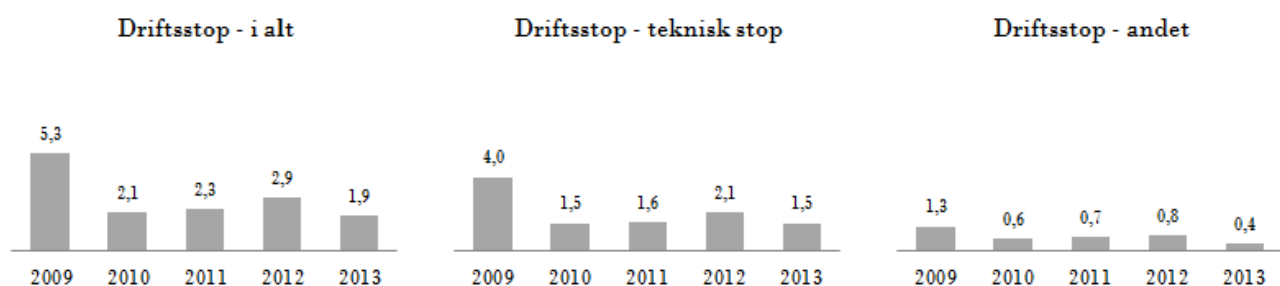
Gæster: Gæsteservice, kvalitet.

## DRIFTSSTOP

Driftsstop er den del af en forlystelses åbningsperiode, hvor forlystelsen ikke kører. Driftsstop opgøres i to kategorier, hvor teknisk stop definerer den del, der hidrører fra defekt på materiel eller styresystem. andet stop vedrører stop grundet eksterne faktorer så som vejrlig, strømudfald og lignende.

## UDREGNING

Driftsstop på forlystelser i procent af samlet køretid.



2013 viser et fald i såvel teknisk stop som andet. Faldet på teknisk stop skyldes investeringer og opgraderinger af de tekniske komponenter på forlystelserne samt det faktum, at vi er blevet endnu bedre til at udføre forebyggende vedligehold og tilstandsvurderinger af det tekniske udstyr. I teknisk stop er tillige indeholdt ca. en måneds 'nedetid' for Dragen, i forbindelse med at denne blev taget ud af drift.

Faldet i kategorien andet skyldes øget opmærksomhed på bemanning og drift.

Årets resultat for teknisk stop og andet vurderes således at være særdeles tilfredsstillende. Indsatsen for at sikre lave nedetider fortsætter i 2014 med et mål om at fastholde såvel teknisk stop som andet på niveauet for 2013.



# Uddannelse



## MÅLEPUNKT

Gæster: Gæsteservice, kompetenceudvikling.

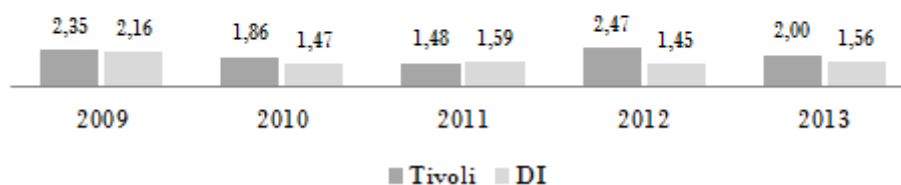
## UDDANNELSE

Uddannelse dækker over det beløb, som er anvendt til kompetenceudvikling i forhold til præsterede arbejdstimer.

## UDREGNING

Antal kroner brugt på uddannelse pr. præsteret arbejdstime. Udregnet efter ATP-metoden.

Uddannelseskroner pr. præsteret arbejdstime



Kvalitet i oplevelsen kræver veluddannede medarbejdere. Derfor anvendes målepunktet kompetenceudvikling som en indikator for, om Tivolis medarbejdere har de rigtige forudsætninger for at levere kvalitet til gæsterne. Tivolis mål er, at medarbejderne oplever, at de er ordentligt klædt på til de opgaver, som de skal løse i Haven.

2013 viser et fald i uddannelseskroner per præsteret arbejdstime. Dette skyldes ikke en nedprioritering af området, som stadig vægtes højt. Udvikling og dygtiggørelse er således nævnt i Tivolis strategi for 2014 - 16 som en forudsætning for at leve op til målet om at være en god, attraktiv og professionel arbejdsplads.

# Evaluering



## MÅLEPUNKT

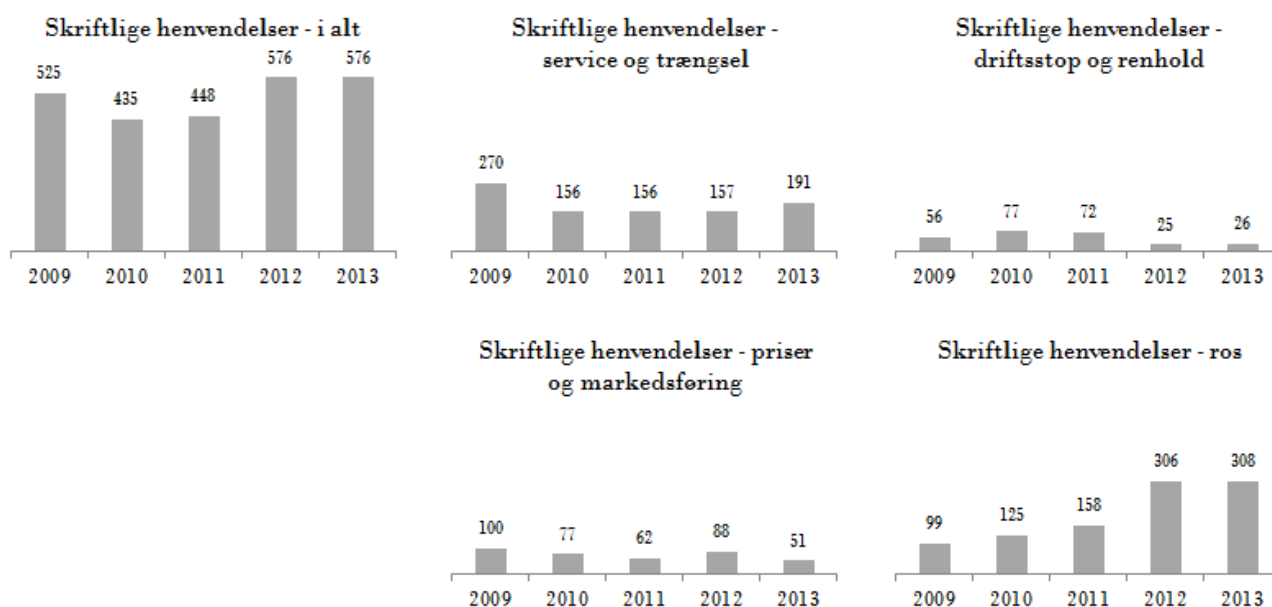
Gæster: Gæsteservice, evaluering.

## EVALUERING

Enhver skriftlig henvendelse til Tivoli vedrørende ris eller ros registreres i et særligt sagsbehandlingssystem, hvorfra disse data er trukket. Kategoriseringen efter emner foretages af de medarbejdere, som håndterer de skriftlige henvendelser.

## UDREGNING

Antal skriftlige henvendelser om ris og ros til Tivoli fordelt på udvalgte emner.



Det samlede antal skriftlige kommentarer fra gæsterne i 2013 var 1.775. Set i forhold til et samlet besøgstal på 4,2 mio. gæster anses det for tilfredsstillende, at der ikke er flere klager vedr. gæsteservice. Som det ses ligger service og trængsel lidt højere i 2013 ift året før. Det var særligt Fredagsrock med Thomas Helmig, hvor Tivoli måtte lukke dørene, fordi Haven var fyldt, der førte til mange henvendelser. Driftsstop og Renhold ligger på niveau med året før. Til gengæld har vi modtaget færre henvendelser vedr. priser og markedsføring - dette skyldes, at vi i 2012 valgte at reducere antallet af ledsagere fra 5 til 4 på Guldkortet. Dette har gæsterne vænnet sig til i 2013, og vi modtager ikke klager vedr. dette længere. Antallet af mails med ros er meget højt lige som året før. Det skyldes, at vi pr. jan. 2012 begyndte at registrere rose-mails modtaget på Nimb spisesteder og hotel.

Målet er fortsat at levere så god kvalitet og service, at der ikke er grund til at klage. Der er fortsat fokus på at løse de situationer, som opstår, på stedet, så gæsten kan forlade Tivoli med et godt indtryk.

---

# Tilfredshed



## MÅLEPUNKT

Gæster: Gæsteservice, tilfredshed.

## TILFREDSHED

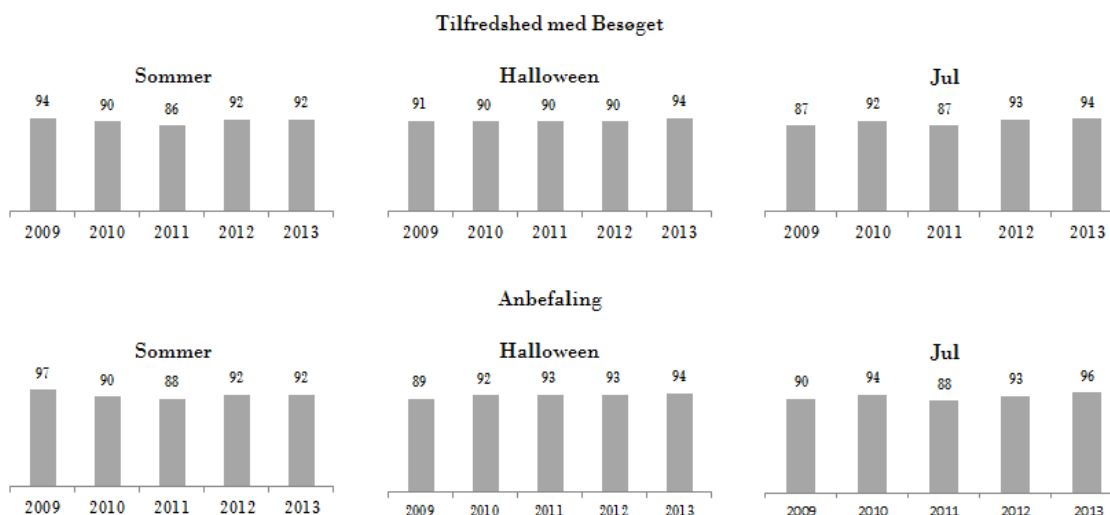
Gæsternes tilfredshed med besøget, og om de finder Tivoli anbefalelsesværdig.

Gæstetilfredsheden måles ud fra svarene i en analyse, hvor kategorien ”tilfredshed med besøget” viser procentdelen af gæster, som har svaret ”tilfredsstillende” eller ”meget tilfredsstillende” på spørgsmålet: ”Hvordan er din samlede bedømmelse af besøget i Tivoli?”

Anbefaling viser, hvor stor en andel har svaret ”vil helt sikkert anbefale” og ”vil sandsynligvis anbefale” andre at besøge Tivoli. Målingerne foretages af et eksternt firma.

## UDREGNING

Procentdel af gæsterne, som er tilfredse med besøget henholdsvis kan anbefale det.



Som udtryk for om Tivoli lever op til sin vision for gæsteoplevelsen, er valgt den samlede tilfredshed med Tivoli-besøget og anbefalingsgraden, som de fremgår af Tivolis exitanalyser, hvor gæsterne bliver interviewet på vej ud af Haven og med efterfølgende online spørgeskema.

#### *Sommer*

I sommersæsonen 2013 er det høje niveau for både tilfredshed og anbefalelsesgrad, som vi så i 2012, fastholdt.

#### *Halloween*

Den ekstra uges Halloween i Tivoli har sammen med udvidede udsmykning og videreudviklingen af Scary Halloween bidraget til en flot udvikling i den samlede tilfredshed, som dels er steget, dels i højere grad er flyttet til meget tilfredsstillende (11 procentpoint stigning). Det samme gør sig gældende for anbefalingsgraden, hvor gruppen, man kunne kalde Tivolis "ambassadører" (dem der helt sikkert vil anbefale), er steget med 9 procentpoint til i alt til 62 %.

#### *Jul*

Udviklingen fra Halloween fortsatte til Jul i Tivoli, hvor Tivolis gæster kvitterede for den øgede udsmykning i Haven. "Ambassadørerne" viste en stigning på 11 procentpoint og de meget tilfredse en stigning på 11 procentpoint.

---

# Kvalitet



## MÅLEPUNKT

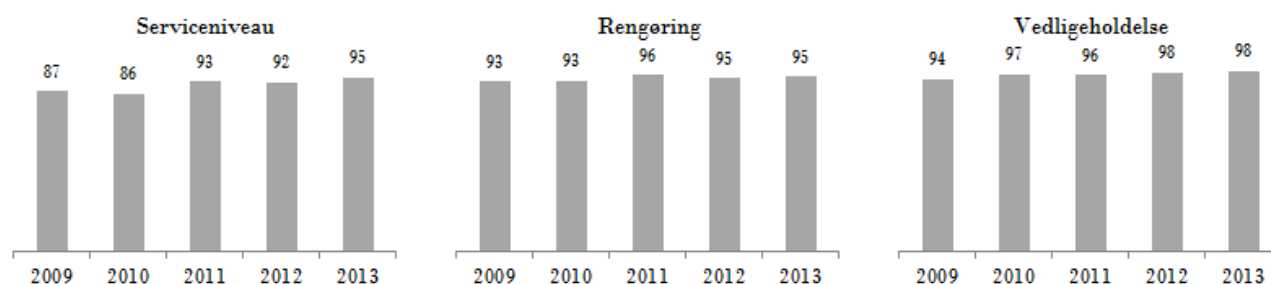
Gæster: Gæsteservice, kvalitet.

## KVALITET

Vurdering af serviceniveau, rengøring og vedligeholdelse. Serviceniveau er defineret som den personlige service, som ydes af Tivolis medarbejdere på alle områder. Rengøring er defineret som den oplevede standard af rengøring, for eksempel på toiletter og på spisesteder. Vedligeholdelse er defineret som den oplevede standard af stier og haveanlæg.

## UDREGNING

Gennemsnitlig vurdering for hele året. 100 er den højeste vurdering. Vurdering foretages af et eksternt firma via mystery shopping.



Målet for mystery shopping i 2013 var et gennemsnit på 95. Der er fin fremgang på alle parametre i forhold til 2012 også på det vanskelige område rengøring. Her er det især en udfordring at følge med, når der er mange gæster, så set i lyset af fremgangen i besøgstallet på 4 % er resultatet på 95,39 særligt tilfredsstillende. De gode resultater kan tilskrives systematisk og rettidig opfølgning på de løbende resultater.

For 2014 har Tivoli defineret en ambitiøs servicestrategi for at bringe den høje gæstetilfredshed op på næste niveau. Der er prioriteret flere ressourcer til serviceudvikling med øget gæstefokus. Vi tilpasser

Tivolis analyse set up og baserer serviceudviklingen på serviceværdikæden og CEM (Customer Experience Management) og arbejder systematisk med servicedesign, gæsterejsen og kvalitetsløft i alle kontaktpunkter. Mystery shopping vil fortsat være central i opfølgningen på dette arbejde.

---



# Fedtreducerede måltider



## MÅLEPUNKT

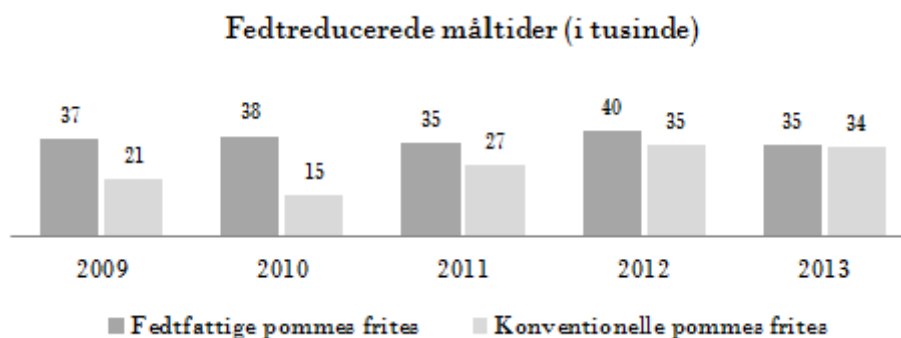
Gæster: Sundhed og helse, fedtreducerede måltider.

## FEDTREDCEREREDE MÅLTIDER

Tilgængeligheden af fedtfattige produkter. Fedtfattige pommes frites indeholder max. 7 % fedt efter stegning på grund af måden, som de tilberedes på.

## UDREGNING

Antal kg solgte konventionelle pommes frites i forhold til kg fedtfattige pommes frites.



Tivoli prioriterer at give gæsterne mulighed for at træffe sundere valg, når de vælger at spise i Tivoli. Derfor kan man i Burger House finde burgermenuer, som er sammensat under vejledning af Hjerteforeningen, så den samlede fedtprocent for måltidet kommer under 30. Der er også mere fiber i måltidet end i en konventionel burgermenu.

Som et udtryk for ønsket om sunde valg til gæsterne rapporteres om salget af fedtfattige pommes frites.

I 2013 har der været en næste ligelig fordeling imellem de fedtfattige og de konventionelle pomme frites, hvilket blandt andet skyldes, at de økologiske pommes frites, der udgør ca. halvdelen (17.493 kg) af mængden af konventionelle pommes frites, ikke findes i en fedtfattig udgave. Fastfoodgæster, der vælger



at spise fish 'n' chips eller økologiske hotdogs får således ikke fedtfattige pommes frites til måltidet. Der vil fortsat blive holdt øje med om der kommer økologiske, fedtfattige pommes frites på markedet.

Målet for 2014 er at fastholde muligheden for at vælge sundere fødevarer i Tivoli.

Tallet for solgte, konventionelle pommes frites i 2012 er rettet efter en kontrolgennemgang af salgshallene.

---

# Økologi



## MÅLEPUNKT

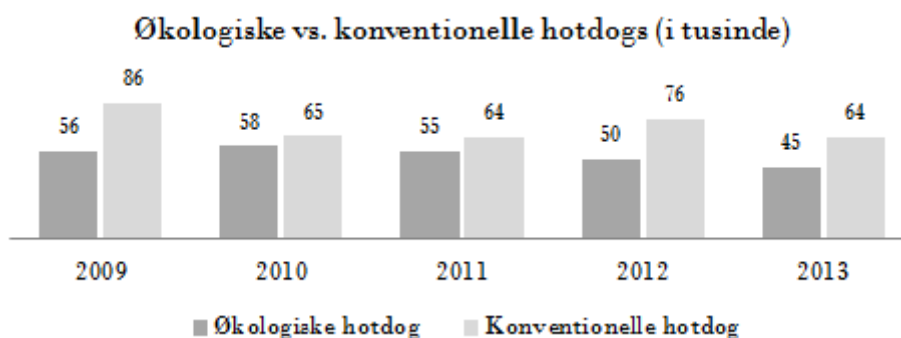
Gæster: Sundhed og helse, økologi.

## ØKOLOGI

De økologiske hotdogs består udelukkende af økologiske produkter.

## UDREGNING

Antal solgte økologiske henholdsvis konventionelle hotdogs.



Det samlede salg af hotdogs er faldet markant, hvilket formodentlig skyldes, at der er flere valgmuligheder inden for billig, hurtig mad i Tivoli end tidligere. Salget af økologiske hotdogs er dog faldet forholdsvis mindre end salget af konventionelle hotdogs.

En af grundene til faldet i salg af hotdogs er, at Tivoli efterhånden tilbyder mange alternativer, for eksempel fish 'n' chips med bronzeøkologisk mærke, hvilket vil sige at 30 – 60 % af produktet er økologisk.

Det er målet fortsat at kunne tilbyde gæsterne økologiske fødevarer.

# Godadgang.dk



## MÅLEPUNKT

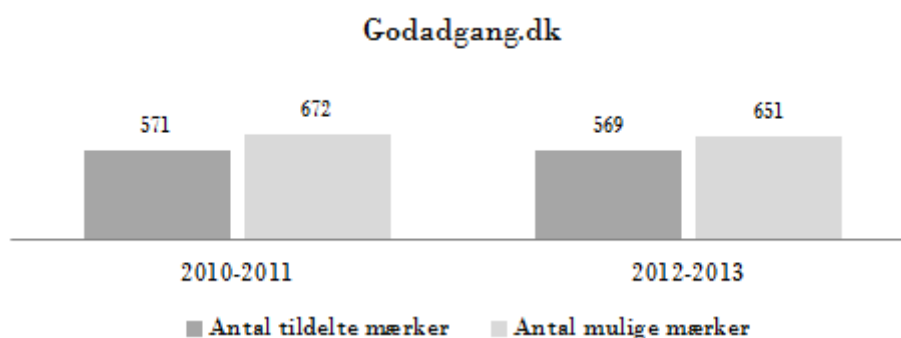
Gæster: Tilgængelighed, Godadgang.dk.

## GODADGANG.DK

Tivoli er medlem af foreningen ”Tilgængelighed for Alle”, der administrerer ”Mærkeordningen for Tilgængelighed”. Mærkeordningen er en kvalitetsmærkeordning, der omfatter syv handicap kategorier med hvert deres behov for tilgængelighed.

## UDREGNING

Antal tildelte henholdsvis mulige mærker.



Tivoli har besluttet, at gennemgang med Godadgang.dk for tildeling af mærker for god adgang finder sted hver andet år. Næste gennemgang finder således sted i 2014. Arbejdet omkring at sikre god tilgængelighed i Tivoli har dog ikke ligget stille af den grund. Således er der etableret handicap toilet på Nimb Bar'n'Grill samt niveaufri adgang for tv-studiet, der letter adgang for handicappede. I det ny område i Det muntre Hjørne er der niveaufri adgang til området og dets haveanlæg.

For Koncertsalen og Glassalen er der aftalt retningslinjer for tegnsprogstolkning i forbindelse med egenproducerede forestillinger.

Målsætningen for 2014 er til stadighed at sikre god tilgængelighed i Tivoli samt udbygge det tværorganisatoriske samarbejde i forhold til de forskellige indsatsområder for de forskellige locationer i Tivoli.

---

# Sygefravær



## MÅLEPUNKT

Medarbejder: Arbejdsmiljø, sygefravær.

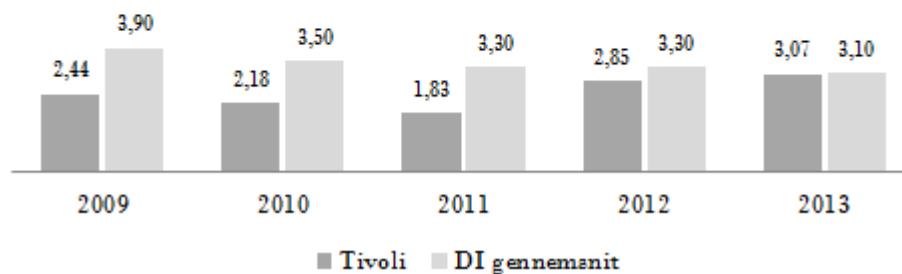
## SYGEFRAVÆR

Medarbejdernes fravær forårsaget af sygdom.

## UDREGNING

Antal sygedage i gennemsnit for Tivolis medarbejdere sammenholdt med landsgennemsnittet, som er målt af DI.

Antal sygedage, gennemsnit (i procent af antal mulige arbejdstimer i året)



Tivolis sygefravær har i en årrække ligget lavere end DI's gennemsnit og gør det fortsat, men nu kun meget marginalt, idet Tivoli ligger på 3,07 og DI's gennemsnit er 3,1. Det er naturligvis ikke tilfredsstillende, at sygefraværet i Tivoli er steget.

Årsagen skal findes i en del langtidssygemeldinger, hvoraf flere skyldes stress. Derfor har HR-afdelingen i samarbejde med arbejdsmiljøorganisationen sat fokus på Stress og Trivsel, blandt andet med en stressguide og uddannelse i emnet til arbejdsmiljøorganisationen.

Undlader man at tage § 56 fraværstimerne med udgør sygefraværsprocenten 3,02.

Målet er at nedbringe sygefraværet til højst 2,6 %.

---



# Sikkerhed



## MÅLEPUNKT

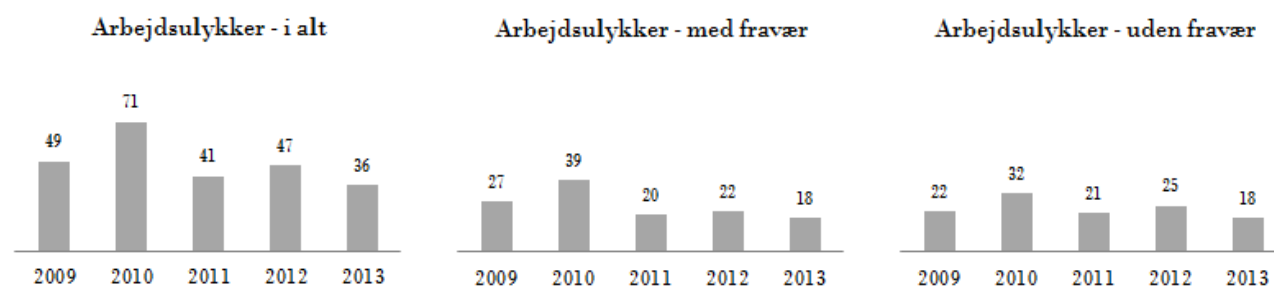
Medarbejder: Arbejdsmiljø, sikkerhed.

## SIKKERHED

En arbejdsulykke er en personskade forårsaget af en hændelse eller påvirkning, der er sket i forbindelse med arbejdet pludseligt eller inden for fem dage.

## UDREGNING

Antal arbejdsulykker med og uden fravær.



Antallet af arbejdsulykker i 2013 faldt med 23 % fra 47 til 36. Halvdelen af ulykkerne var med fravær. Dermed er ulykkesfrekvensen faldet til 14,3 mod 16,7 i 2012. Det er på niveau med DI's senest oplyste gennemsnit.

Forvridninger/forstuvninger, bløddelsskader og sårskader dominerer arbejdsulykkerne, som for hovedpartens vedkommende skyldes adfærdsmæssige forhold.

Tivolis Arbejdsmiljøorganisation har arbejdet intenst med at udbrede sikkerhedsforståelsen i Tivoli. Arbejdet blev styrket gennem en øget inddragelse af en gruppe støttepersoner, der deltager i arbejdsmiljøkurserne og har fokus på arbejdsmiljøet i hverdagen i de enkelte arbejdssituationer. Blandt årets aktiviteter kan nævnes dialog med ledergruppen om ansvar og økonomi i forbindelse med

arbejdsmiljø og en kampagne på intranettet med daglige sikkerhedstips. Også i forbindelse med ansættelsessamtaler er der fokus på arbejdsmiljø.

Lettere procedurer og en mere synlig arbejdsmiljøorganisationen var blandt årets mål. Der er nu etableret elektroniske blanketter til registrering af ulykker og nærved-ulykker, og antallet af arbejdsulykker kan følges på intranettet.

Der er fortsat fokus på, at alle arbejdsulykker bliver registreret. I 2013 er der etableret et tættere samarbejde med Tivolis sygeplejevagt for at sikre, at vi også får registreret de helt små, såkaldte plasterskader. Registreringen af selv de mindste skader er vigtig, da det er forudsætningen for at kunne lave forebyggende arbejde.

Målsætningen for 2014 er at have færre ulykker end i 2013 såvel samlet set som i antallet af ulykker med fravær. Derfor vil der blandt andet blive afholdt en række Sikkerhedsdage i løbet af året.

---



# Trivsel



## MÅLEPUNKT

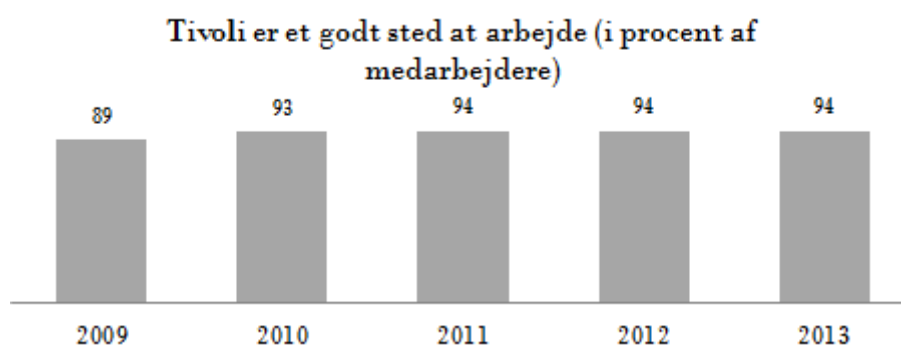
Medarbejder: Arbejds miljø, trivsel.

## TRIVSEL

Medarbejdernes opfattelse af, om Tivoli er et godt sted at arbejde.

## UDREGNING

Procentdel af samtlige medarbejdere, som har svaret ”næsten altid sandt” og ”ofte sandt” på spørgsmålet: ”Alt taget i betragtning synes jeg, at Tivoli er et rigtig godt sted at arbejde” i den årlige trivselsundersøgelse.



Den generelle trivsel i Tivoli er fortsat høj, og medarbejderne er glade for Tivoli som arbejdsplads. Det ses gennem de 94 % positive svar i årets medarbejdertilfredshedsundersøgelse på nøglespørgsmålet, om Tivoli alt i alt er et godt sted at arbejde. Der arbejdes i de enkelte afdelinger på at fastholde dette flotte resultat. Arbejdet foregår lokalt i afdelingerne, hvor der er lagt handlingsplaner for de mest kritiske områder. Alle er indstillet på at forbedre deres resultat og processen følges tæt af HR Udvikling og Tivolis chefgruppe.

I 2013 har Tivoli ikke deltaget i konkurrencen om at blive en af Danmarks bedste arbejdspladser.

Målet for 2014 er at fastholde den høje tilfredshedsgrad på minimum 94 %.

# Forskelsbehandling



## MÅLEPUNKT

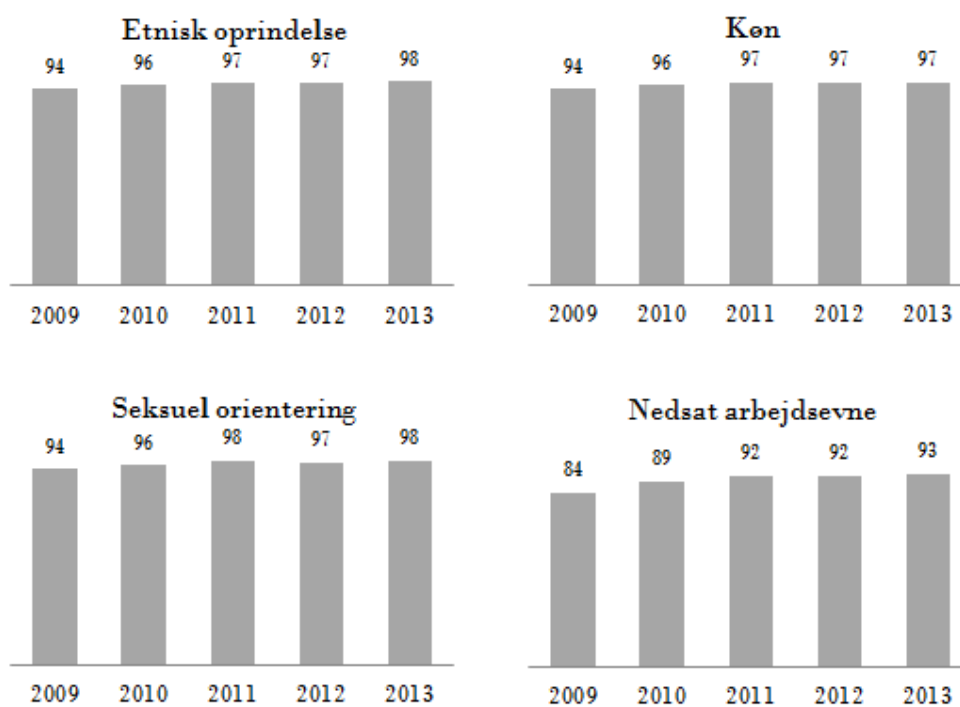
Medarbejder: Mangfoldighed, forskelsbehandling.

## FORSKELSBEHANDLING

Medarbejdernes oplevelse af ligebehandling.

## UDREGNING

Procent af samtlige medarbejderne, som har svaret ”næsten altid sandt” og ”ofte sandt” på spørgsmålet i den årlige trivselsundersøgelse, om hvorvidt medarbejdere i Tivoli bliver behandlet retfærdigt uanset køn, etnisk oprindelse, seksuel orientering og nedsat arbejdsevne.



Tivoli tilstræber mangfoldighed i medarbejdergruppen, så den afspejler samfundet generelt. Som udtryk for, om det også er tilfældet, er der udvalgt en gruppe af fire spørgsmål i MTU, som fortæller om, hvorvidt der forskelsbehandles i Tivoli. Tivoli har i øvrigt underskrevet Københavns Kommunes Mangfoldighedscharter.

Resultatet betragtes igen i år som mere end tilfredsstillende, da niveauet fra 2012 blevet hævet.

Målet er at fastholde det høje niveau.

---

# Ligestilling



## MÅLEPUNKT

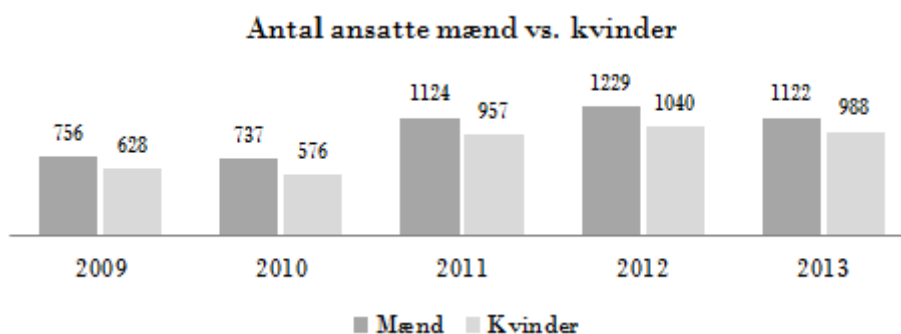
Medarbejder: Mangfoldighed, ligestilling.

## LIGESTILLING

Kønsfordelingen blandt Tivolis ansatte.

## UDREGNING

Antal mandlige henholdsvis kvindelige ansatte. Optællingen omfatter fuldtidsansatte, deltidsansatte og sæsonansatte.



Balancen mellem antallet af ansatte kvinder og mænd anses fortsat for at være passende. Der er ikke behov for at iværksætte særlige aktiviteter på området. Der er færre M/K medarbejdere ansat i Tivoli i 2013 end i 2012. Dette skyldes, at vi har ansat færre tilriggerere end tidligere, ligeledes har vi ansat den samme person i flere forskellige sæsonbetonede stillinger. I første kvartal 2013 har vi ikke haft egenproduktioner af forestillinger i Koncertsalen og Glassalen, hvilket også har reduceret antallet af medarbejdere.

*Det underrepræsenterede køn*

Tivoli ser det som en styrke at have begge køn stærkt repræsenteret på ledelsesniveau, og at dette bibringer merværdi til Selskabets forretning og udviklingen af denne.

I Tivoli er der lige muligheder for mænd og kvinder, og det efterstræbes, at dette ligeledes afspejles i en balance i antallet af mænd og kvinder på alle ledelsesniveauer.

Tivoli udarbejdede i 2013 en politik for det underrepræsenterede køn med henblik på at sikre en balance i antallet af mænd og kvinder på alle ledelsesniveauer. Der arbejdes således med en målsætning om, at hverken mænd eller kvinder i 2017 må være repræsenteret med mindre end 33 % i de øverste ledelseslag, det vil sige bestyrelse, direktion og chefgruppe.

Der afrundes ved opgørelse af antallet af medlemmer af det ene henholdsvis det andet køn ned til nærmeste hele tal. Det samme gælder for måltallet, dvs. at et måltal på 33 % for en bestyrelse med fire generalforsamlingsvalgte medlemmer betyder, at der skal være mindst én af det ene og henholdsvis tre af det andet køn for at måltallet er opfyldt.

#### *Bestyrelse*

I bestyrelsen sidder fire generalforsamlingsvalgte medlemmer, hvoraf en er kvinde. Dermed er måltallet opfyldt.

#### *Direktion*

I direktionen sidder to medlemmer. Begge er mænd, hvorfor måltallet ikke er opfyldt.

#### *Chefgruppen*

I chefgruppen sad 2013 seks henholdsvis syv underdirektører, idet én fratrådte i maj 2013. Ud af de syv og senere seks underdirektører var tre kvinder, hvormed måltallet gennem hele perioden var opfyldt.

---

# Diversitet



## MÅLEPUNKT

Medarbejder: Mangfoldighed, diversitet.

## DIVERSITET

Aldersfordeling blandt Tivolis medarbejdere.

## UDREGNING

Optælling omfatter fuldtidsansatte, deltidsansatte og sæsonansatte. Tallene for 2011 omfatter kun heltidsansatte.



Bemærk at tallene for 2011 kun omfatter heltidsansatte, mens 2011 og frem omfatter alle ansatte.

Tivoli tilstræber, at der er en god aldersspredning blandt medarbejderne. 2013-tallene viser en tilfredsstillende aldersspredning, når man tager højde for, at mange af jobbene er sæsonbetonede og ufaglærte, som typisk besættes af unge under uddannelse.

Tivoli ønsker at holde fast på den givne aldersspredning af flere årsager, således at vi fortsat har en fornuftig aldersfordeling i Tivoli. Som virksomhed modtager vi gæster i alle aldre, derfor syntes vi også at det er vigtigt, at medarbejderstaben favner bredt.

Det samlede antal medarbejdere er faldet en anelse, hvilket skyldes, at vi har genansat den samme medarbejder i flere forskellige stillinger.

---



# Medarbejdergoder



## MÅLEPUNKT

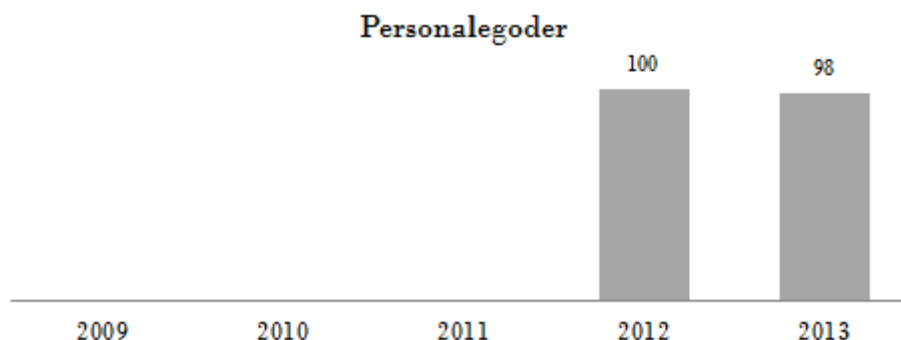
Medarbejder: Sundhed og helse, personalegoder.

## MEDARBEJDERGODER

Aktiviteter, der vedrører medarbejdernes mulighed for at føre en sund livsstil. Dvs omkostninger til afvikling af DHL-stafet, fodboldturnering, helbredstjek, influenzavaccine mm.

## UDREGNING

Indekstal for omkostninger til personalegoder med fokus på sundhed og helse.



Tivoli har i 2013 fortsat haft fokus på sundhed. Ud over de faste traditioner som fodboldturnering og DHL stafet, har der været afholdt en udvidet sundhedsdag, hvor der både var helbredstjek, kostvejledning, smagsprøver på motionsformer, massage og fokus på den mentale sundhed.

Arbejdsmiljøorganisationen har i en periode igangsat "morgengymnastik" for at styrke kroppen og forebygge skader.

I kantinen er der kommet yderligere fokus på sund mad med vegetariske retter, fisk og et varieret udvalg af grøntsager.

På grund af manglende data fra tidligere år har vi været nødt til at fastsætte et nyt Index 100, som er udgifterne til personalegoder med fokus på sundhed i 2012.

# Naboklager



## MÅLEPUNKT

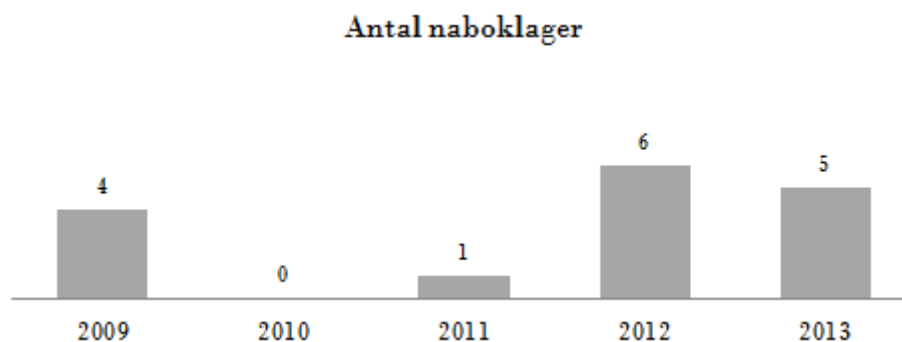
Omverden: Naboskab, naboklager.

## NABOKLAGER

Skriftlige klager fra beboerne i de omkringliggende gader til Tivoli.

## UDREGNING

Antal klager fra naboer.



Tivoli ønsker at være en ansvarlig nabo, hvorfor naboklager over støj fra Tivoli er et målepunkt i CSR-rapporten.

Antallet af klager er faldet med en enkelt klage i 2013 i forhold til 2012. I lyset af det højere gæstetal i 2013 er det meget tilfredsstillende.

Fire af de fem klager er over fyrværkeriet - som naboerne finder støjende sent på aftenen, hvor deres børn sover. I 2012 var klager fra naboerne især over støj fra Fredagsrock, hvilket der ikke er modtaget nogen henvendelser om i 2013.

Nabodialgmøderne, som blev indført i 2012, ser ud til at have den ønskede effekt, og det er målet at opretholde dialogen og et lavt niveau for naboklager.

# Kulturelle traditioner



## MÅLEPUNKT

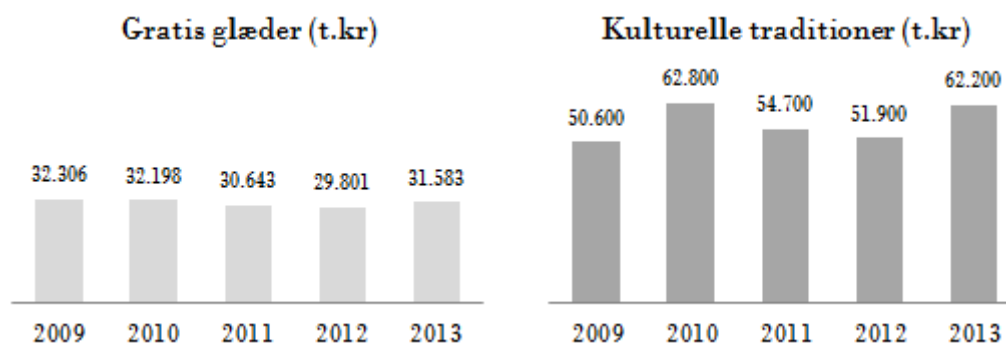
Omverden: Kulturhistorisk bevidsthed, kulturelle traditioner.

## KULTURELLE TRADITIONER

Det er en del af Tivoli-konceptet at have et stort program med kultur og underholdning, for eksempel Pantomime, Tivoli-Garden og Fredagsrock.

## UDREGNING

Segmentrapportering for området Underholdning jf. Tivolis årsregnskab. NB resultatet er negativt.



Der er i år valgt en ny metode til opgørelse af "gratis glæder", og samtidig er overskriften ændret til "kulturelle traditioner". Den hidtidige metode er dog i år vist til sammenligning i grafen Gratis glæder.

Den nye metode viser, i modsætning til den hidtidige, det totale resultat (bemærk, resultatet er negativt) for underholdningsområdet altså også aktiviteter, hvor der ligger indtægter. Hvor der tidligere udelukkende var medtaget aktiviteternes kunstneriske omkostninger, er administrative og produktionsrelaterede omkostninger for området "Underholdning" indeholdt i den nye metode.

I 2013 blev det totale resultat for underholdningsområdet minus 62,2 mio.kr. Resultatet består af indtægter på 17,7 mio.kr. og omkostninger på 79,9 mio.kr. Tallet svinger en del fra år til år, da der kan være stor forskel på både antallet af og økonomien i teaterproduktioner, betalingskoncerter og lignende.

Det er hensigten at bevare et højt niveau af kulturelle traditioner i Tivoli i 2014.

---

# Vedligeholdelse



## MÅLEPUNKT

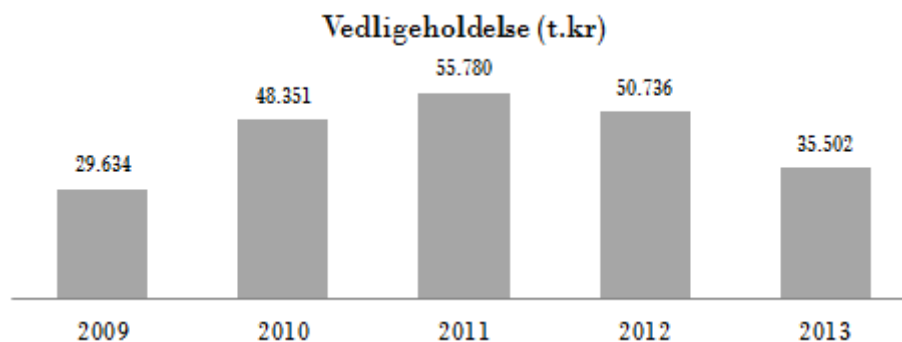
Omverden: Kulturhistorisk bevidsthed, bygninger og anlæg.

## VEDLIGEHOEDELSE

Udgifter til vedligeholdelse af bygninger, haveanlæg og stier i Tivoli.

## UDREGNING

Omkostninger til vedligeholdelse af bygninger, haveanlæg og stier.



Tivolis bygninger og anlæg rummer en historie, der udgør en væsentlig del af forlystelseshavens charme og attraktionsværdi, og det er en historie, der fortsat skrives på, så de kommende generationer også kan finde glæde og adspredelse i Haven. Der investeres derfor et anseeligt beløb hvert år i vedligeholdelsen og udviklingen af netop bygninger og anlæg.

I 2013 var årets nyhed et større forlystelsesområde. Her medgår kun de dele af investeringen, som vedrører bygninger og anlæg og tallet er derfor lavere end tidligere år.

Det er målet fortsat at have en høj standard for vedligeholdelsen af bygninger og anlæg.



## Trafik



### MÅLEPUNKT

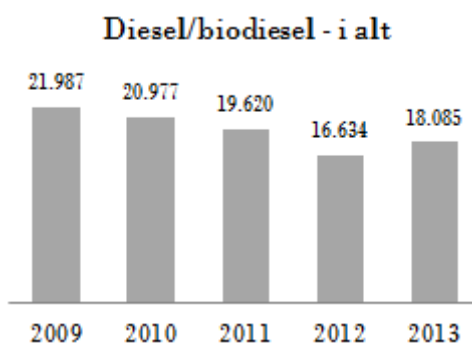
Omverden: Miljø, trafik.

### TRAFIK

Opgørelsen omfatter den interne trafik i Tivoli med Tivolis egne køretøjer.

### UDREGNING

Antal liter diesel henholdsvis biodiesel forbrugt i Tivoli.



I 2012 skiftede Linie 8 drivmiddel fra biodiesel til strøm.

Ud fra et miljø- og arbejdsmiljømæssigt syn, er der ingen tvivl om, at det er et godt tiltag, som reducerer støj-, lugt- og varmegener. Desværre har det vist sig svært at nå at oplade batterierne hurtigt nok til den megen kørsel i højsæsonen. Målet er at få nogle kraftigere batterier, men de er desværre ikke færdigudviklet endnu.

Med hensyn til de ikke eldrevne køretøjer til renhold, renovation og drift i Haven, har det ikke været muligt at finde et mere miljøskånsomt brændstof, da de skal fungere døgnet rundt og på alle årstider. De kører derfor stadig på traditionel diesel. 2013 viser et øget forbrug af diesel på 9 %. Det skyldes dels højere driftsaktivitet, blandt andet til lifte, dels at Tivolis oplagsplads i Tietgensgade er nedlagt (fordi



Københavns Kommune skulle bruge grunden til andet formål). Den nye oplagsplads ligger 1 km væk fra Tivolis matrikel.

Modregnes dieselforbruget med disse aktiviteter ser vi derimod et fald på 8 % i dieselforbruget til vores køretøjer.

Målsætningen for 2014 er at reducere forbruget af dieselolie ved optimering af brug af køretøjer samt registrering af forbrugstyper.

---

# El-forbrug



## MÅLEPUNKT

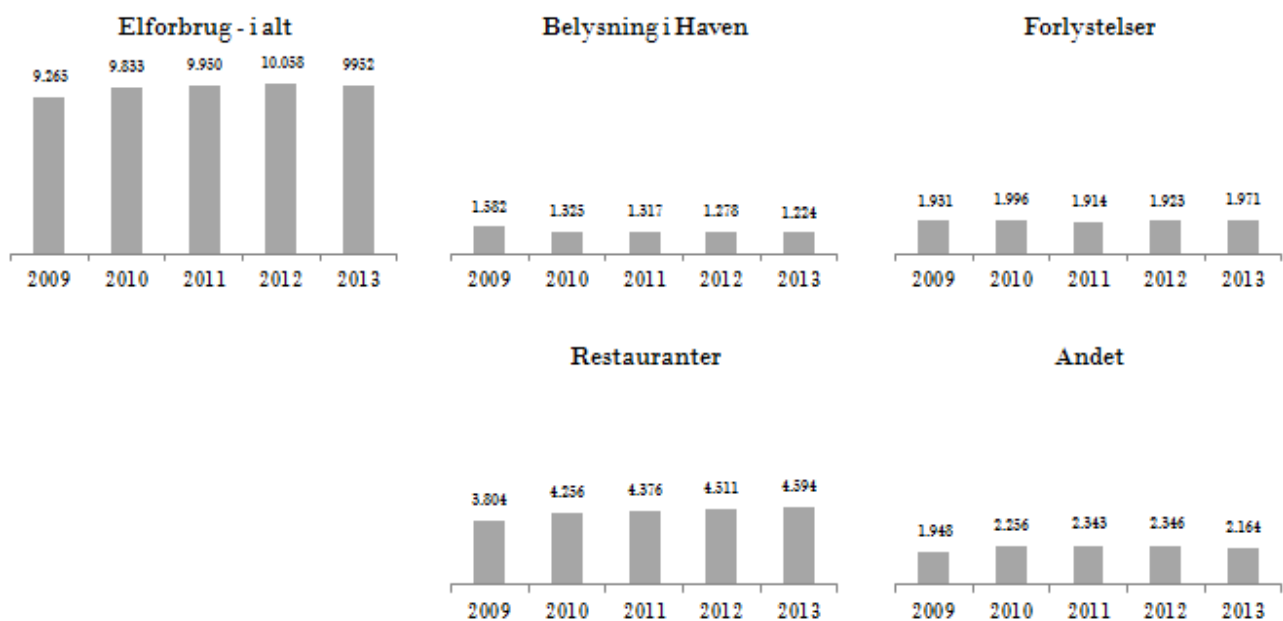
Omverden: Miljø, elektricitet.

## EL-FORBRUG

Målingen af el-forbruget omfatter Tivolis el-forbrug undtagen el-forbruget for de forretninger, som Tivoli bortforpagter.

## UDREGNING

Megawatt forbrugt i Tivoli A/S for hele året.



El-forbruget er afhængigt af Tivolis aktiviteter hen over året. En del af disse er vanskelige at opgøre præcist, da Tivolis elmålere måler for flere forskellige aktiviteter. Men vi kan se, at det går den rigtige vej. Når vi sammenholder elforbruget i 2007 med forbruget i 2013 og modregner de nye aktiviteter, som er kommet til i den mellemliggende periode, er forbruget faldet 14,75 %. Indførelsen af lavenergipærer alene reducerer el-forbruget med 676.000 kWh.

Sammenlignet med 2012 er der et fald i el-forbruget i 2013 på 1 %.

El-forbruget er opdelt i fire hovedkategorier: belysning, forlystelser, restauranter og andet.

Et fald på 54.000 kWh, svarende til 4 %, i kategorien belysning skyldes især den fortsatte implementering af LED-pærer. Faldet skal ses i sammenhæng med et højere aktivitetsniveau i 2013, hvor julebelysningen var øget og sæsonen udvidet med en dag (31. december). I 2013 tilførte vi mere end 9000 LED-pærer, men da en del af pærerne er sat op i løbet af året, har de ikke givet den fulde årlige besparelse. Reelt giver pærerne en reduktion i elforbruget på 138.000 kWh på årsbasis.

El-forbruget til forlystelser steg med 3 % i 2013 i forhold til 2012, hvilket ikke er overraskende, da der er kørt 1,2 mio. flere gæsteture. Det svarer til godt 10 % flere gæster i forlystelserne end året før. Årsagen til, at el-forbruget ikke er steget tilsvarende, skyldes bl.a. at der er kommet ny kompressor i Det gyldne Tårn, og at Dragen holdt stille under Halloween og Jul i Tivoli.

Kategorien restauranter viser en stigning på 2 %. Med 4 % flere gæster i Haven og øget omsætning i forretningerne, en ny isbutik og etablering af 3 suiter på Nimb er det en beskeden stigning i forhold til de øgede aktiviteter.

Det største procentuelle fald er i kategorien andet, der viser et fald på 8 %. I kategorien indgår blandt andet supplerende elvarme, som der har været mindre af.

For kategorierne forlystelser, restauranter og andet gælder det, at der også indgår belysning i de mængder, der måles, da for eksempel Nimbs facadebelysning måles på samme måler som strøm til køkkener og indendørsbelysning.

I 2014 vil der blive arbejdet med energibesparelser på forlystelserne. Desuden fortsætter implementeringen af LED-pærer. LED-pæren, der egner sig til facaderne på Nimb og Koncertsalen, er stadig ikke udviklet, så 2014 vil ikke fremvise et lige så stort fald i forhold til 2007 forbruget, som vi kunne se fra 2012 til 2013, hvor reduktionen var på 3 procentpoint (fra 11,71% til 14,75%).

Målsætningen for 2014 er at reducere el-forbruget, så vi kan se et samlet fald på 15,75 % i forhold til 2007s aktivitetsniveau og dermed en reduktion på et procentpoint i forhold til 2013.

# Affald



## MÅLEPUNKT

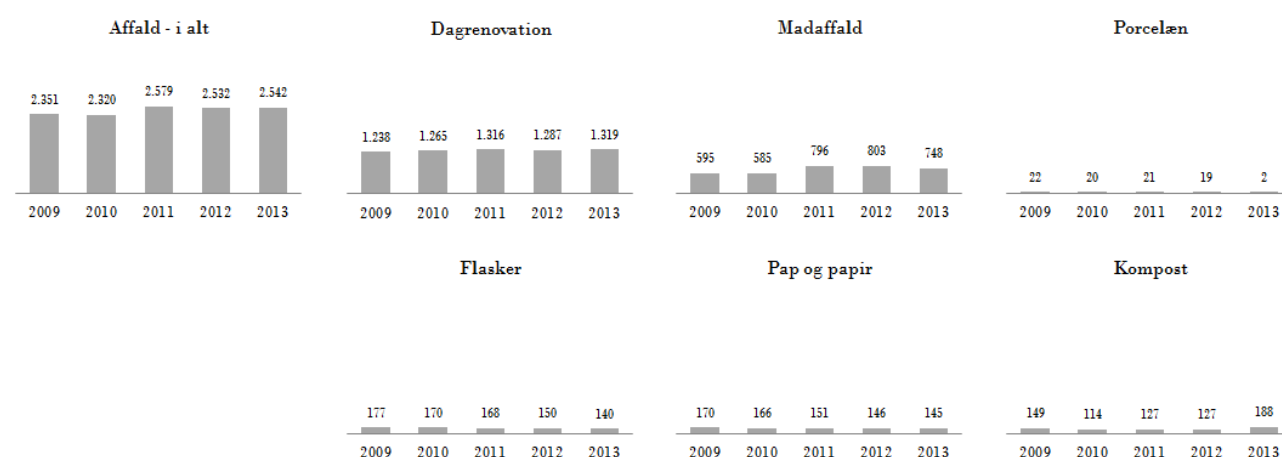
Omverden: Miljø, affald.

## AFFALD

Opgørelsen omfatter gæsterelateret affald, som er de affaldsmængder, der primært produceres som følge af vores gæsters besøg.

## UDREGNING

Ton af bortskaffet gæsterelateret affald i Tivoli pr. år fordelt på kompost, pap og papir, flasker, porcelæn, madaffald og dagrenovation.



Gæstetallet i 2013 steg med 4 % mens den totale affaldsmængde er holdt sig på niveau med 2012. Der vil typisk være en direkte sammenhæng mellem de to tal, men flere års fokus på affaldshåndtering ser ud til at give resultater. Målet for 2014 er at fastholde det fokus og holde den totale affaldsmængde på niveau med eller under den procentuelle ændring af gæsteantallet.

80 % af den samlede mængde affald er dagrenovation og madaffald. Her viser 2013 en stigning på 2 % i dagrenovation, mens madaffald faldt med 7 %. Det ser ud til at spild fra restauranterne er faldet på grund af den øgede omsætning. Men selv om vi kontrollerer dagligt for korrekt sortering kan det ikke helt afvises, at noget madaffald kan være havnet i dagrenovationen.

Flaskefraktionen er faldet med 7 %, især fordi restauranterne er blevet bedre til at frasortere flasker med pantmærke.

Pap og papir udgør også i 2013 6 % af den samlede affaldsmængde. En stigning i papaffald udlignes af et fald i papir, hvilket bl.a. skyldes en større bevidsthed om papirforbrug på kontorer mv.

Procentuelt er komposterbart affald steget mest, nemlig med 48 %, så den udgør 7 % af den samlede affaldsmængde mod 3,5 % i 2012. Det skyldes især flere græskar til Halloween og våde, tunge halmballer, men også kassabelt, særdeles vådt og tungt rullegræs.

I løbet af 2013 er der arbejdet på et projekt, der skal optimere og lette affaldssortering i 2014, og det forventes, at det står klar til åbning af sommersæsonen 2014.

---

# Genbrug



## MÅLEPUNKT

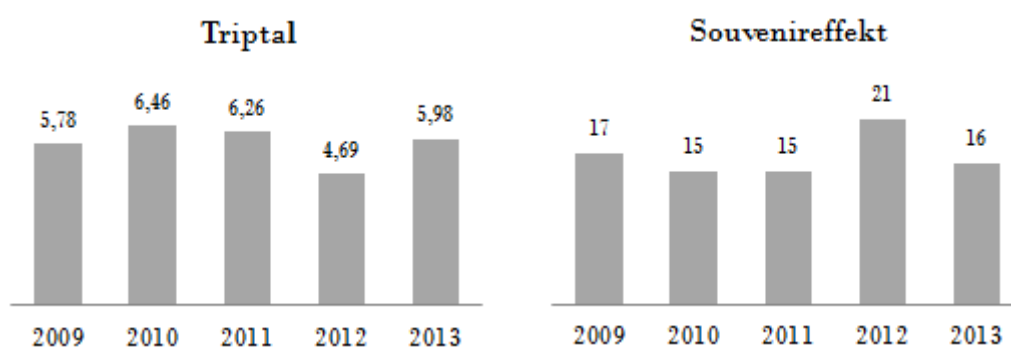
Omverden: Miljø, genbrug.

## GENBRUG

Opgørelsen omfatter genbrugsbægre til alle former for drikkevarer, der serveres i Tivoli, og som må tages med ud i Haven.

## UDREGNING

Triptal: Gennemsnitligt antal gange et bæger genbruges. Souvenireffekt: Pct. af bægre der forsvinder ud af Haven.



I 2013 blev hvert genbrugsbæger brugt seks gange i gennemsnit, og ca. hver sjette bæger forsvandt ud af systemet. Dermed er det, vi betegner som souvenireffekten tilbage på niveauet fra 2011 efter en stigning i 2012. Udviklingen er selvsagt en fordel for miljøet: jo flere gange et bægere genbruges jo bedre.

Omsætningen af bægre i Haven i 2013 adskilte sig markant fra 2012 ved, at over 1,1 mio. bægre blev vasket mod godt 990.000 i 2012. Stigningen på 14 % er markant højere end det øgede gæstetal i 2013 på 4 %. Det øgede salg af drikkevarer tilskrives den varmere sommer og især salg under Fredagsrock.

I 2013 gav FORCE Technology en Livscyklusvurdering - screening (LCA-screening), hvor bægre i Tivolis genbrugsbægersystem blev sammenlignet dels med bioplastbægre af majs, der efter endt brug gik til termisk forgasning eller bioforgasning, dels med to forskellige typer engangsbægre af plast, der efter endt brug gik til forbrænding.

LCA-screeningen viste, at Tivolis genbrugsbægersystem miljømæssigt er klart den bedste løsning sammenlignet med de fire bægertyper og den efterfølgende behandling af disse forudsat, at de fire bægertyper kun anvendes én gang, før de bliver bortskaffet som affald. Undersøgelsen viste, at selvom der nu er kommet bioplastbægre på markedet, kan Tivolis genbrugsbægersystem med plastbægre stadig klare sig rent miljømæssigt.

Undersøgelsen er blevet til på baggrund af tal fra 2011, men da de ligger på niveau med tallene for 2013, kan vi stadig konkludere, at Tivolis genbrugsbægersystem er miljømæssigt bedre, end hvis vi anvendte de mest miljøskånsomme engangsbægre enten af bioplast eller almindelig plast.

Et af målene for genbrug var at holde fokus på vand- og elforbruget i forbindelse med håndtering af bægrene. 2013 viser et mindre fald på vandforbruget per bæger på godt 1 % i forhold til 2012. I 2013 har vaskeriet også har været brugt til andre formål end vask af Tivolis genbrugsbægre. Vandforbruget til disse opgaver er ikke udskilt fra det samlede årlige vandforbrug, så det faktiske fald i vandforbrug til vask per bæger er større. I 2014 vil andet vandforbrug blive skilt ud, så vi kan få det nøjagtige vandforbrug per bæger for Tivolis egen bægerhåndtering.

Elforbruget per bæger for 2013 er uforandret i forhold 2012, dog med de samme forbehold som ovenfor for anden brug af vaskeriet.

Målet i 2014 er at minimere såvel elforbrug som vandforbrug per bæger.

---

# Velgørenhed



## MÅLEPUNKT

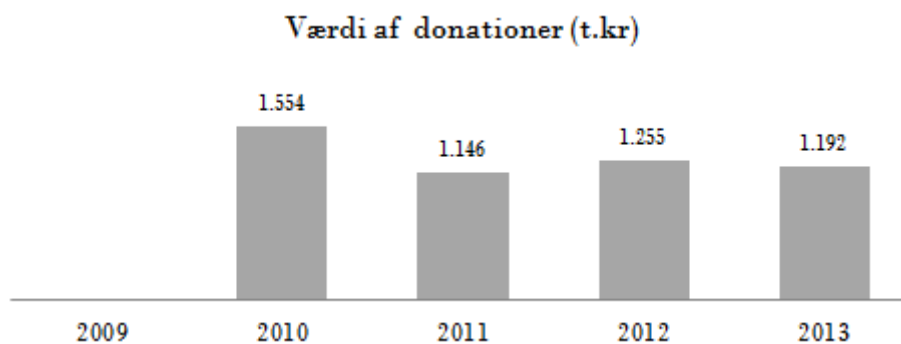
Omverden: Velgørenhed.

## VELGØRENHED:

Tivoli donerer hvert år et antal sponsorater, som er gratis ydelser i form af entrébilletter, Turpas, udlån af sale mm.

## UDREGNING

Værdi af donationer (fribilletter, Turpas mm.)



Tivoli donerer hvert år et stort antal billetter, Turpas og andet til udsatte børn.

I 2013 indgik Tivoli en partnerskabsaftale med Dansk Røde Kors, ligesom der også er doneret billetter til Knæk Cancer-indsamlingen, Rynkebyløbet, Danmarks Indsamling og Børnehjælpsdagen.

Som varslet i 2012 vil CSR-rapporten fremover vise værdien af donationer frem for antallet. Til sammenligning skal det dog oplyses, at antallet af donationer i 2013 var 461 mod 395 i 2012.

Værdien af donationerne ligger i niveau med tidligere år, og det er hensigten at blive i dette niveau fremadrettet.