



CSR-rapport 2015

Indhold

Om Tivolis CSR-rapport	3
Driftsstop	8
Uddannelse	9
Evaluering	11
Tilfredshed	13
Kvalitet	15
Fedtreducerede måltider	17
Økologi	19
Godadgang.dk	21
Sygefravær	23
Sikkerhed	25
Trivsel	27
Forskelsbehandling	28
Ligestilling	30
Diversitet	32
Medarbejdergoder	34
Naboklager	35
Kulturelle traditioner	36
Vedligeholdelse	38
Trafik	39
El-forbrug	41
Affald	43
Genbrug	45
Velgørenhed	47

Om Tivolis CSR-rapport

CSR 2015 er samfundsansvarsredegørelsen iht. Årsrapportloven (ÅRL) § 99a.

Denne rapport er Tivolis syvende rapport om Corporate Social Responsibility (virksomheders samfundsansvar), og den følger stort set samme opbygning som tidligere års rapporter.

Det er vigtigt for Tivoli, 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 for eksempel med nedbringelse af elforbruget, driftsstop og arbejdsulykker, mens HR har ansvaret for de løbende forbedringer af medarbejdertrivslen 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 en medarbejder i Brand & Kommunikation.

CSR-året i sammenfatning

Arbejdet med forbedringer inden for de områder, Tivoli medregner under samfundsansvar (CSR) viser en god udvikling på langt de fleste områder.

Tivolis gæster giver igen topkarakterer for den kvalitet og service, forlystelseshaven leverer. Det ses såvel på tilfredshed og anbefalingsgrad i exitanalysen blandt Havens gæster, som på rapporterne fra Tivolis mystery shoppers og på antallet af skriftlige klager. Også opptiden på Tivolis kørende forlystelser viser en forbedring af et i forvejen godt resultat.

Sikkerhedsorganisationen i Tivoli har godt fat om arbejdsmiljøet. Paradoksalt nok fører det stærke fokus på arbejdsmiljøet til et højere antal indberettede arbejdsulykker, da selv de mindste skader anmeldes. Der er dog nedgang i antallet af fraværsdage i forbindelse med arbejdsulykker, hvilket indikerer en positiv udvikling. Den forebyggende indsats på området fortsætter derfor på fuld kraft.

Det gennemsnitlige sygefravær blandt Tivolis medarbejdere er steget lidt, og der er allerede sat ind med en række tiltag, der skal nedbringe sygefraværet til det ønskede niveau.

I 2015 har der været fortsat fokus på energibesparelser. 59 % af den reduktion i el-forbruget, som er sat som mål i Tivolis og DONG Energys klimapartnerskab, er opnået. Foruden skiftet fra traditionelle glødepærer til LED, hvor nu næsten 32.000 pærer er skiftet, er der også gjort en stor indsats med hensyn til Tivolis ventilationsanlæg.

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, uddannede hjælperøgdykkere 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 belægningerne – 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 Sikkerhedsorganisationen, 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 til den enkelte, blandt andet igennem flexjobs og § 56-jobs (medarbejdere med forhøjet fraværsrisiko pga. kronisk sygdom).

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 korrupsion og bestikkelse. For at undgå mistanke om korrupsion, er der nedfældet en gavepolitik, ligesom der i Tivolis indkøbspolitik er fastlagt regler for samhandel med personer, der står en nær, for eksempel familie eller venner.

Driftsstop



MÅLEPUNKT

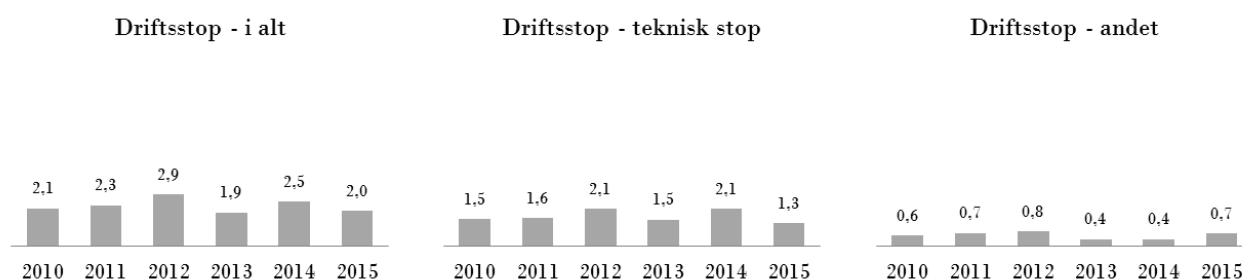
Gæster: Gæsteservice, kvalitet.

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.



Målet om at holde driftsstop i 2015 på et lavere niveau end 2014 og gerne også niveauet for 2013 blev indfriet, selv om vi til tider var ramt af dårligt vejr, specielt regn og kraftig blæst.

Den tekniske nedetid blev væsentligt reduceret blandt andet på grund af en større renovering af Monsunen, fokus på gentagne udfald på den enkelte forlystelse og ikke mindst en fælles indsats fra alle tekniske afdelinger om at holde forlystelserne kørende på en god og sikker måde.

Til trods for det regnfyldte vejr under Halloween og Jul i Tivoli lykkedes det at holde den høje opetid.

Målet for 2016 er at holde nedetiden på forlystelserne under 2,0 % af den samlede køretid.

Uddannelse



MÅLEPUNKT

Gæster: Gæsteservice, kompetenceudvikling.

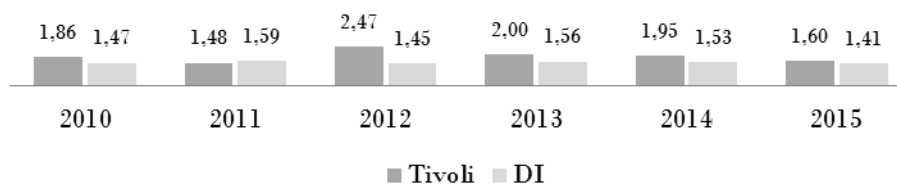
UDDANNELSE

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



Det er Tivolis mål, at medarbejderne til hver en tid har kompetencerne til at udføre deres arbejde, og kompetenceudvikling er et fokusområde for opfølgning på årets medarbejdertilfredshedsundersøgelse. Alle uddannelsesaktiviteter er vægtet i forhold til, at de skal skabe værdi hos medarbejderen og dermed også hos gæsterne og virksomheden. Derfor har Tivoli udviklet diverse interne uddannelser, blandt andet en lederuddannelse, et lederakademi og en række it-kurser.

Faldet i uddannelseskroner pr. præsteret arbejdstime skyldes blandt andet, at HR-afdelingens medarbejdere har solid undervisnings erfaring, så vi ikke i samme grad har behov for at benytte os af eksterne ressourcer. Vi prioriterer så vidt muligt at benytte interne undervisere, for på den måde sikrer

vi, at undervisningen er fagnær og relevant og tager hensyn til de særlige udfordringer, deltagerne møder i deres hverdag.

Målet for 2016 er at fastholde et højt niveau for kompetenceudvikling, samt at øge kendskabet hos medarbejderne til de uddannelsesmuligheder, Tivoli tilbyder.

Evaluering



MÅLEPUNKT

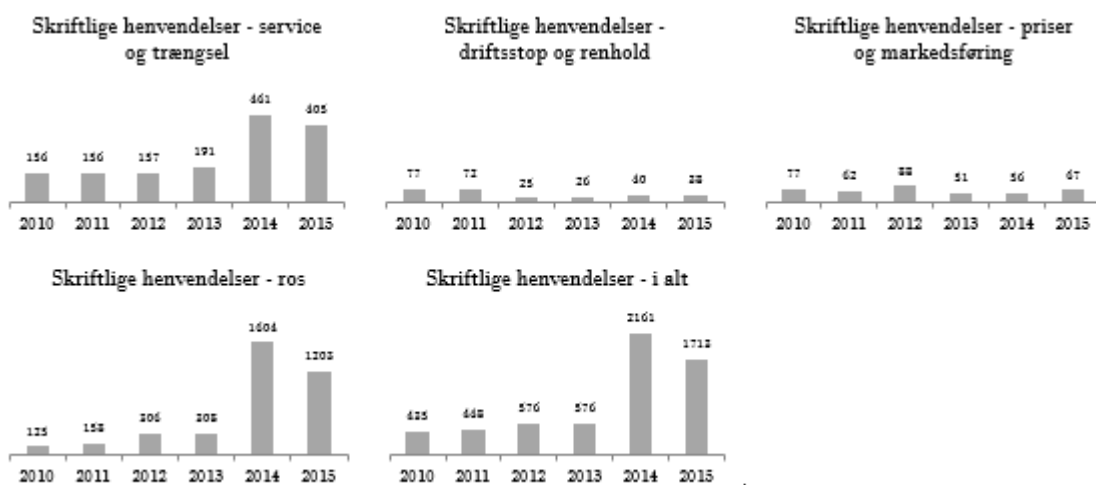
Gæster: Gæsteservice, evaluering.

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.



Siden 2014 har statistikken over gæstehenvendelser også indeholdt statistikken for Nimb, der ejes og drives af Tivoli. På Nimb bliver alle gæster opfordret til at evaluere deres besøg, hvilket giver en markant forøgelse i antallet af skriftlige henvendelser. Sammenlignes 2014 med 2015 er der imidlertid sket et stort fald i antal skriftlige henvendelser, desværre primært hvad angår ros. Den dalende mængde ros er ikke ensbetydende med et stigende antal klager, idet antallet af klager er faldet fra 557 i 2014 til 510 i 2015.

Klager over personlig service eller trængsel i Haven er især koncentreret om store koncertaftener som for eksempel Snoop Dogg-koncerten i juli 2015.

Inden for driftsstop og renhold er hovedparten af klagerne vedrørende forlystelser, der ikke kørte. Kun fem klager drejer sig om manglende rengøring mod 22 i 2014.

Klager over priser og markedsføring kom især omkring sommersæsonens begyndelse, og drejede sig om hjemmesiden, der fik nyt design. Gæsterne skulle tilsyneladende blot vænne sig til det nye design, for klagerne ophørte i løbet af sæsonen.

Tilfredshed



MÅLEPUNKT

Gæster: Gæsteservice, tilfredshed.

TILFREDSHED

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

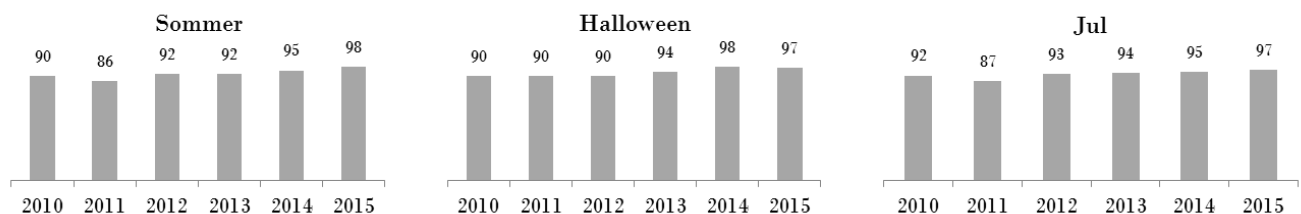
Gæstetilfredsheden måles ud fra svarene i en analyse, hvor kategorien ”tilfredshed med besøget” viser procentdelen af gæster, som har svaret ”tilfredsstillende” eller ”meget tilfredsstillende” på spørgsmålet: ”Hvordan er din samlede bedømmelse af besøget i Tivoli?”

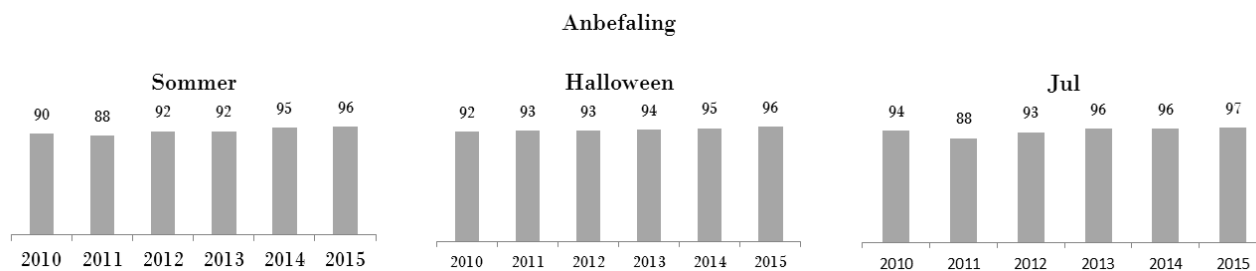
Anbefaling viser, hvor stor en andel har svaret ”vil helt sikkert anbefale” og ”vil sandsynligvis anbefale” andre at besøge Tivoli. Målingerne foretages af et eksternt firma.

UDREGNING

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

Tilfredshed med Besøget





Det er en del af Tivolis strategi at have en høj, international standard for kvalitet og service. Som et udtryk for, om Tivolis gæster oplever, at det er tilfældet, er valgt to punkter fra Tivolis tilbagevendende exit-analyse: tilfredsheden med besøget og anbefalingsgraden.

På tværs af sæsonerne ses en stigning i både tilfredshed og anbefalingsgrad til de højeste niveauer i den periode, hvor undersøgelsen har været gennemført. Det er ligeledes lykkedes at øge andelen af gæster i kategorierne ”Meget tilfredsstillende” og ”Vil helt sikkert anbefale” på tværs af alle tre sæsoner.

For sommersæsonen 2015 er andelen af gæster i kategorien ”Vil helt sikkert anbefale” steget til 64 % mod 60 % i sommersæsonen 2014. Samme positive udvikling ses på andelen af gæster, der kategoriserer deres besøg som ”Meget tilfredsstillende”, der er steget med hele 19 procentpoint til 59 %.

Samme positive udvikling ses på Halloween og Jul i Tivoli, hvor andelen af gæster, der er flyttet fra kategorien ”Tilfredsstillende” til ”Meget tilfredsstillende” ligeledes er steget med 19 procentpoint.

En anden måde at måle på er Net Promoter Score, NPS. NPS definerer gæster som ’promoters’ – altså gæster, der kan forventes at tale positivt om Tivoli – eller ’detractors’ – gæster, der muligvis taler negativt om Tivoli. Mellem de to grupper findes en gruppe ’passive’ – neutrale – gæster, der ikke formodes at ytre sig hverken for eller imod. Promoters bliver de gæster, der på en skala fra 0 – 10 vurderer servicen til 9 eller 10. For Tivolis medarbejdere er ’10er-oplevelser’ blevet en daglig målestok for, hvordan god service skal være.

Net Promoter Score for den samlede oplevelse af Tivoli-besøget har været støt stigende, og var i 2015 77 % for hele året mod 72 % i 2014.

Målet er at fastholde de høje tilfredshedsniveauer.

Kvalitet



MÅLEPUNKT

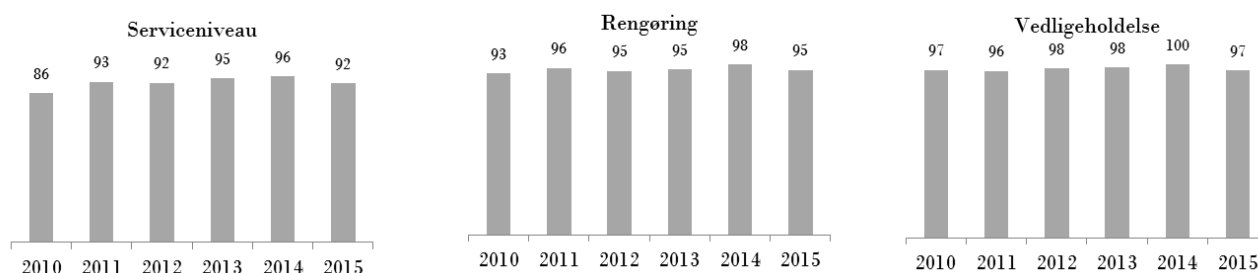
Gæster: Gæsteservice, kvalitet.

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. Vurderingen foretages af et eksternt firma via mystery shopping.



Tivolis kvalitetskontrol i form af mystery shoppers blev ændret i 2015. Det skyldes, at Tivoli ofte fik mystery shopper-resultater på - eller tæt ved - topkarakteren 100. Det er naturligvis positivt, men det gør det også vanskeligt at lave serviceforbedringer, at man ikke kan måle resultatet af sine tiltag. Derfor blev barren sat højere i 2015, så det blev sværere at score toppoint.

Set i lyset af dette giver det god mening, at resultaterne er dårligere end i 2014, og resultaterne fra 2015 vurderes som tilfredsstillende. Målsætningen om at ligge på 95% eller højere er uændret. Derfor er der planlagt en række aktiviteter i løbet af første kvartal 2016 for at prioritere gæstefokus og service hos

Tivolis medarbejdere. Blandt andet arbejdes der videre med CEM, Customer Experience Management, og de enkle regler for personligt ansvar for god service, som Tivoli har implementeret.

At sikre en kontinuerligt høj kvalitet kræver dels fokus på den enkelte medarbejders arbejdsfunktion, dels et fælles ansvar for Havens udtryk og gæstens oplevelse. Af netop den grund handler mange af de kommende aktiviteter om tværfaglighed, beføjelser og råderum samt service recovery, altså det at vende en dårlig oplevelse til en god.

Fedt reducerede måltider



MÅLEPUNKT

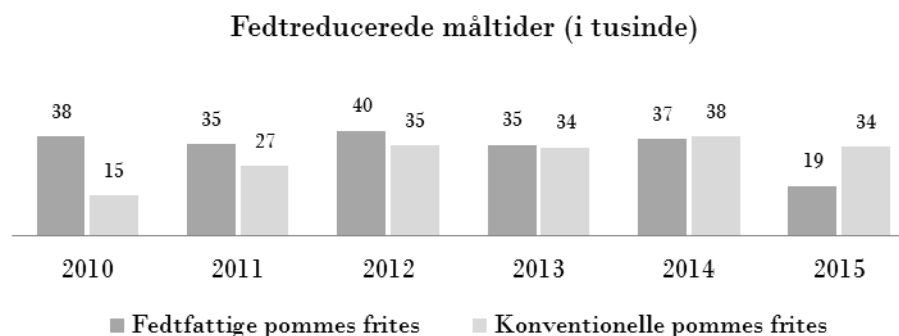
Gæster: Sundhed og helse, fedt reducerede måltider.

FEDTREDUCEREDE MÅLTIDER

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

UDREGNING

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



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

Burger House valgte i 2015 at satse mere på den klassiske smagsoplevelse og her blev fedt reducerede pommes frites udskiftet med konventionelle pommes frites, hvilket er forklaringen på faldet af fedtfattige pommes frites fra 2014 til 2015.

Vi bestræber os på at kunne tilgodese flest mulige gæster, og da vi har oplevet en øget efterspørgsel efter økologi generelt, har vi valgt at tilføje økologiske pommes frites, således at vi har både fedt reducerede, konventionelle og økologiske pommes frites. Salget af økologiske pommes frites i 2015 er 19.290 kg. Det samlede salg af henholdsvis fedt reducerede og økologiske pommes frites er på i alt 38.468 kg, hvilket er

en stigning i forhold til de rent fedtreducerede i 2014, mens vi ser et lille fald i de konventionelle pommes frites med et samlet salg i 2015 på 34.251 kr. Heraf kan vi udlede, at vores gæsters præference for alternativer til de konventionelle pommes frites er stigende.

Vores fokus for 2016 er på fortsat at højne kvaliteten og kunne tilbyde et udvalg, som tilfredsstiller alle typer gæster.

Økologi



MÅLEPUNKT

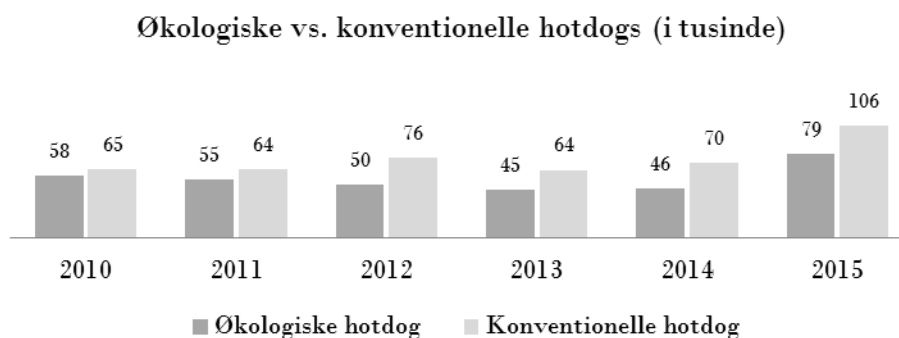
Gæster: Sundhed og helse, økologi.

ØKOLOGI

Som et udtryk for, om Tivoli lever op til sin politik om at give gæsterne sunde alternativer inden for F&B er valgt antallet af solgte økologiske hotdogs. De økologiske hotdogs består udelukkende af økologiske produkter.

UDREGNING

Antal solgte økologiske henholdsvis konventionelle hotdogs.



Vi har fastholdt salget af økologiske hotdog i 2015 samt set en stigning i salget af økologiske pølser solgt enkeltvis i Hotdog Corner og Krageborgen. Salg af konventionelle hotdogs er steget fra 2014 til 2015. Følgende faktorer kan forklare det øgede salg: Det høje gæstetal i Haven generelt samt til store koncerter har haft en positiv indvirkning på salget af konventionelle hotdogs. Restauranterne har på de store dage været fyldt til maksimal kapacitet, hvilket har fået flere gæster til at søge mod fastfood, og konventionelle hotdogs i særdeleshed, som det hurtige alternativ.

I forbindelse med økologi er det værd at bemærke, at Fish 'n' Chips har fået Det Økologiske Spisemærke i bronze. Når 30-60 procent af en forretnings indkøb af føde- og drikkevarer er økologiske, kan et spisested få tildelt Det Økologiske Spisemærke i bronze. Tivoli har desuden et tæt samarbejde med leverandøren Faber Brød om udvikling af leverancer til både fastfood og restaurationer. Faber Brød leverer udelukkende økologiske produkter, og stod i 2015 for størstedelen af Havens brødleverancer.

Vores mål for 2016 er generelt at øge tilgængeligheden af økologiske produkter i Haven. Vi er i dialog med flere nye leverandører, som alle kendetegnes ved at have primært økologiske produkter i høj kvalitet. Specifikt har vi indledt et samarbejde med en ny isleverandør, og der arbejdes med leverandører af økologiske produkter blandt andet inden for mejeriprodukter og kød.

Godadgang.dk



MÅLEPUNKT

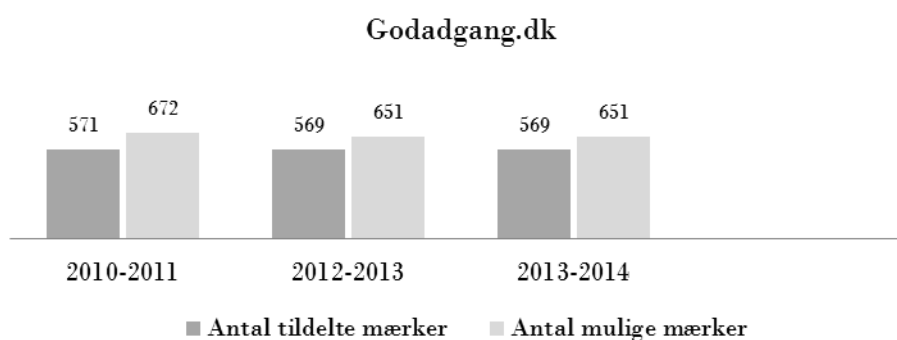
Gæster: Tilgængelighed, Godadgang.dk.

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 sit behov for tilgængelighed.

UDREGNING

Antal tildelte henholdsvis mulige mærker.



Den næste registrering af godadgang.dk finder sted i foråret 2016. Den seneste registrering er fra 2012.

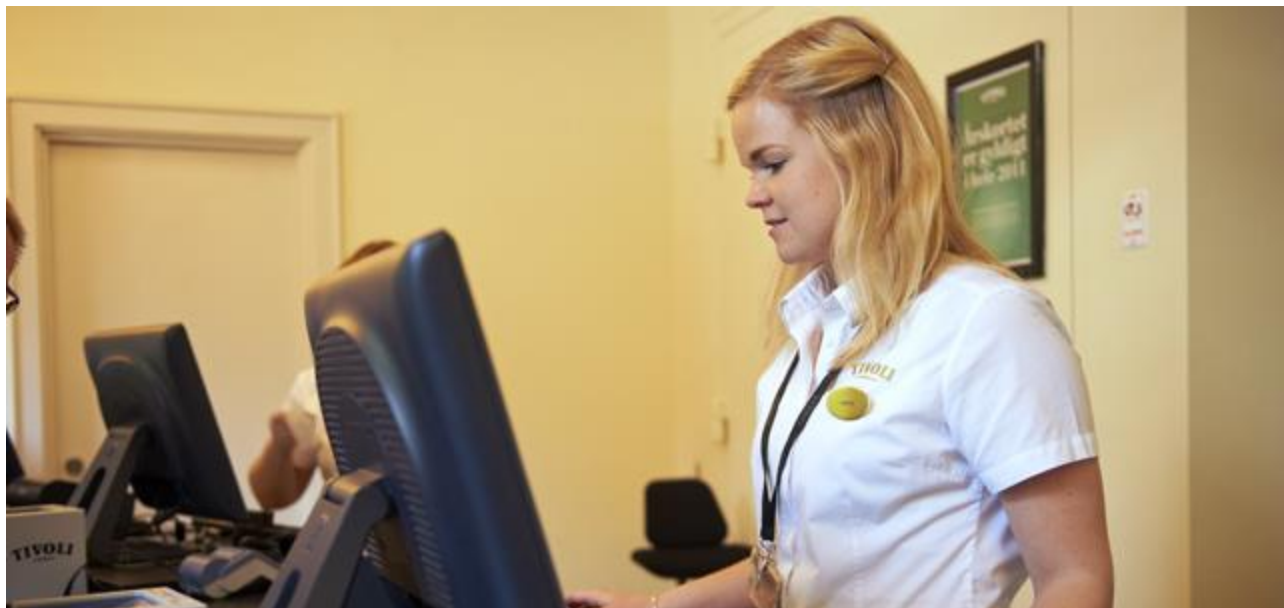
Tivoli søger hele tiden at optimere forholdene for gæster med funktionsnedsættelser.

I 2015 blev det muligt at komme uhindret til Box Office for at købe billetter til koncerter, forestillinger med mere ved at gå gennem Tivoli. Andre projekter er Tivoli Gavebutik, der fik forbedret tilgængelighed gennem en tilretning af belægningen. Boderne til halloween og jul fik monteret ramper, hvor det var muligt. Der arbejdes på at sænke gulvene generelt i alle boder.

Tivolis restauranter kunne tilbyde bispising af gæster med fødevareintolerance. Der er udviklet retter, der tilgodeser de 13 mest udbredte fødevareallergityper.

Skiltningen i Tivoli har fået forbedret læsbarhed med en væsentlig større og mere læsbar font. Der arbejdes på at højne tydeligheden i skiltningen yderligere gennem opdatering af piktogrammer.

Sygefravær



MÅLEPUNKT

Medarbejder: Arbejdsmiljø, sygefravær.

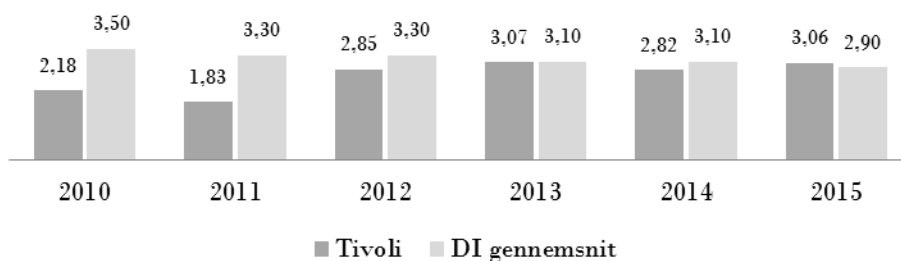
SYGEFRAVÆR

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)



For første gang i en årrække ligger Tivolis sygefravær over gennemsnittet for DA-området opgjort på DI's hjemmeside. Tivolis mål om at nedbringe sygefraværet til 2,8 i 2015 er ikke nået.

Der har i sidste halvdel af 2015 været en stigning i langtidssygemeldinger, ligesom Tivoli beskæftiger

flere medarbejdere med øget fraværslisiko på grund af længerevarende eller kronisk sygdom (§ 56-aftaler).

Det forhøjede sygefravær betyder, at vi i 2016 fokuserer yderligere på forebyggelse af og opfølgning på sygefravær med henblik på at få sygefraværet bragt ned.

Sikkerhed



MÅLEPUNKT

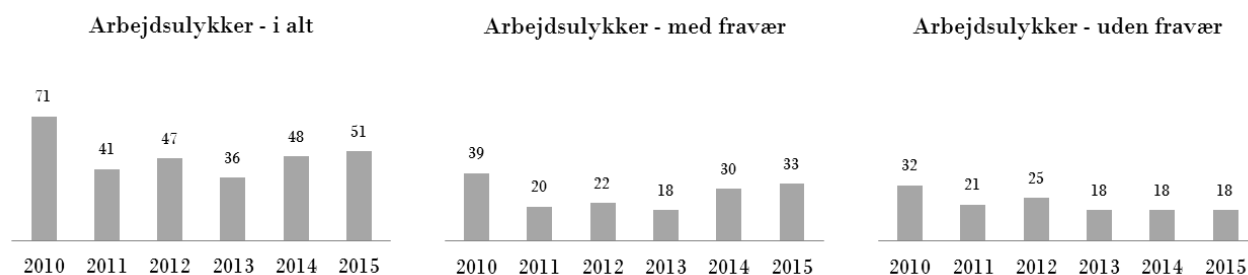
Medarbejder: Arbejdsmiljø, sikkerhed.

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 er steget med 6 % fra 48 i 2014 til 51 i 2015. Positivt er det, at en ulykke med fravær i 2015 gennemsnitligt gav 9,5 fraværdsdage mod 10,7 i 2014. Til sammenligning er DI's gennemsnit for en ulykke med fravær 14,1 dag (2014). 15 ud af 33 ulykker med fravær havde et fravær på mellem 1 og 3 dage.

Ulykkesfrekvensen er den samme som i 2014, nemlig 20,4. Til sammenligning er gennemsnittet for alle brancher hos DI 12,9 (2014).

I 2015 så vi en halvering i antallet af såkaldte alvorlige ulykker i forhold til 2014. Antallet gik fra seks til tre ulykker. Kun en enkelt ulykke havde fravær på over fem uger. To af ulykkerne var mindre brud i henholdsvis finger og fod, og den tredje skyldtes et overanstrengt knæ med lang tids fravær til følge.

Typen af ulykker fordelte sig som tidligere år med langt hovedparten på bløddelsskader, slag og forvridninger/forstuvninger.

Et kig på i hvilke arbejdsfunktioner skaderne skete viser et fald inden for den gruppe, der omfatter kontrollører og servicemedarbejdere, mens der ses en voldsom stigning af anmeldte ulykker på Nimb. Begge udfald vurderes som resultatet af et vedvarende arbejde for øget sikkerhedsforståelse hos medarbejderne, hvor forebyggende tiltag har været med til at reducere antallet af ulykker nogle steder, mens der andre steder er sat fokus på at huske at anmelde skader, som man ikke var så opmærksom på at anmelde tidligere.

Den stigende aktivitet i forbindelse med opbygning til jul og halloween har ikke indflydelse på udviklingen i antallet af ulykker. Kun en enkelt ulykke er sket i den forbindelse. Det lave antal ulykker under opbygning hænger sammen med medarbejdernes omhu med at passe på sig selv og hinanden under arbejdet.

Målet om at reducere antallet af ulykker i 2015 til under 2013-niveau, dvs. under 36 ulykker, er ikke nået. Selv om hver eneste ulykke er en for meget, er der positive indikationer i, at der er færre alvorlige ulykker, og at antallet af fraværsdage er faldet.

Ud fra typen af ulykkerne i 2015 kan vi se, at forebyggende tiltag i årets løb har haft en effekt på mange områder. Dette arbejde vil fortsætte, blandt andet med fokus på adfærd ved spild og færdsel på våde gulve og trapper samt på ergonomi og tunge løft.

Trivsel



MÅLEPUNKT

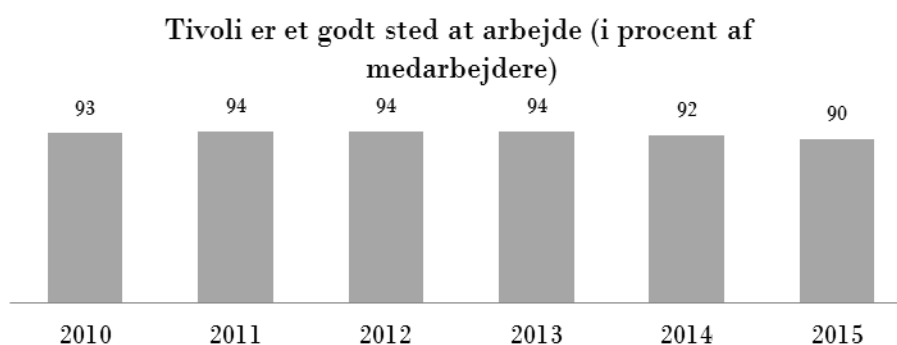
Medarbejder: Arbejdsmiljø, trivsel.

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.



Hvert år gennemfører Tivoli i samarbejde med Great Place to Work en tilfredshedsundersøgelse, hvor samtlige medarbejdere i virksomheden svarer på spørgsmål, der fortæller, om Tivoli er et godt sted at arbejde. På trods af et lille fald i tilfredsheden i forhold til 2014, er der fortsat et højt niveau af tilfredshed blandt medarbejderne. En af årsagerne til faldet fra 92 til 90 procents tilfredshed kan være indkøringen af tre større, nye forretninger i F&B. Sådanne forløb er ofte præget af stramme deadlines, nye processer og udfordringer, der kan påvirke ens arbejdsliv i negativ retning.

Målet for 2016 er at fastholde en høj trivsel og tilfredshed blandt Tivolis medarbejdere.

Forskelsbehandling



MÅLEPUNKT

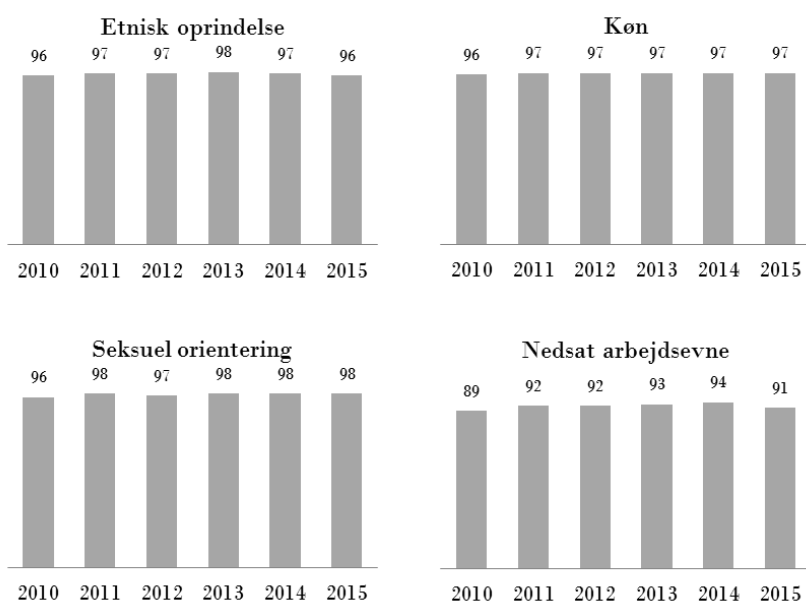
Medarbejder: Mangfoldighed, forskelsbehandling.

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 har en målsætning om, at medarbejderstaben skal afspejle samfundet. På den måde har vi de bedste forudsætninger for at møde gæsterne og give dem en betagende oplevelse.

Tivoli er en rummelig virksomhed. I den årlige medarbejdertilfredshedsundersøgelse er der fire spørgsmål, hvor medarbejderne kan udtrykke deres oplevelse af, om der finder forskelsbehandling sted.

Tivolis mål vil altid være, at nå 100 % i besvarelsen af spørgsmålene, og vi er tæt på.

Ligestilling



MÅLEPUNKT

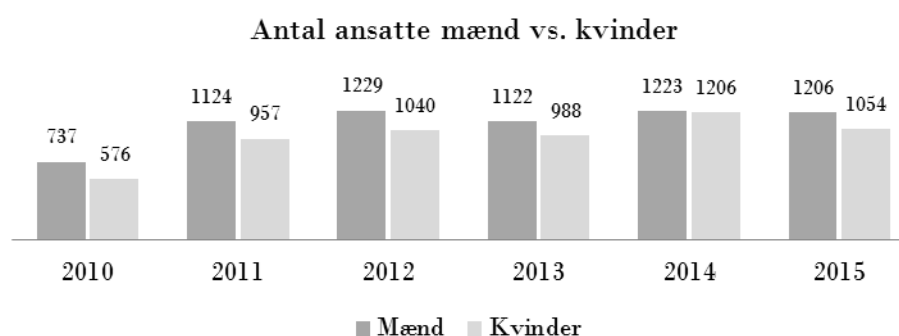
Medarbejder: Mangfoldighed, ligestilling.

LIGESTILLING

Kønsfordelingen blandt Tivolis ansatte.

UDREGNING

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



Fordelingen mellem antal mænd og kvinder er fortsat nogenlunde lige, dog kan vi se, at vi har flere mænd ansat end kvinder i forhold til 2014. Det totale antal ansatte medarbejdere er faldet i 2015, og det største fald er hos kvinderne.

I 2015 blev der for første gang optaget piger i Tivoli-Garden, der således er blevet ligestillet.

Det underrepræsenterede køn

Tivoli ser det som en styrke at have begge køn stærkt repræsenteret, også på ledelsesniveau, og mener, 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 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

Per 1. januar 2015 blev direktionen udvidet til tre medlemmer. Direktionen består af to mænd og en kvinde. Dermed er måltallet opfyldt.

Chefgruppen

Chefgruppen bestod i 2015 af fire underdirektører, hvoraf de tre er mænd og en er kvinde. Dermed er måltallet opfyldt.

Diversitet



MÅLEPUNKT

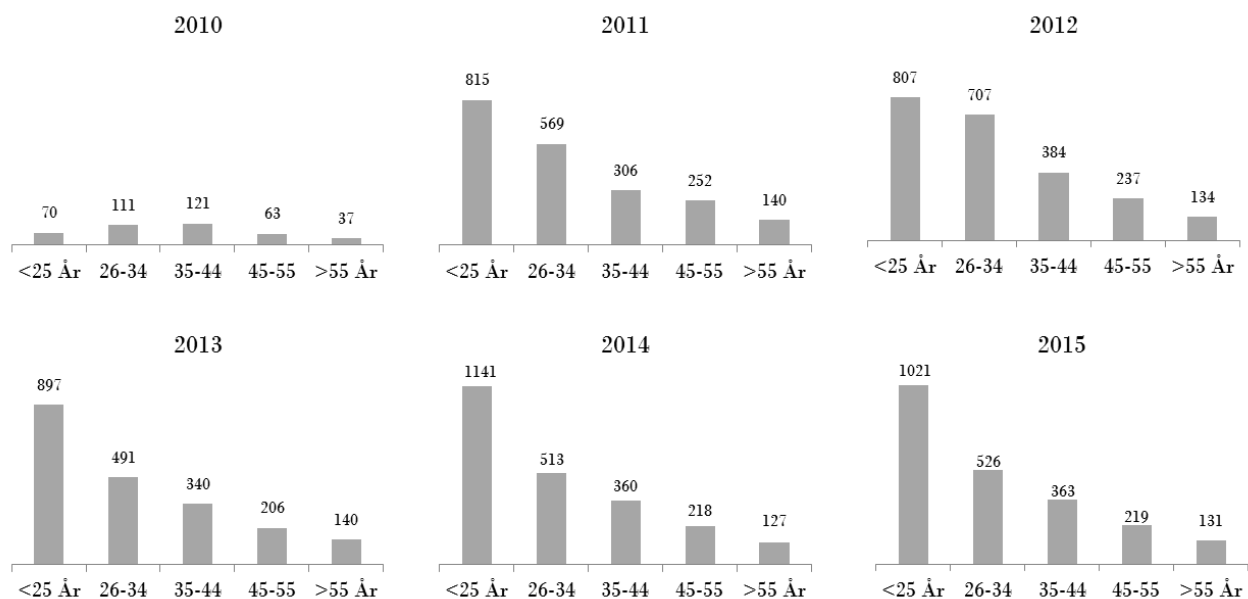
Medarbejder: Mangfoldighed, diversitet.

DIVERSITET

Aldersfordeling blandt Tivolis medarbejdere.

UDREGNING

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



Tivoli tilstræber diversitet i medarbejderstaben, det gælder også aldersspredningen. Der er en god aldersfordeling i medarbejderstaben, når man medtænker det faktum, at mange jobs er sæsonbetonede

og ufaglærte, hvilket typisk appellerer til yngre mennesker og studerende. Gruppen af medarbejdere under 25 år bliver derfor ganske stor.

Tivolis medarbejderstab skal afspejle de mange forskellige gæster, der besøger Haven, og derfor ønsker vi i høj grad at holde fast i en bred aldersfordeling.

Medarbejdergoder



MÅLEPUNKT

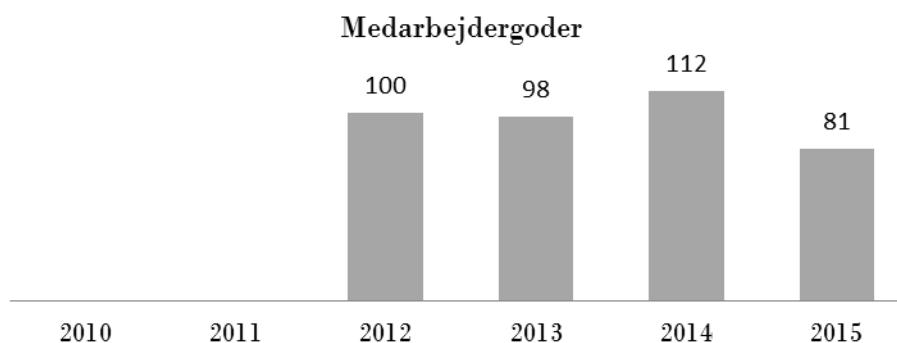
Medarbejder: Sundhed og helse, personalegoder.

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.



I 2015 har der været afholdt sportsdag og DHL-stafet, men ikke sundhedsdag for Tivolis medarbejdere. Udgifter til personalegoder med fokus på sundhed og helse ligger derfor på index 81. Det betyder imidlertid ikke, at der er mindre fokus på medarbejdernes sundhed. Det er nemlig muligt at træffe aftale med Tivolis sygeplejersker, hvis man ønsker et sundhedstjek.

Blandt Tivolis daglige tiltag med fokus på sundheden kan nævnes frugtordning, gratis eller billig sundhedsforsikring og sund mad i kantinen, blandt andet en stor salatbuffet.

Målet for 2016 er at bevare fokus på medarbejdernes sundhed og helse på samme niveau som i 2015.

Naboklager



MÅLEPUNKT

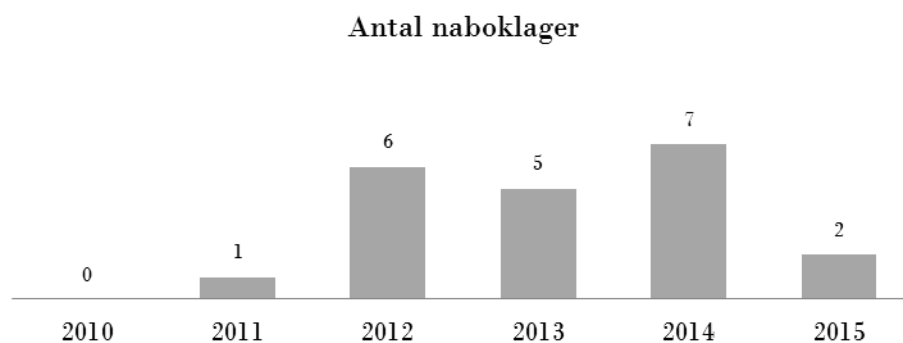
Omverden: Naboskab, naboklager.

NABOKLAGER

Skriftlige klager fra beboerne i de omkringliggende gader til Tivoli.

UDREGNING

Antal klager fra naboer.



Der er kun kommet to klager fra Tivolis naboer over støj fra Haven. I betragtning af det øgede antal gæster i 2015 er dette yderst tilfredsstillende. De to klager vedrørte en koncert på Plænen en søndag aften.

Det er ambitionen at opretholde den gode dialog med naboerne, så antallet af klager holdes på et minimum.

Kulturelle traditioner



MÅLEPUNKT

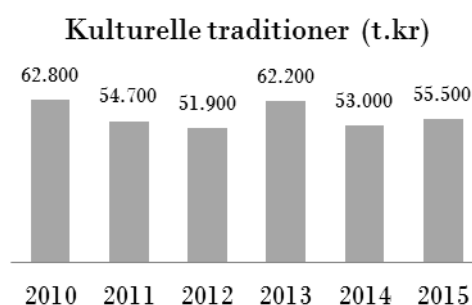
Omverden: Kulturhistorisk bevidsthed, kulturelle traditioner.

KULTURELLE TRADITIONER

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

UDREGNING

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



Grafen viser det totale resultat for underholdningsområdet (bemærk, resultatet er negativt). Aktiviteter, hvor der ligger indtægter, er således medtaget. Administrative og produktionsrelaterede omkostninger for området "Underholdning" er ligeledes inkluderet.

I 2015 blev det totale resultat for underholdningsområdet minus 55,5 mio. kr. Resultatet består af indtægter på 61,1 mio. kr. og omkostninger på 116,6 mio. kr. Tallene svinger en del fra år til år, da der kan være stor forskel på både antallet af og økonomien i teaterproduktioner, betalingskoncerter og lignende.

Bemærk at kommunikationsområdet var indeholdt i underholdningsområdet i 2013, men ikke fra 2014 og frem.

Det er hensigten at bevare et højt niveau af kulturelle aktiviteter i Tivoli i 2016.

Vedligeholdelse



MÅLEPUNKT

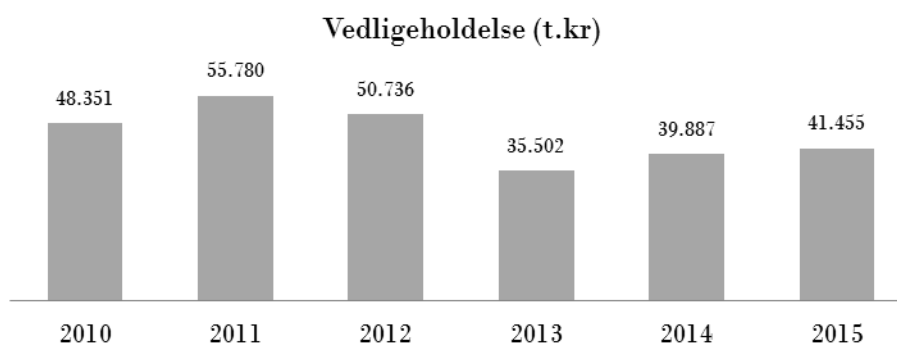
Omverden: Kulturhistorisk bevidsthed, bygninger og anlæg.

VEDLIGEHOEDELSE

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

UDREGNING

Omkostninger til vedligeholdelse af bygninger, haveanlæg og stier.



Ombygningen af restauranterne Spisehuset og Fru Nimb står sammen med ombygningen af Tivoli Box Office for nogle af de største poster inden for vedligeholdelse og pleje af Tivolis historiske anlæg og bygningerne.

Andre store poster udgøres af materialer og håndværkertimer i forbindelse med den løbende vedligeholdelse og indkøb af blomster og planter, der i 2015 beløb sig til mere end 4 mio. kr.

Målet er fortsat af vedligeholde pleje og udvikle Tivoli i Georg Carstensens ånd.

Trafik



MÅLEPUNKT

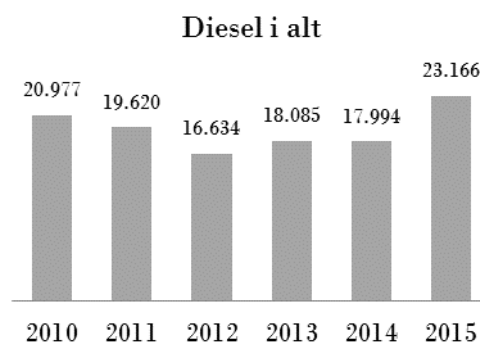
Omverden: Miljø, trafik.

TRAFIK

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

UDREGNING

Antal liter diesel forbrugt i Tivoli.



I 2015 steg dieselforbruget med 29 % i forhold til 2014. Det skyldes en kombination af flere åbningsdage, der giver mere arbejdskørsel, og en markant større aktivitet med dieselforbrugende maskiner i forbindelse med opbygningen af Halloween og Jul i Tivoli. Her er det især ekstra lifte og gaffeltrucks, der er årsag til det øgede forbrug; alene truckkørselen steg med mere end 40 %.

I øjeblikket er der ingen mulighed for minimering af forbruget af diesel, da vi ikke har fundet et alternativt drivmiddel til de arbejdskøretøjer, som vi er afhængige af i driften af Haven.

Derimod er der fokus på eliminering af arbejdsredskaber, der anvender benzin.

I 2015 blev en eldrevet robotplæneklipper taget i brug til klipning af græs ved Boblespringvandet og Nimb. Hos gartnerne er der indkøbt flere eldrevne maskiner som kædesave, elblæsere og elektriske græstrimmere. Det fortsætter vi med i 2016.

Tivoli har fået ny leverandør af vand i flasker (papkartoner). For at undgå lang transport og dermed større ressourceforbrug, er valgt en dansk leverandør, hvor det tidligere var en tysk.

El-forbrug



MÅLEPUNKT

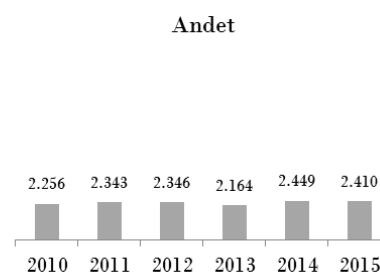
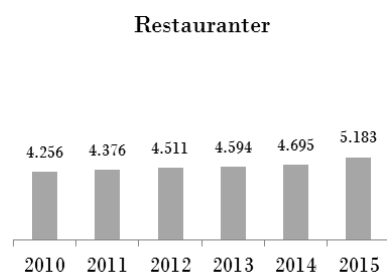
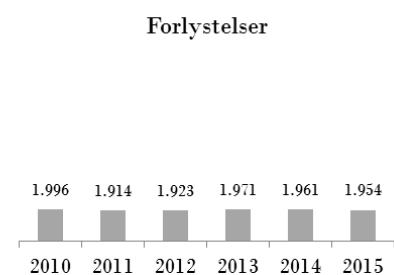
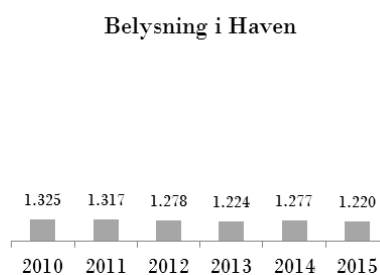
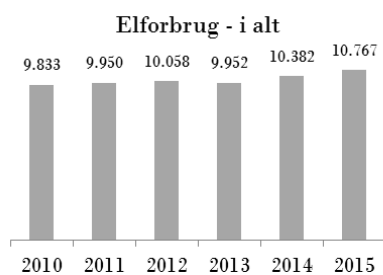
Omverden: Miljø, elektricitet.

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.



Det samlede el-forbrug i 2015 steg til 10.767.000 kWh - en stigning på 4 % i forhold til 2014. Det skyldes dels en længere sommersæson, dels åbningen af Rock Bar Royal, Spisehuset og Fru Nimb.

Korrigeres årsforbruget 2015 for det øgede aktivitetsniveau, er det samlede el-forbrug faldet med næsten 6 % i forhold til 2014.

Belysning er et af de områder, der spares strøm på. El-forbruget til belysning faldt med 57.000 kWh til trods for sæsonudvidelsen. Det skyldes omstilling til LED og trimning af lystændingstiden.

Forlystelserne viste status quo til trods for flere gæster. Her er der sparet gennem øget fokus på kompressorer.

De tre nye restauranter resulterede i et øget el-forbrug på 600.000 kWh.

I kategorien "Andet" ses et fald på ca. 38.000 kWh. Nedgangen i el-forbrug skyldes nyt ventilationsanlæg i Glassalen og en trimning af Koncertsalens store ventilationsanlæg.

Tivolis bestræbelser på at spare 10% i årligt strømforbrug ved udgangen af 2016 målt imod 2013 fortsætter. Med udgangen af 2015 havde vi nået 59 % reduktion af de halvanden million kWh, som er målet.

Affald



MÅLEPUNKT

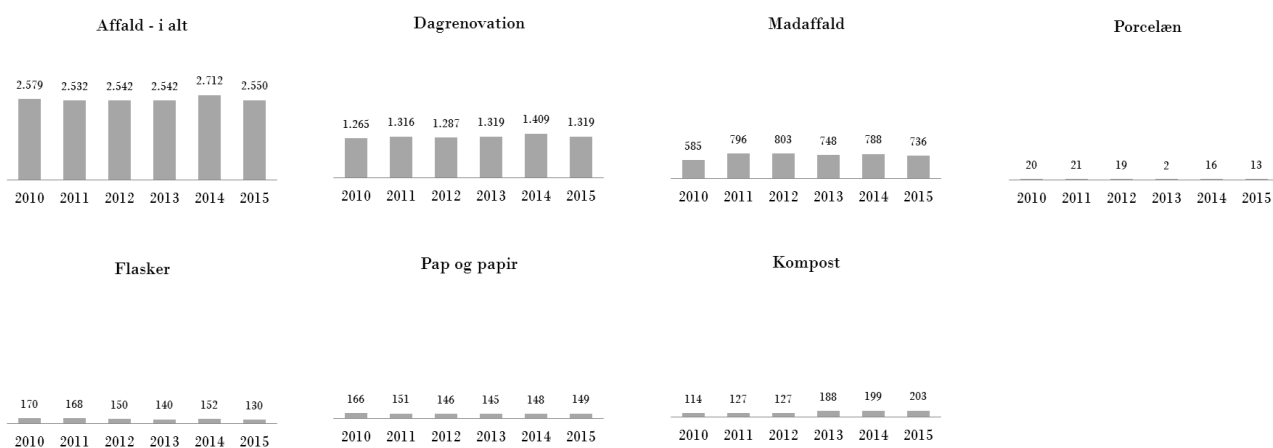
Omverden: Miljø, affald.

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.



Tivolis store arbejde med at undgå madspild, som blev sat i gang i 2014, er nu slået igennem. Det har haft en afsmittende virkning på dagrenovationen.

Normalt vil mængden af affald stige proportionalt med antallet af gæster i Haven. I 2015 var der 6 % flere gæster, der besøgte Tivoli, men den samlede mængde affald faldt med 6 %.

80 % af affaldet stammer fra dagrenovation og madaffald, der isoleret set faldt med henholdsvis 6 og 7 %.

Uanset faldet er fordelingen af affaldet i de forskellige fraktioner den samme som forrige år.

Efter mange års intens fokus på affaldssortering og -håndtering er de store udfordringer ikke længere korrekt sortering eller forståelse herfor. Nu er udfordringerne derimod at håndtere affaldsmængderne inden for Tivolis landområde, hvor der er mere og mere rift om pladsen til publikumsaktiviteter. Test i 2015 af mini-pappressere flere steder i Tivoli har vist gode resultater. Derfor er planen at udvide ordningen til hele Haven i 2016, og overordnet set at have løbende fokus på smartere håndtering af affaldsfraktionerne.

Genbrug



MÅLEPUNKT

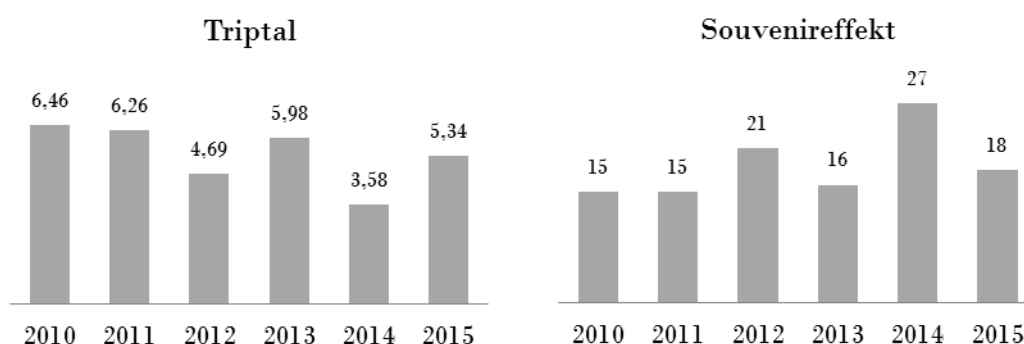
Omverden: Miljø, genbrug.

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: procent af bægre der forsvinder ud af Haven.



I 2014 tog nøgletallene for genbrugsbægre i Tivoli et ordentligt dyk. I 2015 er ordningen tilbage på sporet med et triptal, der steg fra 3,58 i 2014 til 5,34 i 2015. Bægrene anvendes altså over halvanden gang mere end året før. Souvenireffekten falder, når bægrene genanvendes i øget omfang. I 2015 var der 18 % af bægrene, der forsvandt ud af systemet/Haven mod 27% i 2014.

Alt i alt blev der distribueret over 1,2 mio. bægre i Haven, hvilket er mere end 100.000 flere bægre end i 2014. Det skyldes flere åbningsdage i Tivoli samt brug af genbrugsbægre i forbindelse med visse arrangementer på Nimb.

I 2015 blev genbrugskander i forbindelse med Fredagsrock taget i brug. Eksperimentet fortsætter i 2016.

På genbrugsvaskeriet faldt vandforbruget per bæger med 59 % efter forsøg med bedre skylleadfærd. Derimod steg el-forbruget med 24 % per vasket bæger, efter at der blev installeret aircondition i vaskeriet. Der arbejdes på at lave bedre udsugning, der vil reducere behovet for aircondition i 2016, og dermed minimere el-forbruget.

Velgørenhed



MÅLEPUNKT

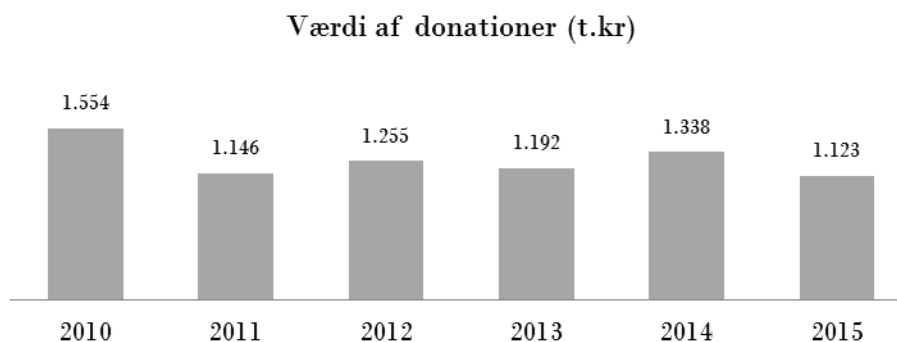
Omverden: Velgørenhed.

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.)



I 2015 modtog Tivoli i alt 486 ansøgninger om at donere billetter m.m.; det er 14 % flere end i 2014. 106 ansøgninger blev imødekommet, hvilket er en stigning på 20 % i forhold til 2014. Der er i 2015 støttet med billetter, Turpas, årskort, forestillingsbilletter m.m. til en samlet værdi af kr. 1.123.290.

En af årsagerne til, at den samlede værdi af donationerne er lavere end året før er, at prissætningen af Lysfestbilletter blev ændret. Tivoli donerede det samme antal billetter til Lysfester som i 2015, men salgsprisen på disse billetter blev halveret og dermed også donationens værdi.

Tivoli ønsker fortsat at give bidrag i form af billetprodukter til børn, der vokser op under svære vilkår. Desuden arbejder Tivoli på at indgå i en række integrationsprojekter for flygtninge.