



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

12/2023

LANDESMESSE STUTTGART GMBH



Inhaltsverzeichnis

1. Über uns	1
2. Die WIN-Charta	3
3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement	5
4. Unsere Schwerpunktthemen	7
Leitsatz 05: Energie und Emissionen	8
Leitsatz 08: Nachhaltige Innovationen.....	11
Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken	13
5. Weitere Aktivitäten.....	16
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange	16
Umweltbelange.....	20
Ökonomischer Mehrwert.....	25
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption.....	26
Regionaler Mehrwert.....	27
6. Unser WIN!-Projekt	29
7. Kontaktinformationen.....	32
Ansprechpartnerin.....	32
Impressum	32
8. Anhang.....	33

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Ausgestattet mit einem modernen Messe- und Kongresszentrum mit mehrfach preisgekrönter Architektur bietet die Landesmesse Stuttgart GmbH eine hervorragende Plattform für Messen, Kongresse, Ausstellungen, Fachtagungen und Firmenpräsentationen. Die perfekte Anbindung via Stadtbahn, S-Bahn, Flughafen und Autobahn ist ein Alleinstellungsmerkmal, das eine schnelle und zugleich entspannte Anreise ermöglicht.

Nachhaltiges Handeln ist in allen gesellschaftlichen Bereichen zu einem zentralen Thema geworden. Die Messe Stuttgart und das ICS Internationales Congresscenter Stuttgart, ein Geschäftsbereich der Landesmesse Stuttgart GmbH, sind seit der Eröffnung im Oktober 2007 mit ihrem nachhaltigen Engagement zukunftsweisend. Bereits im Jahr 2010 setzte die Messegesellschaft mit dem „Green Statement“ einen richtungsweisenden Standard für die Branche. Anfang November 2012 schlossen sich die Messe Stuttgart und das ICS dem vom Europäischen Verband der Veranstaltungs-Centren e. V. und German Convention Bureau ins Leben gerufenen Branchenkodex „fairpflichtet“ an. Er bietet den UnterstützerInnen praktische Orientierung, um ihrer unternehmerischen Verantwortung gerecht werden zu können. 2015 trat die Messe Stuttgart der WIN-Charta bei – mit dieser freiwilligen Selbstverpflichtung dokumentiert sie transparent ihr Engagement für nachhaltiges Wirtschaften. Seit 2019 investiert die Messe Stuttgart in Klimaschutzprojekte zum Ausgleich restlicher CO₂-Emissionen. Die Basis für diesen Ausgleich bildet die CO₂-Bilanz des Nicht-Messebetriebs, welche seit 2017 jährlich erhoben wird. Die Klimaschutzprojekte sind nach einem der höchsten internationalen Standards, dem „Verified Carbon Standard“ (VCS), zertifiziert.

Die Gesellschafterstruktur der Messe Stuttgart setzt sich zu 50 % aus der Landeshauptstadt Stuttgart, zu 50 % aus dem Land Baden-Württemberg sowie aus den beiden stillen Gesellschaftern Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart und Handwerkskammer Region Stuttgart zusammen. Die Geschäftsführung besteht aus Roland Bleinroth (Sprecher der Geschäftsführung) und Stefan Lohnert. Die Aufsichtsratsvorsitzende ist aktuell Ministerin Dr. Nicole Hoffmeister-Kraut, MdL. Insgesamt besteht der Rat aus 13 Mitgliedern: jeweils fünf Sitze für das Land Baden-Württemberg und für die Landeshauptstadt Stuttgart, zwei für die Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart und einen für die Handwerkskammer Region Stuttgart. Das Unternehmen ist in vier Kompetenzzentren aufgeteilt: Messen & Events (1+2), Service & Business Development, Corporate Services und wird ergänzt durch weitere Stabstellen: Bau- und Facility Management, Unternehmenskommunikation, Messe Stuttgart International und Geschäftsführungsprojekte.

Das Messegelände besteht aus 120.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche - aufgeteilt auf sieben Hallen mit jeweils 10.500 Quadratmetern Hallenfläche, eine multifunktionale Messe- und Veranstaltungshalle mit 26.800 Quadratmetern, die Halle 10 mit 14.600 Quadratmetern sowie eine Halle im ICS mit 4.900 Quadratmetern.

Nach drei, pandemiebedingt herausfordernden, Jahren konnte wir 2023 wieder einen Regelbetrieb aufnehmen und haben insgesamt 81 Veranstaltungen am Standort Stuttgart erfolgreich durchgeführt.

WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

2. Die WIN-Charta

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

Mit der Unterzeichnung der WIN-Charta bekennen wir uns zu unserer ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte: *"Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmerrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

Leitsatz 02 – Mitarbeitendenwohlbefinden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden."*

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: *"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."*

Umweltbelange

Leitsatz 04 – Ressourcen: *"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*

Leitsatz 06 – Produktverantwortung: *"Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."*

Ökonomischer Mehrwert

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: *"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."*

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."*

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: *"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."*

DIE WIN-CHARTA

Regionaler Mehrwert

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: *"Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."*

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren UnterzeichnerInnen der WIN-Charta finden Sie auf <https://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft/win-charta/win-charta-unternehmen>.

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 07. September 2015

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWER- PUNKTSETZUNG	QUALITATIVE DOKUMENTATION	QUANTITATIVE DOKUMENTATION
Leitsatz 1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 2	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 3	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 4	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 6	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 7	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 8	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 12	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

ES WURDEN FOLGENDE ZUSATZKAPITEL BEARBEITET:

Zusatzkapitel: Nichtfinanzielle Erklärung	<input type="checkbox"/>
Zusatzkapitel: Klimaschutz	<input type="checkbox"/>

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN-Projekt: Nachhaltigkeitstag von, mit und für die Mitarbeitenden

Schwerpunktbereich:

- Energie und Klima Ressourcen Bildung für nachhaltige Entwicklung
 Mobilität Integration

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

Umfang der Förderung: Schon seit 2019 veranstaltet die Messe Stuttgart einen Nachhaltigkeitstag mit und für die Mitarbeitenden. Ziel dieser jährlich stattfindenden Veranstaltung ist es, die Mitarbeitenden für das Thema Nachhaltigkeit zu sensibilisieren, Ihnen die Möglichkeiten des

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

eigenen Handelns aufzuzeigen und das bereits vorhandene Engagement zu würdigen. Daher ist das Programm immer ein Mix aus externen wie auch internen Beiträgen. Der Nachhaltigkeitstag 2023 stand im Zeichen eines bewussten Umgangs mit unserer eigenen Gesundheit und der Umwelt.

Den Auftakt machte ein Interview mit Gastredner Timo Hildebrand zum Thema pflanzliche Ernährung. Es folgten Vorträge und Workshops rund um nachhaltige Impulse für den Alltag, klimabewusste Ernährung und eine Entspannungsübung mit Mediation. Eine gemeinsame Mittagspause, bei der es zum einen vegane Kostproben aus der Küche des Restaurants unseres Gastredners „vhy!“, als auch von den Mitarbeitenden selbst zubereitete pflanzenbasierte Speisen zu genießen gab, rundete diesen Programmbaustein kulinarisch ab. Am Nachmittag stand eine Begehung zu den Retentionsbecken an. Geführt von einer Biologin konnten die Mitarbeitenden hier einen Einblick gewinnen, welche Bedeutung die, von der Messe Stuttgart betriebenen, Retentionsbecken für den Wasserhaushalt in der Region haben. Der Rundgang führte auch an einigen Bracheflächen vorbei, die als Ausgleichsflächen ebenso von der Messe Stuttgart gepflegt werden und eine wichtige Rolle für die Biodiversität in unserer Nachbarschaft spielen und für Flora und Fauna eine Heimat geworden sind. Eine Bewegungschallenge „Wer sammelt die meisten Schritte bis zum Gesundheitstag*“ rundeten das Programm des Nachhaltigkeitstages ab.

*Der Gesundheitstag fand 4 Wochen später statt und ist ein weiterer Benefit für die Mitarbeitenden.

4. Unsere Schwerpunktt Themen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- **Kategorie Umweltbelange**

Leitsatz 05: Energie und Emissionen – „Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral.“

- **Kategorie Ökonomischer Mehrwert**

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: "Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."

- **Kategorie Regionaler Mehrwert**

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: „Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Energie und Emissionen

Wir sehen Energie grundsätzlich als ein Thema an, das alle Mitglieder der Gesellschaft betrifft: Egal, ob Privatpersonen, Kleinunternehmen, mittelständische Unternehmen oder Großkonzerne. Ganzheitlicher Klimaschutz ist entscheidend für die Übernahme von unternehmerischer Verantwortung und zur Erreichung des 1,5 Grad Ziels des Pariser Klimaabkommens. Daher überprüfen wir das eigene Handeln laufend, berechnen unsere Emissionen und suchen nach Möglichkeiten Emissionen kontinuierlich zu vermeiden und zu reduzieren. Erneuerbare Energien sind ausschlaggebend für eine nachhaltige Entwicklung und daher wollen wir diese in größtmöglichem Umfang fördern und nützen. Durch die Schwerpunktsetzung in diesem Bereich will unser Unternehmen, das zweifelsfrei einer vergleichsweise ressourcenintensiven Branche zuzuordnen ist, bei sich selbst Verbesserungspotenzial aufdecken und umsetzen sowie darüber hinaus Bewusstsein schaffen: bei unseren Mitarbeitenden, Ausstellenden, Besuchenden, aber auch bei einer breiten Öffentlichkeit. Auch in diesem Jahr legen wir mit unserem WIN-Charta-Bericht einen Schwerpunkt auf den Leitsatz 5 „Energie und Emissionen“.

Nachhaltige Innovationen

Um auch die Bedürfnisse zukünftiger Generationen decken zu können, muss die Ressourceninanspruchnahme auf ein für die Erde auch langfristig verträgliches Maß minimiert werden. Um eine nachhaltige Entwicklung voranzutreiben, bedarf es der Förderung nachhaltiger Lösungen, Produkte und Dienstleistungen. Wir bringen Menschen zusammen und auf unseren Messen, Kongressen und Events entstehen interessante Kooperationen und neue Geschäftsfelder. Diese Plattform wollen wir nutzen, um nachhaltige Innovationen zu fördern und die Öffentlichkeit

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

über die bereits entwickelten Möglichkeiten informieren. Wir legen einen Schwerpunkt auf den Leitsatz 8 „Nachhaltige Innovationen“, weil wir großes Potenzial darin sehen, die Bühne bzw. den Marktplatz, den unsere Messe bietet, zur Förderung nachhaltiger Lösungen zu nutzen.

Anreize zum Umdenken

Das Thema Nachhaltigkeit stieß in den letzten Jahren bei den Mitarbeitenden und anderen Stakeholdern nicht mehr nur vermehrt auf Akzeptanz, sondern wird konkret gefordert. Dies ist vor allem der internen als auch externen Transparenz sowie dem vermehrten Involvement aller zu verdanken. Ohne ein Umdenken ist eine nachhaltige Entwicklung nicht möglich und daher setzen wir einen Schwerpunkt auf den Leitsatz 12 „Anreize zum Umdenken“ und sind fortlaufend bemüht sowohl intern als auch extern durch sensibilisieren, motivieren und Bewusstsein schaffen Nachhaltigkeit voranzutreiben.

Leitsatz 05: Energie und Emissionen

ZIELSETZUNG

Wir wollen einen umfassenden Beitrag zum Erreichen der UN-Nachhaltigkeitsziele leisten, indem wir unsere Emissionen berechnen, kontinuierlich vermeiden und reduzieren sowie restliche Emissionen durch zertifizierte Klimaschutzprojekte ausgleichen. Wir wollen weiterhin den Ausbau unserer erneuerbaren Energien vorantreiben und daher ist Konzept zur energetischen Transformation, welche innerhalb der nächsten 10 Jahre erfolgen soll, entstanden. Des Weiteren setzen wir uns mit der Anschaffung weiterer Ladestationen für Elektrofahrzeuge auseinander und möchten nachhaltige Mobilität fördern. Wir wollen uns klare Ziele und Maßnahmen setzen, sodass Emissionseinsparungen messbar gemacht werden. Hierfür haben wir die Klimaschutz-Roadmap zur validierten und quantifizierten Dokumentation unserer Nachhaltigkeitsmaßnahmen finalisiert und einen Maßnahmenkatalog verabschiedet.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Berechnung aller im Nicht-Messebetrieb entstandenen CO₂-Emissionen für das Geschäftsjahr 2022
- Ausgleich der im Nicht-Messebetrieb entstandenen CO₂-Emissionen für das Geschäftsjahr 2022 über international zertifizierte Klimaschutzprojekte
- Erarbeitung einer Klimaschutzstrategie und Beitritt zum Klimabündnis Baden Württemberg
- Erarbeitung eines Maßnahmenplans zur Erreichung der vereinbarten Klimaziele
- Umfangreiche Analyse zu Möglichkeiten der energetischen Gebäudesanierung und konzeptionelle Vorarbeit
- Jobradleasing: bis zum 31.12.2023 von 10 Mitarbeitende einen neuen Antrag gestellt.
- ÖPNV-Zuschuss: haben 156 Mitarbeiter erhalten (Stand Dezember 2023)

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

- Verabschiedung der Klimaschutzstrategie und Beitritt zum Klimabündnis Baden-Württemberg. Damit hat die Messe Stuttgart Ihre Klimaziele festgeschrieben. Diese orientieren sich an dem wissenschaftsbasierten 1,5-Ziel der Science Based Targets initiative (SBTi). Zur Erreichung dieser Ziele wurde ein umfangreiches Maßnahmenpaket für die kommenden Jahre verabschiedet.
- Ausgleich aller im Nicht-Messebetrieb entstandenen CO₂-Emissionen: Seit 2019 gleicht die Messe Stuttgart Emissionen von Geschäftsaktivitäten über international anerkannte Klimaschutzprojekte aus. Der Nicht-Messebetrieb bezieht sich auf die Verbräuche außerhalb der Messelaufzeiten, also während sich die Messehallen im Leerlauf befinden.
- Ausbau alternativer Mobilitätsangebote: Die Messe Stuttgart und das Internationale Congresscenter Stuttgart ICS sind sowohl mit der S-Bahn mit Haltestelle im Flughafen als auch der Stadtbahn U-6 an den Stationen Eingang Ost und West erreichbar. Um die Anreise per öffentlichen Verkehrsmitteln so attraktiv wie möglich zu gestalten, werden zusammen mit dem Verkehrs- und Tarifverbund günstige Kombitickets angeboten, welche für das gesamte Verbundgebiet gelten. Am Eingang West befindet sich außerdem eine RegioRad-Station für ein zusätzliches umweltfreundliches Angebot speziell für RadfahrerInnen. Die RegioRad-Station ist mit drei Fahrrädern, zwei Pedelecs, vier Abstellplätzen für Fahrräder und zwei Aufbewahrungsplätzen für Pedelecs ausgestattet sowie einem Terminal zum Aufladen der E-



Fahrräder. Dazu gibt es einen sog. Charger Cube am Messeingang Ost mit Aufladestationen für E-Bikes und Pedelecs. Außerdem stehen sechs öffentlich zugängliche Ladepunkte für E-Autos vor dem Eingang Ost zur Verfügung und für Dienstreisen in der Region können Mitarbeitende auf eigene E-Fahrzeuge zurückgreifen. Darüber hinaus verfügt die Messe Stuttgart über 15 mobile Ladepunkte, welche bei Bedarf für

Ausstellende bereitgestellt werden können.

- Wertstoffmanagement: Zur Reduktion der aus der Entsorgung resultierenden Emissionen wurde ein Arbeitskreis ins Leben gerufen, welcher sich aus Mitarbeitenden der relevanten Fachbereiche sowie einem externen Beratungsunternehmen zusammensetzt. Es wurde ein Farbleitsystem entwickelt. Dies ermöglicht ein intuitives Wertstoffmanagement und unterstützt die Teilnehmenden, Wertstoffe zu sortieren und in den Wertstoffkreislauf zurückzuführen, bei gleichzeitiger Reduzierung des Restmüllaufkommens.

INDIKATOREN

Berechnung und Ausgleich aller im Nicht-Messebetrieb entstandenen CO₂-Emissionen

Betrachtet wurden, wie im Vorjahr, die Verbrauchswerte des Verwaltungsgebäudes sowie die Verbrauchswerte der Halle 1, der Hallen 3-9, der Halle 10, des ICS Kongresszentrums und der

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Eingänge Ost und West im Nicht-Messe-Betrieb. Die Messe Stuttgart hatte im Jahr 2021 375 Mitarbeitende.

Insgesamt wurden durch die Geschäftsaktivitäten des Unternehmens am Standort Stuttgart Emissionen in Höhe von 3.677,34 t CO₂ verursacht. Davon sind 1.750,57 t CO₂ direkte Emissionen (Scope 1) und 1.926,77 t CO₂ andere indirekte Emissionen (Scope 3). Durch den Bezug von CO₂-neutralem Strom aus Wasserkraft, wurden keine indirekten Emissionen durch leitungsgebundene Energie (Scope 2) verursacht. Im Vergleich zum Vorjahr sind die Emissionen um 11,9 % gestiegen. Während die direkten Emissionen leicht gesenkt werden konnten, sind die indirekten Emissionen gestiegen. Dies erklärt sich durch eine deutlich gestiegene Geschäftsreisetätigkeit. Nach dem im Jahr 2021 durch die Pandemie kaum Reisen möglich waren, hat dies im Jahr 2022 zu einem Nachholbedarf geführt, der sich hier im Scope 3 niederschlägt.

Folgende Tabelle veranschaulicht die Gegenüberstellung der Emissionen aus den Geschäftsjahren 2021 bis 2022 (Quelle: ClimatePartner):

Emissionskategorien	2021		2022		Veränderung	
	Emissionen [t CO ₂]	Anteil %	Emissionen [t CO ₂]	Anteil %	Emissionen [t CO ₂]	Prozent %
Scope 1	1.886,86	57,4%	1.750,57	47,6%	-136,29	-7,2%
Direkte Emissionen aus Einrichtungen des Unternehmens	1.876,58	57,1%	1.693,53	46,0%	-183,05	-9,8%
Wärme (eigenerzeugt)	1.839,29	55,9%	1.656,24	45,0%	-183,05	-10,0%
Kältemittelleckagen	37,30	1,1%	37,30	1,0%	0,00	0,0%
Direkte Emissionen des Firmenfuhrparks	10,28	0,3%	57,04	1,6%	46,76	454,9%
Fuhrpark	10,28	0,3%	57,04	1,6%	46,76	454,9%
Scope 2	0,00	0,0%	0,00	0,0%	0,00	0,0%
Eingekaufter Strom für den Eigenbedarf**	0,00	0,0%	0,00	0,0%	0,00	0,0%
Strom (stationär)	0,00	0,0%	0,00	0,0%	0,00	0,0%
Strom (Fuhrpark)	0,00	0,0%	0,00	0,0%	0,00	0,0%
Scope 3	1.400,54	42,6%	1.926,77	52,4%	526,23	37,6%
Brennstoff- und energiebezogene Emissionen	630,51	19,2%	695,36	18,9%	64,85	10,3%
Vorkette Strom	309,16	9,4%	377,07	10,3%	67,91	22,0%
Vorkette Wärme	314,81	9,6%	283,48	7,7%	-31,33	-10,0%
Vorkette Fuhrpark	6,54	0,2%	34,81	0,9%	28,27	432,3%
Eingekaufte Güter und Dienstleistungen	118,88	3,6%	168,43	4,6%	49,55	41,7%
Elektronische Geräte	112,45	3,4%	152,90	4,2%	40,45	36,0%
Druckprodukte	5,12	0,2%	7,17	0,2%	2,05	40,0%
Wasser	1,32	0,0%	8,36	0,2%	7,04	533,3%
Abfälle aus dem Betrieb	15,04	0,5%	16,47	0,4%	1,43	9,5%
Betriebsabfall inkl. Transport zur Abfallentsorgung	15,04	0,5%	16,47	0,4%	1,43	9,5%
Geschäftsreisen	78,38	2,4%	159,49	4,3%	81,11	103,5%
Flüge	25,94	0,8%	123,43	3,4%	97,49	375,8%
Hotelübernachtungen	2,30	0,1%	31,03	0,8%	28,73	1249,1%
Miet- und Privatfahrzeuge	47,33	1,4%	1,10	0,0%	-46,23	-97,7%
Bahn	2,81	0,1%	3,93	0,1%	1,12	39,9%
Anfahrt Mitarbeitende	557,73	17,0%	887,02	24,1%	329,29	59,0%
Anfahrt Mitarbeitende	488,33	14,9%	815,10	22,2%	326,77	66,9%
Home Office	69,41	2,1%	71,92	2,0%	2,51	3,6%
Gesamtergebnis	3.287,41	100,0%	3.677,34	100,0%	389,93	11,9%

Die gesamte Aufstellung der CO₂-Bilanz aus dem Jahr 2022 ist im Anhang dieses Berichtes zu finden.

AUSBLICK

Die Berechnung der CO₂-Bilanz und deren Ausgleich im Nicht-Messebetrieb hat sich als Standard in der Unternehmensstrategie der Messe Stuttgart verankert. Als nächsten Schritt möchte die Messe Stuttgart eine gesamtheitliche Klimaschutz-Strategie in Form einer Klimaschutz-Roadmap erstellen und die Berechnung des CO₂-Fußabdrucks auf einzelne Produkte, also Eigenveranstaltungen ausweiten. Weiterhin steht die Reduktion der Emissionen im Vordergrund, die Kompensation dient als letzte Instanz. Der derzeitige Fokus liegt auf dem Ausbau der Erneuerbaren Energien rund um das Verwaltungsgebäude sowie des Messegeländes und die damit verbundene energetische Transformation. Die Messe Stuttgart möchte künftig, sobald die Klimaschutz-Roadmap ausgearbeitet wurde, das neue WIN-Charta Zusatzkapitel Klimaneutralität in ihren Nachhaltigkeitsbericht mit aufnehmen, damit Aktivitäten noch transparenter und messbarer

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

dargestellt werden können. Die Klimaschutzstrategie soll hierfür als Basis dienen. Der Leitsatz 05 wird auch im kommenden Jahr Schwerpunktthema sein.

Geplante Aktivitäten:

- Berechnung des CO₂-Fußabdruckes für das Geschäftsjahr 2023
- Umsetzung des Konzepts zur energetischen Sanierung entlang der Klimaschutzvereinbarung
- Umsetzung weiterer regulatorischer Maßnahmen zur Treibhausgasreduzierung

Unser Ziel:

Die Treibhausgasemissionen in Scope 1 bis 2030 um 1.209 Tonnen gegenüber dem Basisjahr 2019 bis zu reduzieren. Die Scope 2 Emissionen weiterhin zu 100% aus erneuerbaren Energien zu beziehen und die in Scope 3 erfassten Emissionen um mindestens 328 Tonnen CO₂e gegenüber dem Basisjahr zu reduzieren.

Leitsatz 08: Nachhaltige Innovationen

ZIELSETZUNG

Nachhaltige Geschäftsmodelle, grüne Produkte, ressourceneffiziente Lösungen – die Entwicklung alternativer Angebote, welche eine nachhaltige Entwicklung vorantreiben und fördern, nimmt kontinuierlich zu. Auf der anderen Seite stehen Konsumentinnen und Konsumenten, welche nach Lösungen suchen oder Netzwerke zur Weiterentwicklung von Ideen aufbauen wollen. Die Messe Stuttgart bietet eine geeignete Plattform, um die Menschen zusammenzubringen und so die Entwicklung, die Forschung, die Nutzung und die Bewusstseinsbildung für zukunftsfähige, nachhaltige und ressourcensparende Lösungen, Produkte und Dienstleistungen voranzutreiben. Dieses Potenzial soll weiter gestärkt werden. Ziel ist es nachhaltige Innovationen durch den Messestandort als Präsentationsfläche zu fördern.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Durchführung von Messen mit direktem Bezug zur Nachhaltigkeit, welche nachhaltigen Produkten/Dienstleistungen eine Plattform bieten und dadurch nachhaltige Entwicklung fördern
- Aufbereitung und Präsentation von nachhaltigen Lösungen in Form von Sonderflächen oder im Rahmenprogramm auch bei Messen ohne direkten Nachhaltigkeitsbezug
- Investitionen in nachhaltige Produkte z. B. Nutzung von Handtuchpapier aus recycelten Getränkekartons in allen Sanitäreinrichtungen

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

- Das Portfolio der Messe Stuttgart umfasst bereits diverse Eigenveranstaltungen, welche direkt zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen. Dazu gehören beispielsweise die Veranstaltungen Fair Handeln, i-Mobility, GARTEN, Markt des guten Geschmacks – die Slow Food Messe, veggio

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

& frei von und hy-fcell. Das Portfolio wird laufend ausgebaut und so fand im Jahr 2023 zum ersten Mal die Volta-X statt. Die neue, internationale Energieplattform für Produkte, Services und Lösungen zur Energiewende.

- Aber auch Messen ohne direkten Nachhaltigkeitsbezug greifen das Thema auf und platzieren beispielsweise zertifizierte Ausstellende prominent oder bereiten es messespezifisch im Rahmen einer Sonderschau oder im Rahmenprogramm auf. Im folgenden fünf Beispiele hierzu:
 - Invest: begleitende Messe Grünes Geld rund um das Thema ethische und nachhaltige Geldanlagen, Female Finance Day – ein Angebot speziell für Frauen
 - infotage FACHDENTAL Stuttgart: Sonderbereich Green Lab mit nachhaltigen Produkten und Lösungen, Best-Practice-Vorträgen und Awardverleihung für nachhaltigste Lösung
 - interbad: Kennzeichnung ressourcenschonender Produkte und Lösungen mit interbad Sustainable-Logo, Guided Tours zum Thema Sustainability
 - AMB: Präsentation von nachhaltigen Innovationen und Technologien durch Zusammenschluss von Unternehmen des europäischen Maschinen- und Anlagenbaus unter dem Namen „Blue Competence“
 - INTERGASTRA 2024: Hier wurde ein Tag der Kreislaufwirtschaft geplant, mit Vorträgen und Workshops rund um das Thema Kreislaufwirtschaft in Hotellerie und Gastronomie.

INDIKATOREN

Derzeit verfügt das Portfolio der Messe Stuttgart über sieben Eigenveranstaltungen, welche thematisch einen direkten Nachhaltigkeitsbezug aufweisen und plant zudem bei vielen anderen Messen Rahmenprogrammpunkte mit konkretem Nachhaltigkeitsbezug.

AUSBLICK

Die Suche nach weiteren Neuprodukten mit Nachhaltigkeitsbezug ist fester Bestandteil der Unternehmensentwicklung, aber auch die Integration des Schwerpunkts in die bereits bestehenden Veranstaltungen wird laufend ausgeweitet.

Geplante Aktivitäten:

- Suche nach weiteren potenziellen Neuproduktthemen, welche nachhaltigen Lösungen eine geeignete Plattform bieten können
- Aktionen im Rahmen der bestehenden Messen, um für besonders nachhaltige Vorgehensweisen, Lösungen, Geschäftsmodelle, Technologien, Produkte und/oder Dienstleistungen der jeweiligen Branche zu sensibilisieren
- Im Rahmen der INTERGASTRA fördert die Messe Stuttgart ein StartUp, welches Nachhaltigkeitslösungen für Unternehmen bietet. Die Messe Stuttgart finanziert und unterstützt die Messebeteiligung des Start-ups durch eine zertifizierte Baumpflanzaktion. So entsteht ein Wald mit 390 Bäumen in Afrika.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Ziel:

- Eine Plattform bieten, um nachhaltige Entwicklung voranzutreiben
- Nachhaltige Innovationen und Netzwerke fördern

Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken

ZIELSETZUNG

Die unternehmerische Nachhaltigkeit hat sich über die letzten Jahre verstärkt in den Köpfen aller Mitarbeitenden verankert und die Anforderungen der Stakeholder nehmen stetig zu. Die Erfahrung hat uns gezeigt, dass das Nachhaltigkeitsengagement ein fortwährender Prozess ist und ein Umdenken in diversen Abläufen bedarf. Daher wollen wir auch in diesem Jahr weiterhin Anreize zum Umdenken schaffen und die Mitarbeitenden als auch die restlichen Anspruchsgruppen in das unternehmerische Engagement eng mit einbeziehen. Das Ziel ist es, die interne sowie die externe Kommunikation fortlaufend zu stärken und den Dialog mit den Stakeholdern zu fördern.

Die Ziele lassen sich wie folgt formulieren:

- Wir weiten die interne Kommunikation zum Thema Nachhaltigkeit aus, um die Mitarbeitenden transparent über laufende Nachhaltigkeitsbemühungen zu informieren und rufen verstärkt zum Engagement nachhaltigkeitsinteressierter Kolleginnen und Kollegen auf.
- Wir setzen verstärkt Anreize bei unseren Stakeholdern, um die nachhaltige Entwicklung voranzutreiben.
- Wir greifen Nachhaltigkeit im Rahmen unserer Eigenveranstaltungen thematisch passend noch stärker auf und fördern eine Sensibilisierung und eine Bewusstseinssteigerung beispielsweise durch entsprechende Sonderschauen oder das Rahmenprogramm .
- Wir setzen ein neues WIN-Charta Projekt um.
- Wir weiten das Angebot „Gemeinsam gegen Lebensmittelverschwendung“ weiter aus. Dies kann nun für alle interessierten Projekte genutzt werden. Eine Arbeitsgruppe koordiniert die Anfragen.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Durchführung des fünften internen Nachhaltigkeitstages
- Diverse Blogbeiträge rund um das Thema nachhaltige Entwicklung der Messe Stuttgart im Intranet SIMS für die Mitarbeitenden
- Kampagne #gemeinsamnachhaltig mit Interviews von nachhaltigkeitsengagierten Mitarbeitenden mit spannenden Impulsen im Social Intranet SIMS und auf den Social-Kanälen der Messe Stuttgart (Facebook, Instagram und LinkedIn)
- Hinweise sog. Green Nudges im Verwaltungsgebäude
- Gründung einer Arbeitsgruppe zur Koordination des Angebotes „Gemeinsam gegen Lebensmittelverschwendung“

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Messe als Plattform für nachhaltige Lösungen, Produkte und Dienstleistungen
- Sonderschauen oder Rahmenprogramm mit Bezug zu messespezifischen Nachhaltigkeitsthemen
- Einspielung einzelner nachhaltigkeitsbezogener Fakten über die Digital Signage-Bildschirme und Stelen im Messerundgang
- Anreize für Ausstellende durch Informationen in Newsletter oder während Telefonaten z.B. zur Buchung von mehreren Abfallqualitäten statt ausschließlich Restmüll etc.
- Leitfaden zur nachhaltigen Veranstaltungsorganisation für Gastveranstalter

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

- Interner Nachhaltigkeitstag: Seit 2019 findet jährlich ein Nachhaltigkeitstag für die Mitarbeitenden statt und am 24. Oktober 2023 damit bereits zum fünften Mal.
- Interner Gesundheitstag: Am 20. November wird Gesundheit gemeinsam mit Expertinnen und Experten aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet. Kurse, Workshops und Mitmachaktionen und das Finale der Bewegungschallenge, welche am Nachhaltigkeitstag gestartet wurde, runden das Programm ab.
- Abgesehen vom Nachhaltigkeitstag finden regelmäßig kleine Aktionen statt, um die Mitarbeitenden über die Nachhaltigkeitsbemühungen der Messe zu informieren, sie miteinzubinden oder durch kleine Impulse zu sensibilisieren. Über das Social Intranet SIMS werden die Mitarbeitenden über Maßnahmen informiert oder zum Mitmachen aufgerufen. Ebenso erzählten Mitarbeitende in der Reihe #gemeinsamnachhaltig von ihrem privaten Nachhaltigkeitsengagement und konnten dadurch den ein oder anderen Austausch über das Thema anregen. Über sog. Green Nudges, also kleine Hinweise, welche im Verwaltungsgebäude verteilt sind, erhalten Mitarbeitende auf humorvolle Art und Weise Anreize nachhaltig zu agieren. Beispielsweise soll die Darstellung des Kalorienverbrauchs und die damit bereits verbrannten Erdbeeren oder Tomaten pro Stockwerk als Anreiz dienen, die Treppe statt den Aufzug zu wählen.
- Neben den Mitarbeitenden werden auch andere Stakeholdergruppen wie Gastveranstalter, AusstellerInnen oder BesucherInnen durch kleine Aktionen angesprochen. So bietet die Messe Stuttgart ihren Gastveranstaltern beispielsweise einen Leitfaden zur nachhaltigen Veranstaltungsorganisation mit Punkten, welche bei der Planung mitgedacht bzw. umgesetzt werden sollten. Zudem wird die Bühne, welche die Messe bietet verstärkt dazu genutzt, um Anreize zum Umdenken zu platzieren. Hierzu mehr unter Leitsatz 8 „nachhaltige Innovationen“.

INDIKATOREN

Verschiedene interne und ein externer Vortrag sowie ein Workshop und eine Begehung fanden im Rahmen des fünften Nachhaltigkeitstages statt. Im Mittelpunkt stand die Gesundheit und klimabewussten Ernährung. Die Teilnahme am Nachhaltigkeitstag ist für alle Teilnehmenden freiwillig und während der allgemeinen Arbeitszeit. Daher ist es schwierig, eine Zielsetzung für die Steigerung der Kennzahlen zu finden. Zusammengefasst lässt sich sagen, dass die Aktion einen nachhaltigen Beitrag zum Involvement aller Teilnehmenden leistet und daher wird das Ziel verfolgt

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

auch für das Jahr 2024 wieder ein spannendes Programm auf die Beine zu stellen, um noch mehr Mitarbeitende zu erreichen und einen echten Mehrwert für alle zu bieten.

AUSBLICK

Auch im kommenden Jahr möchten wir an unserem Nachhaltigkeitstag festhalten und den Mitarbeitenden Möglichkeiten geben, sich zu informieren, aktiv einzubringen und offene Fragen beantwortet zu bekommen. Neben den internen Stakeholdern wollen wir verstärkt den Dialog zu den externen Anspruchsgruppen suchen und Anreize für eine nachhaltige Veranstaltungsdurchführung liefern.

Geplante Aktivitäten:

- Durchführung des fünften Nachhaltigkeitstages in Q3
- Gezielte Anreize und Möglichkeiten für einen nachhaltigen Messebesuch sowohl als Ausstellende, Besuchende und Gastveranstalter bieten und fördern

Unser Ziel:

- Involvement und transparente Information an unsere Mitarbeitenden
- Anreize für eine nachhaltige Veranstaltungsdurchführung bei all unseren Stakeholdern schaffen

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Sowohl die Motivation als auch die Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden werden in unserem Unternehmen als wichtige Bausteine für den Unternehmenserfolg angesehen. Zur Steigerung dieser beiden Faktoren ist es notwendig, dass sich die Mitarbeitenden mit dem vom Unternehmen postulierten und im Leitbild verankerten Konzept des nachhaltigen Wirtschaftens identifizieren können. Dazu muss dieses entsprechend kommuniziert und durch das Management vorgelebt werden. Eine wichtige Rolle spielen hierbei zudem das Vorhandensein attraktiver Arbeits- und Weiterentwicklungsbedingungen im Unternehmen sowie die Einbeziehung der Angestellten in Überlegungs- und Entscheidungsprozesse. Schlussendlich beeinflussen Motivation und Zufriedenheit in hohem Maße die Arbeitsqualität und Produktivität. Fernerhin sind wir der Überzeugung, dass Fairness und Vertrauen durch nachhaltige Unternehmensführung gefördert werden, woraus ein angenehmes Betriebsklima resultiert. Die individuelle Weiterentwicklung unserer Beschäftigten liegt uns genauso am Herzen wie deren Wohlbefinden. Daher ist es essenziell, den engen Kontakt zu den Mitarbeitenden zu suchen, um deren Belange zu hören, zu verstehen und in den Unternehmensplanungsprozess zu integrieren. Durch verstärkte Maßnahmen im Bereich des Mitarbeiterwohlbefindens erhoffen wir uns, die Zufriedenheit, Gesundheit und Loyalität unserer Mitarbeitenden stetig zu erhöhen. Die Achtung von Menschen- und Arbeitnehmerrechten genießt bei unserem Denken und Handeln oberste Priorität. Dies haben wir bereits durch den Beitritt zum Kodex „fairpflichtet“ öffentlich bekundet, indem wir uns den folgenden Leitsätzen verschrieben haben:

Leitsatz 6: „Der ‚nachhaltige Arbeitgeber‘ erfüllt eine anspruchsvolle Sozialkompetenz gegenüber seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, steigert deren Qualifikation und sichert die Beschäftigung.“

Leitsatz 7: „Aus Respekt vor den Menschen setzt sich der ‚nachhaltige Unternehmer‘ für die Einhaltung der Menschenrechte ein und richtet sich gegen jede Form von Diskriminierung und Korruption.“

Auch für dieses Jahr ist festzuhalten, dass all unsere bisherigen Maßnahmen (s. u.) weiterhin bestehen, jedoch je nach Verlauf der Pandemie und zu Zeiten der Kurzarbeit zu Teilen „eingefroren“ werden mussten.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Beitritt zum Kodex „fairpflichtet“
- Leistungsgerechte Vergütung: Das über alle Arbeitnehmergruppen hinweg gestaltete Entgeltsystem des Tarifvertrags des öffentlichen Dienstes gewährleistet eine faire, transparente

WEITERE AKTIVITÄTEN

und dynamische Vergütung. Leistungsbezogene Komponenten berücksichtigen darüber hinaus individuelles Engagement und Höchstleistungen

- Sozialeleistungen und Vergünstigungen: Umfangreiche Sozialeleistungen und Vergünstigungen runden das Einkommen ab. Dazu gehören vermögenswirksame Leistungen, Zuschuss zur Kinderbetreuung sowie der kostenfreie Zutritt zu unseren Eigenveranstaltungen für die Mitarbeitenden und deren Familie
- Betriebliche Altersvorsorge: Auch wenn unsere Mitarbeitenden in den Ruhestand gehen, soll für sie gesorgt sein. Dabei hilft unsere betriebliche Altersvorsorge, die Zusatzversorgungskasse (ZVK). Mit der Rente aus der Zusatzversorgung des öffentlichen Dienstes erhalten sie neben der gesetzlichen Alterssicherung eine überwiegend durch die Messe Stuttgart finanzierte betriebliche Altersversorgung
- Weiterbildungsangebot: Wir bieten unseren Mitarbeitenden ein breit gefächertes Weiterbildungsangebot, das ihre berufliche Entwicklung vorantreibt und unterstützt: Sprachtrainings, interne und externe Seminare, Wirtschaftsführerschein, EDV-Führerschein. Hinzu kommen Ausbildungsplätze in verschiedenen Berufen
- Gesundheitsmanagement: 365 Tage im Jahr unterstützt die Messe Stuttgart ihre Mitarbeitenden in Sachen Gesundheit. An einem Tag im Jahr steht das Thema ganz besonders im Vordergrund: Tests und Übungen helfen, die eigene Gesundheit zu reflektieren und sich dabei die Wirkung des eigenen Handelns auf die Gesundheit ins Bewusstsein zu rufen. Zusätzlich bieten wir Aktionstage, die Gesundheitsthemen in den Messealltag integrieren
- Freizeitaktivitäten: Betriebssport fördert nicht nur die Gesundheit, die gemeinsame Bewegung stärkt den Zusammenhalt der Belegschaft, verbessert das Betriebsklima, baut Stress ab und motiviert zu Höchstleistungen. Deshalb bieten Mitarbeitende der Messe Stuttgart ihren Kolleginnen und Kollegen ein umfassendes Betriebssport-Programm. Dieses umfasst Angebote wie Fußball, Tennis und Laufgruppen
- Mobiles Arbeiten: Wir bieten unseren Mitarbeitenden die Möglichkeit, mobil zu arbeiten. Dies trägt zu einer besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf bei
- Sabbatical: Ein Sabbatical ermöglicht es den Mitarbeitenden, sich eine „Auszeit“ vom Arbeitsalltag zu nehmen. Das Sabbatical wird in Form eines Blockzeitmodells durchgeführt und setzt sich aus einer Aktiv- und Freistellungsphase zusammen. Wir freuen uns, ein solches Instrument als moderne Form der Arbeitszeitgestaltung anbieten zu können
- Leibliches Wohl: Für jeden Geschmack etwas dabei: Eine Vielzahl von Verpflegungsmöglichkeiten garantiert Abwechslung und trifft jeden Geschmack. Unsere Messe-Restaurants, Bistros oder der mobile Brötchenservice – die Mitarbeitenden entscheiden Tag für Tag, wo und wie sie sich verpflegen möchten
- Mobilität: Wir möchten, dass unsere Mitarbeitenden mobil sind. Sie können von unserem Firmenticket und einem Zuschuss für ihre Jahresfahrkarte des Stuttgarter Verkehrsverbunds profitieren oder unsere kostenfreien Mitarbeitendenparkplätze nutzen
- Betriebsrat für Mitarbeitendenbelange/JAV für die Belange von jungen Mitarbeitenden

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Lernprogramm AGG

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Flexible Arbeitszeitmodelle werden genutzt und ermöglichen eine gute Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- Außenwahrnehmung der Messe Stuttgart als innovatives und mitarbeitendenfreundliches Unternehmen (u. a. auch durch Auszeichnungen wie TOP JOB)
- Reaktivierung und Neukonzeption des Innovationsmanagement in eine Ideenwerkstatt. Durch die Umgestaltung soll das Mitarbeiterengagement, deren Ideen und Kreativität weiter gefördert und gewürdigt werden.

Ausblick:

- Kontinuierliche Anpassungen an aktuelle Arbeitsmarktentwicklungen zum Vorteil unserer Mitarbeitenden
- Die Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden wird zukünftig genauer in den Fokus genommen: Hierzu wird einmal pro Jahr eine Befragung der Mitarbeitenden zu den Themen Angebote und Leistungen für ArbeitnehmerInnen der Messe Stuttgart durchgeführt (s. o.). Folgende Themen sind u. a. Bestandteil der Befragung: Arbeitssituation, Arbeitsplatz und Arbeitsbedingungen, Firmenkultur, interne Kommunikation, Karriere und Weiterentwicklung sowie die Unternehmensverbundenheit
- Nach Jahren der Pandemie, welche geprägt waren von Isolation, Mobiles Arbeiten und Kurzarbeit muss der Fokus wieder vermehrt auf ein empathisches und wertschätzendes Miteinander gesetzt werden.
- Einführung der Ideenwerkstatt für mehr intrinsische Innovationskraft.

LEITSATZ 02 – MITARBEITENDENWOHLBEFINDEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Gesundheit (Betriebssport, ergonomischer Arbeitsplatz etc.)
- Regelmäßige Morgenandachten mit anschließendem Gesprächsangebot von den kirchlichen Diensten für Mitarbeitende
- Seelsorge sowie weitere kirchliche Dienste
- Jährlicher Betriebsausflug sowie ein jährlich stattfindendes Sommerfest
- Betriebskantine mit Zuschüssen für Mitarbeitende
- Weiterbildungsprogramme wie Seminare oder Workshops
- Diverse Mitarbeitendengespräche
- Intranet SIMS zum unternehmensinternen Austausch und Informieren

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Kostenloses Parken für Mitarbeitende auf dem Gelände
- Bereichsinterne Weihnachtsfeier sowie Teambuildingmaßnahmen
- Betriebsarzt
- Diverse Mitarbeitendenbefragungen (z. B. Zufriedenheit, wesentliche Nachhaltigkeitsthemen, Mitarbeitermobilität)
- Arbeitskreis Nachhaltigkeit zum gemeinsamen Austausch und zur Förderung des Mitarbeitenden-Engagements.

Ausblick:

Auch zukünftig wollen wir Maßnahmen und Aktivitäten in dem Bereich Mitarbeitendenwohlbefinden stärken und vorantreiben. Zum einen sollen hierbei sowohl die Erkenntnisse aus der jährlichen Umfrage als auch die gemeinsam erarbeiteten Handlungsempfehlungen des Arbeitskreises Nachhaltigkeit genutzt werden.

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Unsere Beschäftigten stellen eine sehr wichtige Anspruchsgruppe dar. Wir sind daher mit ihnen in engem Austausch und bemüht, ihre Interessen und Wünsche möglichst adäquat in unseren Planungsprozessen zu berücksichtigen. Wo dies nicht möglich ist, wird transparent dargestellt, warum beispielsweise die Umsetzung eines gewissen Vorschlags nicht möglich war. Externe Anspruchsgruppen informieren wir regelmäßig zu aktuellen Entwicklungen und Themen. Darüber hinaus treten wir kontinuierlich in den Dialog mit externen Stakeholdern, um Wünsche und Anregungen in Erfahrung zu bringen, z. B. durch Befragungen und persönliche Gespräche. Auch unsere NachbarInnen im direkten Umfeld des Messegeländes sind für uns eine wichtige Anspruchsgruppe.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Regelmäßige Gespräche mit den Mitarbeitenden
- Info-Talk mit der Geschäftsführung
- Strategietage zur Weiterentwicklung der Messen
- Systematisiertes Ideenmanagement in Form einer Ideenwerkstatt
- Transparente Darstellung von Unternehmensentscheidungen
- Pressekonferenzen bzw. -mitteilungen
- Präsentation aktueller Themen und Entwicklungen auf der Website der Messe
- Kontinuierlicher Dialog mit Besuchern, Ausstellern, Kunden
- Stakeholder-Veranstaltungen (z. B. Informationsgespräche, Presseveranstaltungen)
- Einbeziehung der Stakeholder bei neuen Bauvorhaben

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Regelmäßige Befragungen der Anspruchsgruppen: Ausstellende, Besuchende, Presse, Gastveranstaltungen, Imageanalyse in der Region sowie Befragungen der Mitarbeitenden
- Beiratssitzungen
- Regelmäßiger Austausch mit anderen Anspruchsgruppen (z. B. Flughafen, Stadt Stuttgart, Taxiunternehmen, Hotels, etc.) zu erwarteten Teilnehmerzahlen bei Messen, Sicherheitsstandards, Verkehrsaufkommen, Mobilitätsangebot etc.
- Optimierte bauliche Barrierefreiheit des Messegeländes

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Durch die regelmäßige und systematische Einbindung sämtlicher Stakeholder erhöht sich die Glaubwürdigkeit der Unternehmenshandlungen
- Durch die frühzeitige Einbindung von Stakeholder werden Mehrwerte für das Unternehmen geschaffen, u. a. steigt dadurch die Akzeptanz für Unternehmensentscheidungen

Ausblick:

Die oben genannten Aktivitäten sollen kontinuierlich ausgebaut und verstetigt werden. Zur Entwicklung der ganzheitlichen Nachhaltigkeitsstrategie der Messe Stuttgart wird eine Stakeholderbefragung stattfinden. Die Einschätzung zur Relevanz der einzelnen Nachhaltigkeitsthemen für die Messe Stuttgart aus Sicht der Stakeholder ist für die Entwicklung von großer Bedeutung. Die Anforderungen der einzelnen Anspruchsgruppen sollen aufgezeigt werden, um diesen langfristig nachzukommen. Zudem sollen die Ziele, und Maßnahmen, wann immer möglich, messbar gemacht werden, sodass der Fortschritt transparent an die Anspruchsgruppen kommuniziert werden kann.

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Mit dem Bau der Halle 10, der „Paul Horn Halle“ (Fertigstellung 2018), wurde sich bewusst für eine moderne, aber auch nachhaltige Bauweise entschieden: Sie ist die erste Halle auf dem Gelände der Messe Stuttgart, deren Dachtragwerk nicht aus Stahl, sondern aus Holz besteht. Laut Thomas Glawa, Bereichsleiter Bau- und Facility Management der Messe Stuttgart, wurde der ursprüngliche Entwurf des Neubaus 2001 neu interpretiert und mit dem nachwachsenden, CO₂-neutralen Rohstoff Holz umgesetzt. Aber nicht nur beim Bau der Halle 10 sondern auch für weitere geplante Baumaßnahmen spielt das Thema eine zentrale Rolle. Zudem hat sich die Messe Stuttgart zum Ziel gesetzt die Mitarbeitenden und Stakeholder, wie Ausstellende und Besuchende für einen bewussten Umgang mit Ressourcen zu sensibilisieren und wann immer es möglich ist ressourcenschonend zu agieren.

Maßnahmen und Aktivitäten:

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Moderne Bauweise bei Neubauten (z. B. der Paul Horn Halle (Halle 10))
- Effizienz in den Baueinrichtungen: effiziente Gas-Brennwerttechnik, ökologisch fortschrittliche Klimaanlage in den Hallen, Wärmegewinnungsrücklage, energieeffiziente und moderne Veranstaltungstechnik, wassersparende Armaturen, Austausch der Leuchtmittel in den Messehallen mit LED-Technik. Seit Jahren werden LED-Leuchtmittel in den Nebenräumen im Rahmen der Instandhaltung eingesetzt, bzw. getauscht. Die Paul Horn Halle (Halle 10) sowie der Eingang West wurden im Rahmen des Neubaus 2018 vollständig mit LED-Technik ausgestattet
- Tageslicht in den Messehallen und in den Tagungsräumen des ICS-Kongresszentrums
- Keine Klimaanlage im Verwaltungsgebäude (Betonkernaktivierung)
- Rückführung des Niederschlagswassers in den Wasserkreislauf
- Nutzung von Speiseresten und -öl für die Herstellung von Biogas und Biodiesel
- Einführung eines neuen Farbleitsystems für das Wertstoffmanagements und zur Erhöhung der Recyclingquote bei gleichzeitiger Reduzierung der Restmüllmengen.
- Separate Pfandflaschen-Sammelbehälter in den Eingangsbereichen Ost- und West
- 3 Retentionsbecken mit insgesamt 10.860 m³ Rückhaltevolumen zur natürlichen Säuberung des Niederschlagswassers
- Nutzung eines Teils des Dachregenwassers, um Verdunstungsmenge der Wasserarkaden auszugleichen und in Trockenzeit Grünflächen zu bewässern
- Dachbegrünung auf allen Hallen
- Nachhaltige Werbegeschenke (z. B. Kugelschreiber aus recycelten PET-Flaschen, Bienenwachstücher)
- Aufzeigen energiesparender Handlungen: z. B. beim Verlassen des Arbeitsplatzes nach Feierabend den PC herunterfahren, Bildschirm ganz ausschalten, Fenster schließen, Licht ausschalten etc.
- Mitarbeitende werden angehalten, so wenig wie möglich zu drucken und die Anzahl der Farbdrucke soll stark reduziert werden. Fehlerhaft bedrucktes Papier soll für eigene Notizen wiederverwendet werden und die Voreinstellung der Drucker ist auf doppelseitigen Druck. Ein großer Teil der Tischdrucker wurde abgeschafft.
- Bei Eigenveranstaltungen weitestgehend keine Teppichverlegung mehr in den Gängen der Messehallen
- Ökologisch zertifizierte Reinigungsmittel
- Kombiticket für die Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln
- Abfallinseln zur Trennung von Müll auf dem gesamten Messegelände
- Fair-Food-Markt für die Mitarbeitenden der Messe Stuttgart: Seit 2019 besitzt die Messe Stuttgart einen hausinternen Fair-Food-Markt, sprich einen Kühlschrank sowie ein Regal für ein hausinternes „Foodsharing“. Über ein Workspace im Intranet SIMS werden die Mitarbeitenden

WEITERE AKTIVITÄTEN

über Lebensmittel und Produkte informiert, die gerade im Fair-Food-Markt der Messe Stuttgart abzuholen sind.

- Die Ausstellenden haben die Möglichkeit, nach Messeschluss den Teppich und die Blenden mitzunehmen
- Motivation der Mitarbeitenden zum Nutzen der ökologischen Suchmaschine Ecosia – der Suchmaschine, die Bäume pflanzt
- Verwenden von ökologisch zertifizierten Toilettenpapieren und Papierhandtüchern: Beide Papiere bestehen zu 100 % aus recycelten Tetra Paks
- Kein Einweggeschirr bei Messen wie z. B. Markt des guten Geschmacks – die Slow Food Messe
- Die Onlineanmeldungen für die Ausstellenden sowie die digitalen Ein- und Ausgangsrechnungen bei der Messe Stuttgart ermöglichen einen papierlosen Workflow
- Recyclingaktion: Verwendung von alter Beflaggung für die Herstellung von Taschen, Angebot von Teppichfliesen als Alternative zur herkömmlichen Teppichverlegung

Ergebnisse und Entwicklungen:

Es werden laufend Maßnahmen implementiert, um den Ressourcenverbrauch zu verringern und wenn möglich auf nachwachsende Rohstoffe zurückzugreifen. Merkwürdig verankert sich das Thema Nachhaltigkeit stärker in den Köpfen aller Mitarbeitenden und sie bringen eigenen Ideen und Maßnahmen ein.

Ausblick:

Die oben genannten Aktivitäten sollen kontinuierlich ausgebaut und verstetigt werden. Dazu wird laufend überprüft, wie darüberhinaus Ressourcen geschont werden können. Für das Wertstoffmanagement wurde innerhalb eines Arbeitskreises beispielsweise eine Roadmap erstellt, um das Ziel zu erreichen, eine sortenreinere Abfalltrennung zu erhalten, sodass die Recyclingquote erhöht werden kann. Die Einführung des hier entstandenen Farbleitsystems wird 2024 eingeführt.

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Zusätzlich zu den im WIN-Charta-Zielkonzept festgelegten Maßnahmen und Aktivitäten handelt die Messe Stuttgart bereits in folgenden Bereichen emissionsreduzierend:

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Stromproduktion durch Sonnenkollektoren auf den Messedächern
- Bezug von CO₂-neutralem Strom aus Wasserkraft
- Fortlaufende Überwachung des Energieverbrauches

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Innovatives Schichtlüftungssystem: Reduzierung des Stromverbrauches
- Ökologisch fortschrittliche Kältespeicheranlagen: nächtliche Eisherstellung mittels CO₂ - neutralem Strom zur Entlastung der Kältemaschinen während Spitzenlastzeiten
- Abgaswärmetauscher zur Wärmeerzeugung
- Wärmerückgewinnungsanlagen an Lüftungsanlagen
- Geringer Energieaufwand für Beleuchtungszwecke durch bevorzugte Tageslichtnutzung in ICS-Räumen und teilverglaste Fassaden und umlaufendes Lichtband in Messehallen und Rundgang
- Sukzessive Umstellung der Beleuchtungstechnik auf LED
- Ausstattung der Arbeitsplätze mit energiesparenden Mini PCs
- Ozonfreie Drucker
- EnBW-Stromtankstelle auf dem Messegelände sowie 15 weitere mobile Ladepunkte für Ausstellende
- ChargerCube für kostenfreies Laden von E-Bikes und Pedelecs am Eingang Ost
- Seit 2020 ist der Paketversand über unseren Partner GLS KlimaProtect zu 100 % klimaneutral

Ergebnisse und Entwicklungen:

Die sich in der Fertigstellung befindende Klimaschutz-Roadmap wird uns dabei unterstützen sukzessive weitere Maßnahmen gegen einen erhöhten Energie- und Emissionsverbrauch zu ergreifen.

Ausblick:

Die oben genannten Aktivitäten sollen kontinuierlich ausgebaut und verstetigt werden.

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Viele unserer Veranstaltungen sind seit Jahrzehnten am Markt etabliert und zählen teilweise zu den Leitmesse in ihrer Branche. Die Messe Stuttgart strebt eine nachhaltige Entwicklung und kontinuierliche Weiterentwicklung ihrer Messen an. Ziel ist es die negativen Umwelteinflüsse zu reduzieren, den ökologischen Fußabdruck zu minimieren und die soziale Gerechtigkeit sowie den wirtschaftlichen Erfolg zu erhöhen.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Leitfaden / Checkliste für nachhaltige Veranstaltungsorganisation
- Implementierung diverser Projekte zur Ressourcenschonung z. B. Arbeitskreis Werstoffmanagement, welcher sich um Maßnahmen/Anreize für sortenreinere Abfallqualitäten kümmert; Konzeptausarbeitung für energetische Sanierung; Toiletten- und Handtuchpapier aus recycelten Tetra-Packs; weitestgehende Einsparung von Teppichen in den Messegängen während Eigenveranstaltungen etc.
- Lieferantenabfrage durch den Zentraleinkauf

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Veröffentlichung der Ergebnisse aus Ausstellenden- und Besuchendenbefragungen
- Zertifizierung der Messen durch die FKM

Ergebnisse und Entwicklungen:

Eine nachhaltige Entwicklung in der Veranstaltungsorganisation wird Schritt-für-Schritt vorangetrieben. So laufen derzeit mehrere Projekte, welche eine Ressourcenschonung erbringen sollen. Desweiteren bringen Mitarbeitende während der Projektplanung eigene Ideen ein.

Die Beschaffungen der Messe Stuttgart erfolgen auf Basis der „Einkaufsgrundsätze der Messe Stuttgart“ der allgemeinen Einkaufsrichtlinie. Der darin enthaltene Grundsatz „Umweltbewusstsein“ weist bei Produkt- und Dienstleistungseinkäufen auf den effizienten Umgang mit Ressourcen hin und fordert die Mitarbeitenden im Sinne des „Green Statement“ auf, bei der Produkt- und Dienstleistungsauswahl die Themen Recycling, Entsorgung, Verpackung und Transport angemessen zu berücksichtigen. Diese Einkaufsgrundsätze wurden 2019 durch die Abteilung Einkauf erweitert. Neu in der Einkaufsrichtlinie war der Hinweis auf die WIN-Charta und die Verlinkung auf die 12 Leitsätze. Bei der Abfrage ergänzt zum „Stellenwert des Umweltschutzes“ wurde 2019 die Frage nach dem konkreten Beitrag des Unternehmens im Rahmen der Erfüllung des Vertragsverhältnisses mit der Messe zur Nachhaltigkeit und zum Umweltschutz. Außerdem wurde die Frage ergänzt, welche konkreten Maßnahmen (z. B. zur Reduktion des CO₂-Footprints) im Unternehmen durchgeführt werden.

Bei Marktabfragen (= Ausschreibungen) werden potenzielle Lieferanten über das „Green Statement“ der Messe Stuttgart informiert und aufgefordert, ihren Beitrag zum nachhaltigen Handeln darzustellen. Im Entscheidungsprozess spielt neben weiteren Kriterien auch das Umweltbewusstsein des jeweiligen Unternehmens eine wichtige Rolle.

Ausblick:

Wir möchten den Wertschöpfungsprozess und -zyklus ausgewählter Dienstleistungen und Produkte zukünftig noch intensiver auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen. Dabei wird sich z. B. bei der Lieferantenauswahl stärker an Nachhaltigkeitskriterien orientiert. Bei der geplanten Digitalisierung des gesamten Beschaffungsprozesses sollen bereits bei der Registrierung von potenziellen Lieferanten definierte Nachhaltigkeitsbedingungen geprüft werden, damit diese als Stammlieferanten zugelassen werden können. Darüber hinaus soll klar kommuniziert werden, welche nachhaltigkeitsbezogenen Anforderungen die Messe Stuttgart an ihre Lieferanten hat.

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

In einem regional verwurzelten, mittelständischen Unternehmen wie unserem, besitzen die Sicherung des Unternehmenserfolges bzw. der Arbeitsplätze hohe Relevanz.

Maßnahmen und Aktivitäten:

2023 konnten wir, nach den pandemiebedingt herausfordernden Jahren, wieder in einen Regelbetrieb einsteigen. Dabei waren unsere Mitarbeitende über die Maßen gefordert, da viele Prozesse und Abläufe neu durchdacht und digitalisiert werden mussten. Das Jahr hat aber auch gezeigt, dass unser Veranstaltungsgelände nach coronabedingter Pause wieder gefragt ist.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Im Jahr 2023 konnten alle geplanten Veranstaltungen ohne Einschränkungen stattfinden. Dies hatte auch Auswirkungen auf die Belegschaft. Es wurden wieder viele Neueinstellungen getätigt und durch die Einführung neuer Prozesse und digitaler Services auch neue Stellen geschaffen.



Ausblick:

Für das kommende Jahr 2024 sind wieder viele große Messen geplant, welche das ganze Gelände nutzen. Um den logistischen Herausforderungen besser begegnen zu können, wird ein neues Tool zum Einfahrtsmanagement eingeführt. Diese soll die Verkehrsströme entzerren und somit das Staurisiko und Fahrzeugaufkommen während der Auf- und Abbauphasen optimieren.

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Siehe Schwerpunktthema 2.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Den Mitarbeitenden werden jährlich die Geschäftsentwicklungen des vergangenen Geschäftsjahres transparent in der Betriebsversammlung dargestellt
- Direkt nach den Aufsichtsratssitzungen werden die Mitarbeitenden im Rahmen des Info-Talks mit der Geschäftsführung über aktuelle Entwicklungen und Entscheidungen informiert
- In der jährlich stattfindenden Jahrespressekonferenz informieren wir die Öffentlichkeit über die Unternehmensentwicklung, Unternehmenszahlen und zukünftige Projekte
- Darüber hinaus sind die Beteiligungsberichte der Stadt Stuttgart und des Landes Baden-Württemberg jederzeit online verfügbar und einsehbar

Ergebnisse und Entwicklungen:

Durch die Transparenz gegenüber unseren Stakeholdern steigt das Vertrauen in das Unternehmen, die Akzeptanz für Entscheidungen erhöht sich entsprechend.

Das Sondervermögen der ProNM wurde in Deka-Nachhaltigkeit Kommunal umbenannt. Folgende Änderungen sind bis 30. Dezember 2019 in Kraft getreten: Die Investition in Wertpapiere erfolgt seitdem nur noch in solche, die nach Grundsätzen der Nachhaltigkeit ausgewählt werden.

Ausblick:

Wir möchten dieses hohe Maß an Transparenz beibehalten und es noch ausbauen, wo es möglich ist.

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben
- Etablierung eines Verhaltenskodex zur Vermeidung von Korruption, der für alle Mitarbeitenden Verblindlichkeit besitzt
- Etablierung eines Compliance-Boards, das präventive Aufgaben wahrnimmt (insbesondere Identifikation von unternehmensspezifischen Compliance-Themen und die Beratung der Geschäftsführung, wie mit diesen Themen umzugehen ist). Gleichzeitig ist das Compliance-Board zentrale Anlauf- und Beratungsstelle für Fragen und Anregungen zum Thema Compliance für die Mitarbeitenden der Messe Stuttgart

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Des Weiteren gibt es diverse Richtlinien zu den Themen Einkauf, Gegengeschäfte, Reisekosten, Unterschriftenregelung sowie Geschenke

Ergebnisse und Entwicklungen:

Bislang liegen keine Korruptionsverdachtsfälle innerhalb des Unternehmens vor.

Ausblick:

Wir möchten durch die oben genannten Maßnahmen auch weiterhin dafür Sorge tragen, dass Korruption in unserem Unternehmen keinen Raum einnimmt.

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wo es möglich und sinnvoll ist, werden langfristige Kooperationsbeziehungen mit regionalen Zulieferern und Dienstleistern angestrebt, z. B. wird ein großer Teil des Caterings von regionalen Anbietern bezogen
- Stärkung der Region durch Veranstaltungen: Weiterentwicklung der Messen zur Wirtschaftsförderung Baden-Württemberg
- Umwegrentabilität als sekundärwirtschaftlicher Effekt
- Regional- sowie Publikumsmessen
- Regionale Partnerschaften bei Hallenbezeichnungen (Paul Horn, Oskar Lapp, L-Bank, Alfred Kärcher, Ceratizit, Mahle) und Grünanlagen (Teinacher Kaskaden)
- Vermehrter Einkauf von Werbegeschenken aus der Region
- TOP-JOB-Arbeitgeber in der Region Stuttgart, Schaffung von Arbeitsplätzen

Ergebnisse und Entwicklungen:

Die Beziehung zu unseren regionalen Anspruchsgruppen ist von großem gegenseitigem Respekt geprägt. Dies hat beispielsweise sehr gut funktionierende und langfristige Lieferantenbeziehungen zur Folge.

Generell erfolgt eine Stärkung der Region durch Regional- als auch Publikumsmessen. Mit der Lage „Mitten im Markt“ sowie der Erweiterung des Geländes hat die Messe Stuttgart eine gute Basis zur Weiterentwicklung von Messen zur Wirtschaftsförderung Baden-Württembergs. Zudem lässt sich die

WEITERE AKTIVITÄTEN

Umwegrentabilität als wirtschaftlicher Sekundäreffekt (Rückfluss von erhöhten Steuereinnahmen) als weiteres Ergebnis nennen.

Ausblick:

Wir möchten auch künftig darauf achten, dass wir bei all unseren Aktivitäten in erster Linie einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften, erbringen. Dies kann beim wirtschaftlichen Sekundäreffekt der Umwegrentabilität beginnen und beim Einkauf regionaler Produkte enden. Gerade nach einem Jahr wie diesem ist es wichtig, die wirtschaftliche Stärkung der Region durch die Erweiterung von Geschäftsmodellen weiter im Fokus zu behalten.

Ab 2024 führen wir ein digitales Einfahrtsmanagementtool ein. Damit können wir die Messeverkehrslogistik auf unserem Gelände steuern. Damit entlasten wir das öffentliche Verkehrsnetz und können dazu beitragen, dass es in Spitzenzeiten zu weniger Staubelastungen im Umfeld der Messe kommt.

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Siehe Schwerpunktthema 3.

6. Unser WIN!-Projekt

Mit unserem WIN!-Projekt leisten wir einen Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Am 24. Oktober rücken wir im Rahmen des hauseigenen Nachhaltigkeitstags den Leitgedanken #gemeinsamnachhaltig in den Mittelpunkt.

Geschäftsführer Stefan Lohnert: "Mit dem Nachhaltigkeitstag richten wir als Messe Stuttgart den Fokus auf die Vielfalt der Handlungsfelder, um einen gemeinschaftlichen und individuellen Beitrag kontinuierlich voranzutreiben. Wir laden ausdrücklich alle Kolleginnen und Kollegen dazu ein, sich die Zeit einzuräumen, ihre Kenntnisse an diesem Tag auszubauen und neue Impulse zu gewinnen."

Der diesjährige Themenschwerpunkt des Programms liegt auf dem klimabewussten Umgang mit unseren Lebensmitteln und einem achtsamen Verhältnis zu unserer Gesundheit. Ein besonderer Höhepunkt wird ein exklusives Interview mit Timo Hildebrand sein.

Exklusiv zu Gast: Timo Hildebrand

Der ehemalige Fußballtorwart des VfB Stuttgart und der deutschen Nationalmannschaft setzt sich heute für eine rein pflanzliche Ernährung ein. Seit 2021 führt er zusammen mit dem Künstler Tim Bengel das vegane Restaurant vhy! im Stuttgarter Westen. Zum Interview werden Probierhäppchen aus der Restaurantküche gereicht.



Parallel zum Rahmenprogramm fanden zwischen 9 bis 16 Uhr individuelle Body-Checks durch die Barmer Krankenkasse statt.

Auch konnten sich die Mitarbeiter zu Einführungen zum Umgang mit den Messe-E-Fahrzeugen, inklusive kurzer Fahrt und Probeladevorgang unterwegs, anmelden.



UNSER WIN!-PROJEKT

Weiter untermalt wird das Programm von Informationsvideos über Diversität und Chancengleichheit, sowie einer Buchauslage zu verschiedenen Nachhaltigkeitsthemen.

Passend dazu wird ein zukünftiger Bücherschrank im Verwaltungsgebäude eingeweiht. Zusätzlich soll aus den Rezepten der zur Mittagspause mitgebrachten Speisen eine Rezeptsammlung in Form eines digitalen Kochbuchs entstehen, welches Interessierten zur Verfügung gestellt wird.

Der Nachmittag war dann von einem Spaziergang zu den nördlich zum Messegelände gelegenen Retentionsbecken geprägt. Trotz anhaltendem Regen haben viele Mitarbeitende teilgenommen. Unter der Leitung von Frau Dr. Hübner, Biologin beim AG.L.N. Landschaftplanung und Naturschutzmanagement haben die Teilnehmenden viel gelernt. Das Regenwasser, welches über den versiegelten Flächen der Messe abregnet wird unterirdisch gesammelt und zu den Regensbecken geleitet. Hier wird es natürlich gefiltert und direkt vor Ort wieder in den Wasserkreislauf zurückgeführt. Große Regenmengen werden gezielt abgeleitet. Auf dem Weg zu den Becken lag der Fokus der Begehung auch auf den Ausgleichs- und Bracheflächen, welche durch die Messe Stuttgart gepflegt werden. Diese fügen sich sowohl optisch, also auch funktional optimal in die durch landwirtschaftlich genutzte Flächen ein. Sie bieten Schutz- und Nisträume für Insekten, Vögel und andere Tiere und sorgen somit für mehr Biodiversität in nächster Nähe. Durch diese Maßnahmen konnte unter anderem der Bestand von Auerhahn-Paaren wieder vermehrt, als auch das Kugelhornmoss wieder angesiedelt werden. Zudem finden die benachbarten Gemeinden hier eine schöne und abwechslungsreiche Landschaft für erholsame Spaziergänge.



UNSER WIN!-PROJEKT

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Personell wurde die Aktion durch zahlreiche Mitarbeitenden unterstützt, die sich durch eigenes Engagement und Ideen an der Planung und Durchführung beteiligt haben. Finanziell wurde der Tag durch die zusätzliche externen Beiträge unterstützt.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die Mitarbeiter konnten von diesem Nachhaltigkeitstag viel mitnehmen an Informationen zur eigenen Gesundheit, zur pflanzenbasierten Ernährung und zur Bedeutung der Biodiversität. In Zahlen lässt sich dies leider nicht messen.

AUSBLICK

Der Nachhaltigkeitstag soll weiterhin ein fester Bestandteil im Kalender unserer Mitarbeitenden bleiben. Die Themen werden gemeinsam und am Bedarf und an den Wünschen der Mitarbeitenden ausgerichtet und gestaltet werden. Im Themenspeicher finden sich Ideen zu allen Säulen der Nachhaltigkeit, also ökologische, soziale wie auch ökonomische.

7. Kontaktinformationen

Mitten im Markt

Messe Stuttgart



Ansprechpartnerin

Stefanie Böpple, Managerin Nachhaltigkeit & Neuproduktentwicklung

Telefon: 0711 18560-2552

E-Mail: stefanie.boepple@messe-stuttgart.de

Internet: www.messe-stuttgart.de

Impressum

Herausgegeben am 4. April 2024 von

Landesmesse Stuttgart GmbH

Messeplazza 1, 70629 Stuttgart (Germany)

Telefon: 0711 18560-0

Fax: 0711 18560-2440

E-Mail: info@messe-stuttgart.de

Internet: www-messe-stuttgart.de

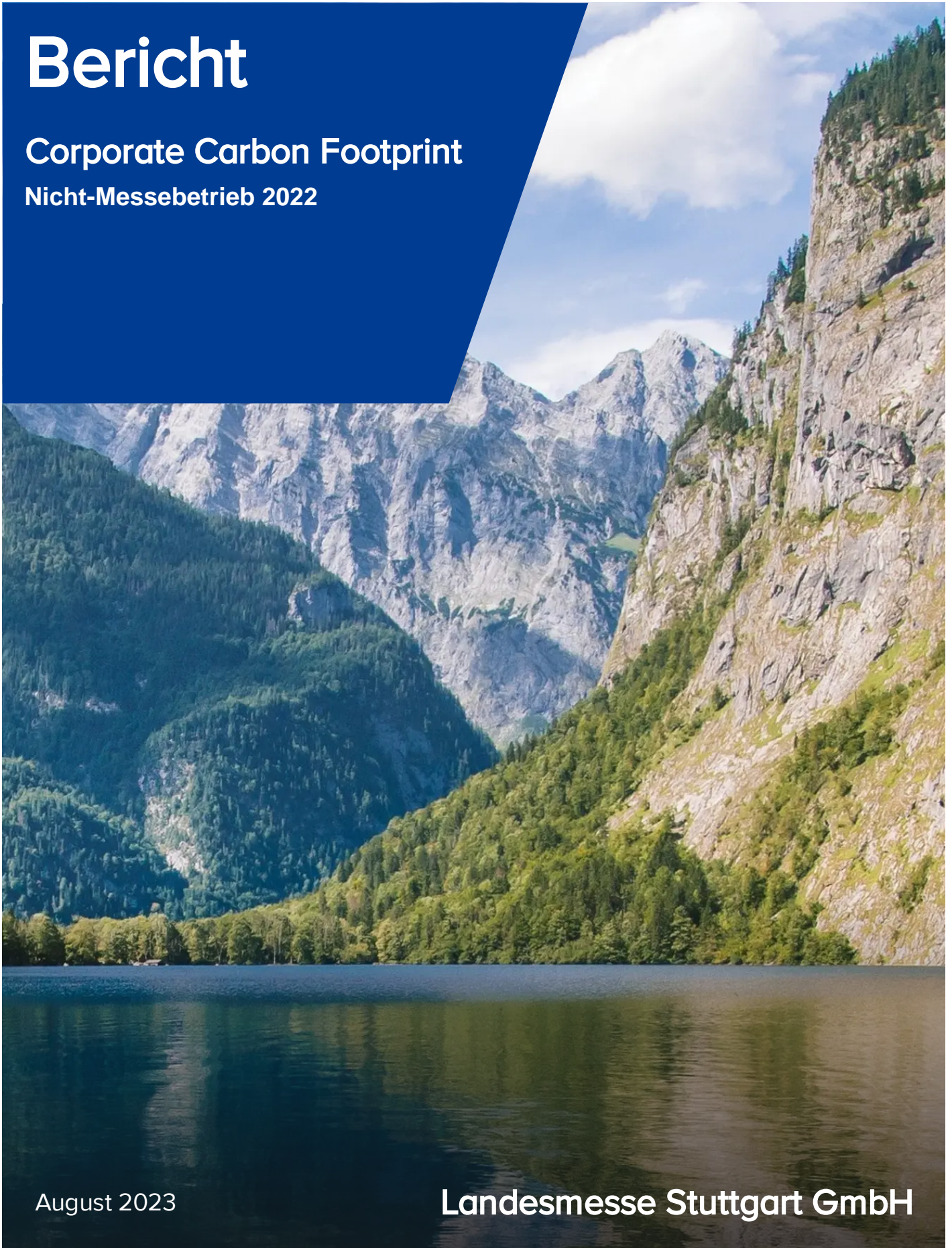
Änderungen vorbehalten, das Copyright des Bildmaterials obliegt der Landesmesse Stuttgart GmbH.

8. Anhang

Bericht

Corporate Carbon Footprint

Nicht-Messebetrieb 2022



August 2023

Landesmesse Stuttgart GmbH

Corporate Carbon Footprint

Landesmesse Stuttgart GmbH hat gemeinsam mit ClimatePartner für sein Unternehmen mehrere Corporate Carbon Footprints (CCFs) berechnet.

Ein CCF ist der CO₂-Fußabdruck eines Unternehmens: Er ist die Summe der CO₂-Emissionen, die das Unternehmen in einem festgelegten Zeitraum innerhalb der definierten Systemgrenzen verursacht hat. In diesem Bericht werden die verschiedenen CCFs als Gruppenbilanzierung **Corporate Carbon Footprint 2022 im Nicht-Messebetrieb** zusammengefasst und beinhalten folgende Einzelberechnungen: *Eingang Ost und West, Halle 1, Halle 10, Halle 3-9, Kongresszentrum ICS, Sonstiges und Verwaltung.*

Die Berechnungen erfolgten in Anlehnung an die Richtlinien des Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard (GHG Protocol).

CCF – die Grundlage für Klimaschutz

Berechnen, reduzieren, Klimaschutzprojekte finanzieren – das ist entscheidend für Klimaschutz im Sinne des Pariser Abkommens.

Die Grundlage für konkretes Handeln im Klimaschutz ist somit die Berechnung: Wer den Carbon Footprint kennt, weiß, wo CO₂-Emissionen entstehen und wie hoch diese sind. Gleichzeitig ermöglicht es der Carbon Footprint, Vermeidungs- und Reduktionspotenziale zu erkennen, Reduktionsziele festzulegen sowie entsprechende Maßnahmen zu entwickeln und umzusetzen. In den Folgejahren lässt sich anhand des Berichts überprüfen, ob die gesetzten Ziele erreicht wurden, in welchen Bereichen Fortschritte erzielt wurden und wo Emissionen noch stärker reduziert werden sollten.

Gesamtergebnis

Dies ist das Ergebnis der Emissionsberechnung für die Geschäftsaktivitäten der Landesmesse Stuttgart GmbH am Standort Stuttgart im Nicht-Messebetrieb* 2022.

CO₂-Emissionen

Ergebnis

Gesamtergebnis

3.677,34 t CO₂

Zum Vergleich



Die Emissionen entsprechen dem CO₂-Fußabdruck von 423 Europäerinnen und Europäern. Eine Person in Europa verursacht im Jahr durchschnittlich 8,7 t CO₂.¹

* Unter dem Nicht-Messebetrieb werden jene Emissionen erfasst, die die Landesmesse Stuttgart am Standort Stuttgart außerhalb des Messebetriebs verursacht oder die aufgrund der aktuell verfügbaren Datenlage nicht zwischen Messebetrieb und Nicht-Messebetrieb differenziert erhoben werden können.

1) Quelle: EEA 2019, Europäische Umweltagentur - European Environment Agency: EEA greenhouse gas - data viewer, EU-27 value for total emissions with international transport (CO₂e), unter: <https://www.eea.europa.eu/data-and-maps/data/data-viewers/greenhouse-gases-viewer> (abgerufen am 31.01.2022)

CCF im Jahresvergleich

Die folgende Übersicht stellt die Entwicklung der Gesamtergebnisse der Corporate Carbon Footprints der Landesmesse Stuttgart GmbH am Standort Stuttgart im Nicht-Messebetrieb seit 2019 dar.*

Tabelle 1: Entwicklung der CO₂-Emissionen der Landesmesse Stuttgart, Standort Stuttgart im Nicht-Messebetrieb seit 2019

Bilanzierungsjahr	Gesamtergebnis (t CO ₂)
2022	3.677,3
2021	3.287,4
2020	2.597,1
2019	3.600,5

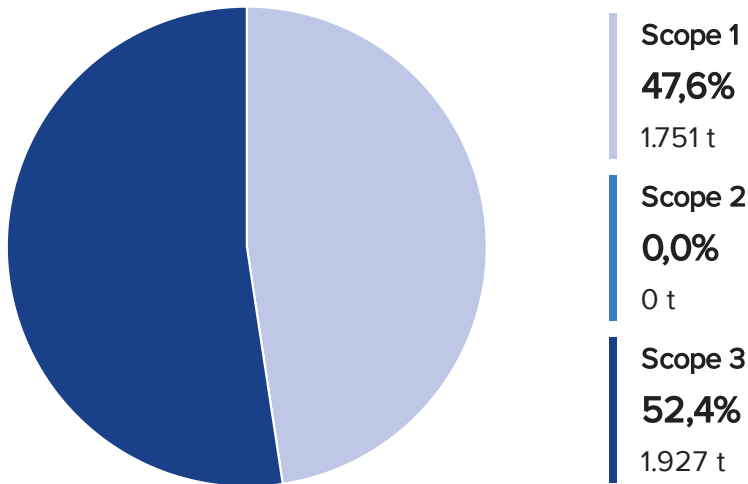
* Anteile an verbundenen Unternehmen und Beteiligungen sind nicht Teil der Bilanzierung, aufgrund der gewählten Systemgrenzen.

Größte Emissionsquellen – größtes Reduktionspotenzial

Der CCF ermöglicht, die größten Emissionsquellen der Landesmesse Stuttgart zu erkennen. Diese sind die wichtigsten Handlungsfelder, um Emissionen zu reduzieren und zu vermeiden.

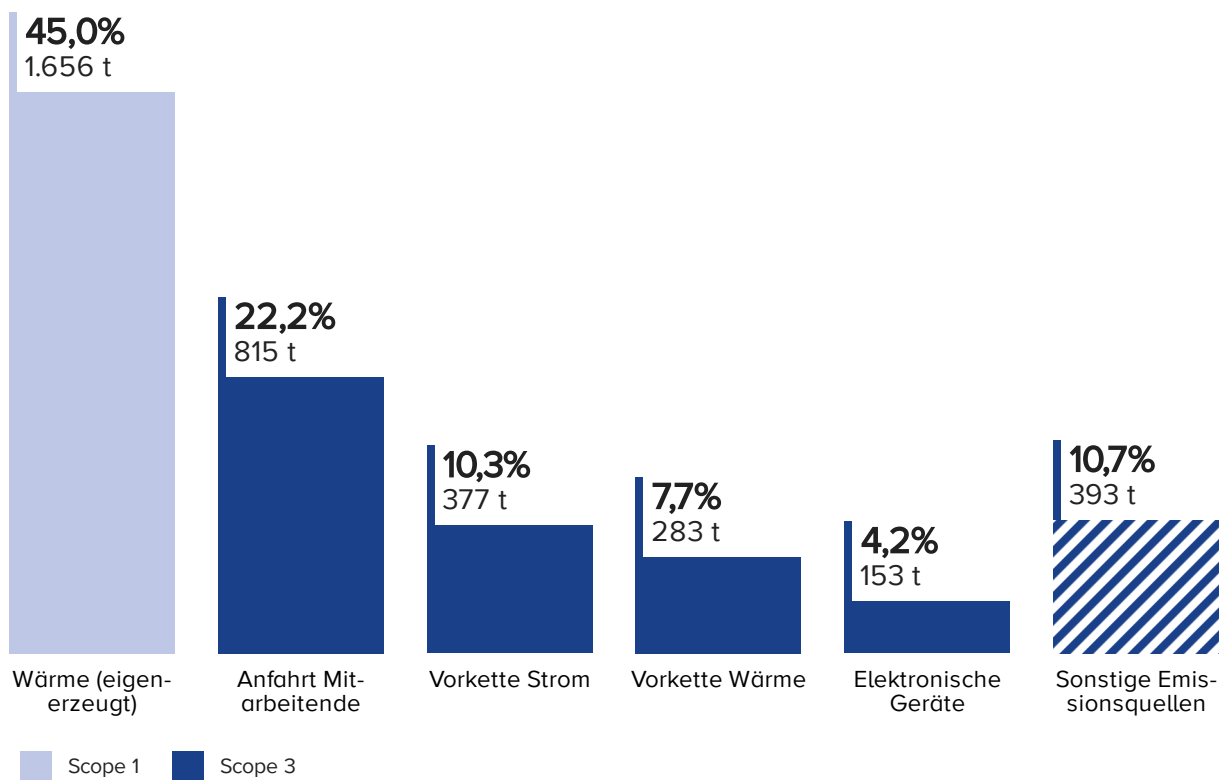
Abbildung

Aufteilung der CO₂-Emissionen auf Scope 1, 2 und 3



Abbildung

Die größten CO₂-Emissionsquellen



CCF Ergebnistabelle: Landesmesse Stuttgart GmbH

Gesamtergebnis für die Gruppenberechnung **Corporate Carbon Footprint 2022 im Nicht-Messebetrieb, Standort Stuttgart**

Emissionsquellen	t CO ₂	%
Scope 1	1.750,57	47,6
Direkte Emissionen aus Einrichtungen des Unternehmens	1.693,53	46,0
Wärme (eigenerzeugt)	1.656,24	45,0
Kältemittelleckagen	37,30	1,0
Direkte Emissionen des Firmenfuhrparks	57,04	1,6
Fuhrpark	57,04	1,6
Scope 2	0,00	0,0
Eingekaufter Strom für den Eigenbedarf ³	0,00	0,0
Strom (Fuhrpark)	0,00	0,0
Strom (stationär)	0,00	0,0
Scope 3	1.926,77	52,4
Anfahrt Mitarbeitende	887,02	24,1
Anfahrt Mitarbeitende	815,10	22,2
Home Office	71,92	2,0
Brennstoff- und energiebezogene Emissionen	695,36	18,9
Vorkette Strom	377,07	10,3
Vorkette Wärme	283,48	7,7
Vorkette Fuhrpark	34,81	0,9
Eingekaufte Güter und Dienstleistungen	168,43	4,6
Elektronische Geräte	152,90	4,2
Wasser	8,36	0,2
Druckprodukte	7,17	0,2
Geschäftsreisen	159,49	4,3
Flüge	123,43	3,4
Hotelübernachtungen	31,03	0,8
Bahn	3,93	0,1
Miet- und Privatfahrzeuge	1,10	0,0
Abfälle aus dem Betrieb	16,47	0,4
Betriebsabfall	15,46	0,4
Transport zur Abfallentsorgung	1,01	0,0
Gesamtergebnis	3.677,34	100,0

3) Berechnet wurde mit der Market-based-Methode. Verwendet man hingegen die Location-based-Methode, ergeben sich Emissionen in Höhe von 3.770,62 t CO₂.

Die nächsten Schritte

Das Unternehmen sollte die Erkenntnisse der Berechnung nun für wirkungsvollen Klimaschutz nutzen. Dazu müssen Reduktionsziele definiert und umgesetzt, sowie Klimaschutzprojekte finanziert und das Klimaschutzengagement transparent kommuniziert werden.

Reduktionsziele setzen

Die Konzentration von Treibhausgasen in der Atmosphäre ist verantwortlich für die Erderwärmung. Es ist also erforderlich, die Emissionen so stark wie möglich zu reduzieren. Damit das gelingt, ist es sinnvoll, klare und messbare Reduktionsziele zu definieren – sowie entsprechende Maßnahmen und Verantwortlichkeiten festzulegen.

Kreativität und Mut sind gefragt! Die Reduktionsziele sollten ambitioniert sein und an den aktuellen wissenschaftlichen Stand angepasst werden. ClimatePartner empfiehlt, zwischen kurz-, mittel- und langfristigen Reduktionszielen zu unterscheiden. Denn einige Maßnahmen lassen sich schnell umsetzen, andere benötigen Zeit, da beispielsweise Prozesse und Produkte neu gedacht oder die Lieferkette einbezogen werden muss. Reduktion muss somit ein stetiger Prozess und also solcher Teil der Unternehmensstrategie sein.

Reduktionsmaßnahmen umsetzen

Generell gilt: Die Reduktionsmaßnahmen sollten den Bedürfnissen des Unternehmens entsprechen. Einheitliche Lösungen gibt es nicht. Der CO₂-Fußabdruck ermöglicht es, Reduktionspotenziale zu erkennen und individuelle Reduktionsmaßnahmen abzuleiten.

Grundsätzlich gibt es zwei Möglichkeiten, Emissionen zu verringern:

Aktivität einschränken, indem die Verbrauchswerte gesenkt werden, zum Beispiel bei Energie, Rohstoffen und Anzahl der Dienstreisen.

Intensität reduzieren, indem klimafreundlichere Bezugsquellen für Dienstleistungen, Rohstoffe und Energie gewählt werden. Einfach ist beispielsweise der Wechsel zu Ökostrom.

Im Folgenden geben wir eine Auswahl möglicher Klimaschutzmaßnahmen.¹¹

Scope 1 + 2

- **Nutzung regenerativer Energiequellen** durch den Wechsel zu Biogas, Ökostrom etc.
- **Nutzung klimafreundlicherer Kältemittel** durch den Wechsel zu Ammoniak, Propan etc.
- **Steigerung der Energieeffizienz** durch neuere Maschinen etc.
- **Optimierung von Prozessen und Produkten** durch neue Verfahren, verbessertes Produktdesign etc.

Scope 3

- **Schonung von Ressourcen** durch Vermeidung, also weniger Dienstreisen, weniger Verpackung, weniger Abfall, etc.
- **Klimafreundlichere Rohstoffe** durch die Verarbeitung von pflanzlichen, regionalen und recycelten Rohstoffen.
- **Klimafreundlicheres Handeln im Alltag** durch den Umstieg von Flugzeug auf Bahn, von Dienstwagen auf Dienstfahrrad, etc.
- **Lieferanten zu mehr Klimaschutz motivieren** durch Austausch von Best Practices, Wissensvermittlung etc.
- **Mitarbeitende zu Reduktionspartnern machen** durch Anreize, klimafreundlichere Maßnahmen umzusetzen, kontinuierlichen Wissensaustausch etc.

¹¹) Die Übersicht hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Jede Maßnahme muss unternehmensspezifisch auf die Anwendung überprüft werden.

Klimaschutzprojekte finanzieren

Wir müssen jetzt handeln, um Emissionen weltweit in den Griff zu bekommen und die Erderwärmung auf 1,5 °C zu begrenzen. Die Umsetzung mancher CO₂-Reduktionsmaßnahmen erfordern grundlegende Veränderungen und benötigen Zeit. Daher ist die Finanzierung von Klimaschutzprojekten zusätzlich zur eigenen Reduktion von Emissionen dringend und notwendig. Auf diese Weise übernehmen Unternehmen Verantwortung für die Emissionen, die sie heute noch ausstoßen, während sie ihre Emissionen kontinuierlich reduzieren.

Mehr als nur Klimaschutz

Klimaschutzprojekte entziehen der Atmosphäre CO₂ zum Beispiel durch Aufforstungsprojekte, oder sie vermeiden, dass weiteres CO₂ ausgestoßen wird wie beispielsweise mit dem Ausbau erneuerbarer Energien.

Hochwertige Klimaschutzprojekte fördern darüber hinaus die wirtschaftliche, soziale und nachhaltige Entwicklung der Region. Die Projekte müssen nach internationalen Standards zertifiziert sein. Damit ist klar: Klimaschutzprojekte verbessern sowohl das Leben der Menschen vor Ort als auch das Klima. Nachweislich.

Geprüfte Einsparungen

Die genaue Höhe der CO₂-Einsparung von Klimaschutzprojekten wird von unabhängigen Organisationen kontrolliert. Anschließend können Projektentwicklerinnen und Projektentwickler diese CO₂-Einsparungen in Form von zertifizierten Emissionsminderungen verkaufen, um das Projekt zu finanzieren. Weitere Informationen dazu gibt es unter:

<https://www.climatepartner.com/de/klimaschutzprojekte>

Transparent kommunizieren

Im Klimaschutz ist es wichtig Erfolge zu teilen und sichtbar zu machen, was das Unternehmen bei jedem der fünf Schritte im Klimaschutz erreicht hat – Berechnen, Ziele setzen, Maßnahmen umsetzen, Klimaschutzprojekte finanzieren, Kommunikation. So erhalten Verbraucherinnen und Verbraucher, Geschäftspartner oder alle Interessierten den Überblick darüber, wo das Unternehmen im Klimaschutz steht. Beispielsweise mit unserem ClimatePartner Zertifizierungset und der Climate-ID-Webseite.

	t CO ₂
Gesamtergebnis	3.677,34
Bereits CO ₂ -kompensiert	0,00
Bisher nicht CO ₂ -kompensiert	3.677,34
Ausgleichende CO₂-Emissionen inkl. 10% Sicherheitsaufschlag	4.045,07

Wirkungsvoll Klimaschutz betreiben

Wir bei ClimatePartner sind gerne für Sie da, um Sie bei weiteren Schritten zu unterstützen!

Ihr Kontakt

+49 89 1222875-0 oder support@climatepartner.com.

Impressum

Herausgeber

ClimatePartner Deutschland GmbH
St.-Martin-Straße 59
81669 München

[+49 89 1222875-0](tel:+498912228750)
support@climatepartner.com
www.climatepartner.com

Im Auftrag von

Landesmesse Stuttgart GmbH
Messeplazza 1
70629 Stuttgart

[+49 711 18560-0](tel:+49711185600)
info@messe-stuttgart.de
<http://www.messe-stuttgart.de>

Copyright

Das Copyright liegt beim Herausgeber. Die vollständige oder teilweise Vervielfältigung dieses Berichts in jeder anderen Form ist ausschließlich mit schriftlicher Zustimmung des Urheberrechtinhabers zulässig.

August 2023

www.climatepartner.com