

Klimawin BW

Bericht

2024

comcut Messeservice GmbH

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
1. Über uns	3
1.1 Unternehmensdarstellung	3
1.2 Wesentlichkeitsgrundsatz	4
2. Die Klimawin BW	5
2.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region	5
2.2 Die 12 Leitsätze der Klimawin BW	5
2.3 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg	6
3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement	7
3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen.	7
3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort	8
4. Unsere Schwerpunktthemen	9
4.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte	9
4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind	9
4.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz	9
4.4 Leitsatz 05 – Produktverantwortung	13
4.5 Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	17
5. Weitere Aktivitäten	23
6. Unser Klimawin BW-Projekt	25
6.1 Das Projekt	25
6.2 Art und Umfang der Unterstützung	26
6.3 Ergebnisse und Entwicklungen	27
6.4 Ausblick	27
Impressum	29

1. Über uns

1.1 Unternehmensdarstellung

Die comcut Messeservice GmbH ist ein weltweit agierendes Messebauunternehmen mit Sitz in Herrenberg im Landkreis Böblingen, Region Stuttgart. Die comcut wurde 1992 in Sindelfingen gegründet und hat im Jahr 2018 den neuen Firmensitz in Herrenberg-Gültstein bezogen. Im Unternehmen werden 25 Mitarbeiter beschäftigt.

Unser Unternehmen bietet ein umfassendes Angebotsspektrum von zahlreichen Dienstleistungen rund um das Thema Messe. Dabei ist die comcut Messeservice GmbH spezialisiert auf die Planung, Betreuung und Umsetzung von kompletten Veranstaltungen, Gemeinschaftsständen und Events. Die comcut Messeservice GmbH sieht sich hier als verlängerter Arm des Kunden und übernimmt für diesen auch Aufgaben, die weit über den „normalen“ Messebau hinausgehen. Kundenservice hat bei uns höchste Priorität.

Messestände regional und weltweit zu planen, mitzugestalten und mit Partnern vor Ort umzusetzen, sind die Hauptaufgabe unseres Unternehmens.



Copyright comcut Messeservice GmbH

1.2 Wesentlichkeitsgrundsatz

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Arbeit im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Aktivitäten im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

2. Die Klimawin BW

2.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region

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

2.2 Die 12 Leitsätze der Klimawin BW

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsverständnis.

2.2.1 Klima und Umwelt

Leitsatz 01 – Klimaschutz

„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

Leitsatz 02 – Klimaanpassung

„Wir unternehmen Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung.“

Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

„Wir verringern die Inanspruchnahme von (natürlichen) Ressourcen und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft.“

Leitsatz 04 – Biodiversität

„Wir setzen uns aktiv für den Schutz und den Erhalt der Biodiversität ein.“

Leitsatz 05 – 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.“

2.2.2 Soziale Verantwortung

Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette

„Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in unserer Wertschöpfungskette.“

Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -Wohlbefinden

„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“

Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen

„Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.“

2.2.3 Ökonomischer Erfolg und Governance

Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

„Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“

Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert

„Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“

Leitsatz 11 – Transparenz

„Wir sind ein offenes Unternehmen, verhindern Korruption und berichten transparent über Finanzentscheidungen.“

Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation

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

2.3 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg

Ausführliche Informationen zur Klimawin BW und zu weiteren Mitgliedern finden Sie unter:

www.nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin

3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement

Die Klimawin BW wurde unterzeichnet am: 25.06.2020

3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen.

Leitsatz	Adressierter Leitsatz	Schwerpunktsetzung	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 01 – Klimaschutz	ja	ja	nein
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	ja	nein	nein
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	ja	nein	nein
Leitsatz 04 – Biodiversität	ja	nein	nein
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	ja	ja	nein
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	ja	nein	nein
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	ja	nein	nein
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	ja	nein	nein
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	ja	ja	ja
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	ja	nein	nein
Leitsatz 11 – Transparenz	ja	nein	nein
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	ja	nein	nein

3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort

Unterstütztes Klimawin BW-Projekt: Lernen Fördern Herrenberg e.V. & Fußball E-Jugend Trikotsponsoring		
Schwerpunktbereich: Regionaler Mehrwert		
ökologische Nachhaltigkeit: nein	soziale Nachhaltigkeit: ja	
Art der Förderung		
finanziell: ja	materiell: nein	personell: nein

4. Unsere Schwerpunktthemen

4.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte

Leitsatz 01 – Klimaschutz

„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

Leitsatz 05 – 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.“

Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

„Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“

4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

- **Klimaschutz:** Klimaschutz ist unser gemeinsamer Auftrag – für eine lebenswerte Zukunft handeln wir heute. Mit klaren Zielen, erneuerbarer Energie und Effizienz schaffen wir nachhaltigen Wandel
- **Produktverantwortung:** Wir versuchen unsere Produkte nachhaltiger zu gestalten bzw. einzukaufen. Hierzu haben wir uns mit anderen Messebauunternehmen in Europa zusammengeschlossen, um uns zu den Themen „nachhaltige Materialien“ auszutauschen
- **Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze:** Die Sicherstellung der Wirtschaftlichkeit und die „Work-Life-Balance“ bei unseren Mitarbeitenden steht im Fokus des aktuellen Handelns

4.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz

4.3.1 Zielsetzung

Als Messebauunternehmen übernehmen wir Verantwortung für den Klimaschutz – gemeinsam im Team und entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette.

Wir setzen uns messbare Klimaschutzziele, dokumentieren unsere Fortschritte transparent und handeln konsequent: durch den Einsatz erneuerbarer Energien, energieeffiziente Produktionsprozesse und nachhaltige Materialien.

Unser Ziel ist es, klimafreundliche Messeauftritte zu gestalten, Ressourcen zu schonen und als Vorreiter in der Branche zu zeigen, dass Innovation und Nachhaltigkeit Hand in Hand gehen.

4.3.2 Ergriffene Maßnahmen

- **Einsatz erneuerbarer Energien**
 - Photovoltaik-Ausbau: Geplanter Neubau einer Photovoltaikanlage auf dem neuen Lagergebäude (Baubeginn voraussichtlich Ende 2025)
 - Bestehende Anlagen: Nutzung bestehender Photovoltaikanlagen auf dem Bestandsgebäude zur Eigenstromversorgung
 - Effiziente Heiztechnik: Einsatz einer Luft-Wärmepumpe zur klimafreundlichen Beheizung der Betriebsräume

- **Energieeffizienz steigern**
 - LED-Beleuchtung: Sämtliche Beleuchtungssysteme in unseren Gebäuden sind bereits auf energieeffiziente LED-Technologie umgestellt
 - Messebeleuchtung: Die vollständige Umstellung unseres gesamten Mietbestands an Messebauleuchten auf LED wurde Ende 2024 abgeschlossen

- **Nachhaltige Materialien verwenden**
 - Materialauswahl: Bevorzugung von recycelbaren, modularen und langlebigen Materialien wie Messeteppichböden, Bannerstoffen und Holz
 - Verpackung: Umstellung auf biologisch abbaubare Stretchfolie zur Reduktion von Kunststoffabfällen

- **Transporte klimafreundlich gestalten**
 - Fahrzeugflotte: Einsatz emissionsarmer und elektrischer Fahrzeuge; rund 50 % der Firmenflotte wurden bereits auf Hybrid- oder Elektroantrieb umgestellt (abhängig von Leasinglaufzeiten)
 - **Ziel**: Weitere Elektrifizierung der Flotte zur Reduktion betriebsbedingter Emissionen

- **Transparenz und Kommunikation**
 - Lieferkette: Einbindung unserer Lieferanten in nachhaltige Lösungen und gemeinsame Entwicklung umweltfreundlicher Alternativen

- Kennzeichnung: Nachhaltige Messekonzepte werden klar gekennzeichnet und kommuniziert
- Brancheninitiative: Aktive Mitarbeit in einem internationalen Netzwerk zur Entwicklung eines CO₂-Kalkulators für Messestände (seit Ende 2024)
- **Kreislaufwirtschaft fördern**
 - Systemstandbau: Konventioneller Messebau wird sukzessive durch modularen Systemstandbau ersetzt – derzeitiger Umsetzungsstand: ca. 80 %

4.3.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Ausgangssituation:

Als Messebauunternehmen mit einem traditionell hohen Material- und Energieeinsatz standen wir vor der Herausforderung, unsere Prozesse nachhaltiger zu gestalten – ohne dabei Kompromisse bei Flexibilität, Qualität oder Kundenzufriedenheit einzugehen. Der Wille, einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz zu leisten, war im Team von Beginn an stark verankert. Es fehlten jedoch zunächst konkrete Strukturen, messbare Ziele und belastbare Daten.

Ergriffene Maßnahmen und Ergebnisse:

- Energieeffizienz: Die vollständige Umrüstung unseres Mietbestands an Messebauleuchten auf LED-Technologie wurde abgeschlossen. Dies führt zu einer deutlichen Energieeinsparung am Messestand – z. B. durch den Wechsel von 150-Watt- auf 40-Watt-Leuchten.
- Materialeinsatz: Die Auswahl unserer Materialien wurde grundlegend überarbeitet. Zum Einsatz kommen nun verstärkt modulare, wiederverwendbare Systembauteile, FSC-zertifizierte Holzwerkstoffe, 100 % recyceltes Holz, Bannerstoffe aus Recyclingmaterial sowie Cradle-to-Cradle-zertifizierte Teppichböden.
- Transportlogistik: Durch optimierte Routenplanung und die Bündelung von Transporten konnten Kurier- und Leerfahrten im Vergleich zu 2023 um rund 30 % reduziert werden.

Zielerreichung und Barrieren:

Viele der gesetzten Ziele konnten bereits erfolgreich umgesetzt oder angestoßen werden. Besonders erfreulich sind die hohe Identifikation und Motivation unserer Mitarbeitenden im Bereich Nachhaltigkeit.

Herausfordernd bleiben jedoch:

- **Lieferketten:** Nicht alle Zulieferer bieten derzeit klimafreundliche Alternativen oder verfügen über entsprechende Zertifizierungen
- **Kosten-Nutzen-Abwägung:** Nachhaltige Materialien sind teilweise teurer oder schwerer verfügbar, was die Umstellung verlangsamt
- **Messbarkeit:** Die systematische Erfassung von Einsparungen und CO₂-Reduktionen befindet sich noch im Aufbau. Eine belastbare Datenbasis wird derzeit entwickelt

Ausblick:

Wir verfolgen das Ziel, unsere Klimabilanz systematisch zu erfassen und unsere Nachhaltigkeitsmaßnahmen künftig datenbasiert zu steuern. Langfristig streben wir an, bis 2035 klimaneutral zu wirtschaften – gemeinsam mit unseren Partnern, Kunden und dem gesamten Team.

Aktuell befinden wir uns in der Anfangsphase der Datenerhebung für Scope 1 und Scope 2. Um diesen Prozess fachlich fundiert und effizient umzusetzen, planen wir die Zusammenarbeit mit einer spezialisierten Nachhaltigkeitsagentur. Derzeit fehlen uns jedoch noch die personellen und zeitlichen Kapazitäten, um dieses Vorhaben unmittelbar umzusetzen.

Trotz dieser Hürde bleiben wir unserem Weg verpflichtet: Schritt für Schritt bauen wir die notwendigen Strukturen auf, um unsere Klimaziele zu erreichen und einen messbaren Beitrag zur Transformation der Messebaubranche zu leisten.

4.3.4 Indikatoren

Im Zuge der Umstellung von der WIN-Charta auf KLIMAWIN berichten wir als comcut Messeservice GmbH erstmals gezielt zum Thema Klimaschutz. Ein zentraler Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie ist die Erhebung quantitativer und messbarer Klimadaten. Dieser Prozess startet bei uns Mitte 2025 und wird voraussichtlich bis Mitte 2026 abgeschlossen sein. In diesem Zeitraum konzentrieren wir uns auf die Erfassung und Auswertung der Emissionen gemäß Scope 1 und Scope 2.

Darüber hinaus engagieren wir uns im Rahmen eines internationalen Netzwerks in der Entwicklung eines CO₂-Kalkulators speziell für Messestände. Ziel dieses Tools ist es, unseren Kunden eine individuelle, standspezifische CO₂-Bilanz bereitzustellen. Damit möchten wir unsere Kunden aktiv bei der Erfassung ihrer eigenen Emissionen – insbesondere im Hinblick auf Scope 3 – unterstützen und gemeinsam einen Beitrag zur Transparenz und Reduktion von Treibhausgasemissionen leisten.

4.3.5 Treibhausgasbilanz

Im Rahmen unserer ersten Berichterstattung im Zuge der KLIMAWIN-Initiative beginnen wir mit der systematischen Erfassung unserer Treibhausgasemissionen. Der Fokus liegt zunächst auf den Emissionen gemäß Scope 1 (direkte Emissionen aus eigenen oder kontrollierten Quellen) und Scope 2 (indirekte Emissionen aus eingekaufter Energie).

Die Datenerhebung und -auswertung ist für den Zeitraum Mitte 2025 bis Mitte 2026 geplant. Ziel ist es, bis dahin eine belastbare Grundlage für die kontinuierliche Verbesserung unserer Klimaschutzmaßnahmen zu schaffen.

4.3.6 Ausblick

Mit der erstmaligen Erfassung unserer Treibhausgasemissionen im Rahmen von Scope 1 und Scope 2 legen wir den Grundstein für eine langfristige und wirkungsvolle Klimastrategie bei comcut Messeservice GmbH. Aufbauend auf dieser Datengrundlage verfolgen wir das Ziel, unsere Emissionen systematisch zu reduzieren und klimarelevante Prozesse kontinuierlich zu optimieren.

Bereits heute setzen wir konkrete Maßnahmen um:

Der schrittweise Austausch unserer Fahrzeugflotte hin zu Hybrid- und Elektrofahrzeugen reduziert direkte Emissionen im täglichen Betrieb.

Beim Einkauf von Materialien achten wir verstärkt auf Nachhaltigkeit, Recyclingfähigkeit und regionale Lieferketten.

Zudem entwickeln wir CO₂-vermeidende Messestandkonzepte, die durch modulare Bauweisen, wiederverwendbare Komponenten und ressourcenschonende Materialien den ökologischen Fußabdruck deutlich verringern.

Ein nächster, wichtiger Schritt ist die Erfassung von Scope-3-Emissionen, also jener Emissionen, die entlang der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette entstehen. Gerade für kleine und mittelständische Unternehmen stellt dies jedoch eine große Herausforderung dar – sei es aufgrund begrenzter personeller Ressourcen, fehlender Datenverfügbarkeit bei Lieferanten oder der Komplexität der Berechnungsmethoden.

4.4 Leitsatz 05 – Produktverantwortung

4.4.1 Zielsetzung

Wir setzen uns zum Ziel, die Nachhaltigkeit unserer Leistungen und Produkte entlang des gesamten Wertschöpfungsprozesses systematisch zu analysieren und kontinuierlich zu verbessern. Dabei streben wir an, ökologische, soziale und ökonomische Auswirkungen transparent zu machen und in unsere unternehmerischen Entscheidungen einzubeziehen.

Konkret bedeutet das:

- Wir prüfen Materialien, Produktionsprozesse und Lieferketten auf ihre Umweltverträglichkeit und soziale Verantwortung.
- Wir entwickeln Konzepte für ressourcenschonende, wiederverwendbare und recyclingfähige Messestände.
- Wir fördern die Zusammenarbeit mit Partnern, die ebenfalls nachhaltige Standards verfolgen.
- Wir kommunizieren unsere Fortschritte offen gegenüber Kunden, Partnern und der Öffentlichkeit.
- Langfristig wollen wir so die Lebenszyklen unserer Produkte verlängern, Emissionen reduzieren und einen messbaren Beitrag zu einer nachhaltigeren Messebranche leisten.

4.4.2 Ergriffene Maßnahmen

Im Rahmen unserer Verantwortung für nachhaltige Produktgestaltung und ressourcenschonenden Messebau haben wir bei comcut Messeservice GmbH eine Reihe konkreter Maßnahmen umgesetzt:

- **Nachhaltige Bodenbeläge:** Umstellung auf Cradle-to-Cradle-zertifizierte Teppichböden sowie mehrfach wiederverwendbare Bodenlösungen wie Vinyl-Fliesen zur Reduktion von Einwegmaterialien.
- **Ressourcenschonende Holzverarbeitung:** Interne Holzproduktionen erfolgen ausschließlich mit Spanplatten aus 100 % recyceltem Holz.
- **Nachhaltige Beschaffung:** Unsere Lieferanten – insbesondere Schreinereien – sind verpflichtet, ausschließlich FSC-zertifiziertes Holz zu verwenden.
- **Modularität im Design:** Sowohl interne als auch externe Designer werden bereits in der Konzeptionsphase dazu angehalten, modulare und wiederverwendbare Standbaukonzepte zu entwickeln.
- **Kundensensibilisierung:** Wir informieren und beraten unsere Kunden aktiv zu den Möglichkeiten eines nachhaltigen Messebaus und fördern so das Bewusstsein für ökologische Verantwortung.

- **Branchenengagement:** comcut beteiligt sich aktiv an internationalen Netzwerken der Messebaubranche und bringt sich in verschiedenen Nachhaltigkeitsgruppen ein – unter anderem als Speaker in Panel-Diskussionen.



- **Best-Practice-Kommunikation:** Auf der Medica 2024 präsentierten wir gemeinsam mit 2bdifferent und Baden-Württemberg International die Nachhaltigkeitsstrategie des Baden-Württemberg-Messestands. Ziel war es, Veranstalter und Aussteller für nachhaltige Lösungen zu begeistern – insbesondere im Hinblick auf die Gestaltung von Ausschreibungstexten und Rahmenverträgen.



4.4.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Die bisherigen Entwicklungen zeigen, dass nachhaltiger Messebau möglich ist – auch unter den Rahmenbedingungen eines mittelständischen Unternehmens. Die nächsten Schritte liegen in der weiteren Professionalisierung der Datenerhebung, der Stärkung nachhaltiger Lieferketten und der strategischen Verankerung von Klimazielen im gesamten Produktzyklus.

4.4.4 Indikatoren

Im Jahr 2024 konnten wir aufgrund der angespannten Personalsituation und des anhaltenden Fachkräftemangels keine gesonderten Kapazitäten für eine detaillierte Datenerfassung bereitstellen. In dieser Phase haben wir bewusst den Fokus auf ein nachhaltiges, ökonomisches Wirtschaften gelegt, um die Stabilität und Leistungsfähigkeit unseres Unternehmens zu sichern.

Trotz fehlender quantitativer Daten wurden zahlreiche Maßnahmen zur Förderung nachhaltiger Produktgestaltung umgesetzt – etwa die Umstellung auf zertifizierte und wiederverwendbare Materialien, die Förderung modularer Designprinzipien sowie die Einbindung unserer Lieferanten in nachhaltige Beschaffungsprozesse.

Für den kommenden Berichtszeitraum planen wir, diese Maßnahmen systematisch zu erfassen und zu quantifizieren, um ihre Wirkung auf Umwelt und Ressourcen nachvollziehbar zu machen. Ziel ist es, die Produktverantwortung nicht nur operativ umzusetzen, sondern auch transparenter und messbar zu dokumentieren.

4.4.5 Ausblick

Entwicklungsperspektiven für die Messebaubranche

Für die Branche insgesamt zeichnen sich mehrere zentrale Entwicklungslinien ab:

- Standardisierung und Transparenz: Die Nachfrage nach CO₂-Bilanzen und nachhaltigen Ausschreibungskriterien wächst. Tools wie CO₂-Kalkulatoren für Messestände werden künftig eine wichtige Rolle spielen.
- Kreislaufwirtschaft als Leitprinzip: Wiederverwendbare Systembauteile, modulare Designs und rückbaubare Materialien werden zum neuen Standard.
- Digitale Planung und Simulation: Nachhaltigkeitsaspekte werden bereits in der Entwurfsphase digital mitgedacht – etwa durch Materialdatenbanken, Lebenszyklusanalysen oder virtuelle Prototypen.
- Partnerschaftliche Lieferketten: Die Zusammenarbeit mit zertifizierten, regionalen und nachhaltigen Zulieferern wird zunehmend zum Wettbewerbsfaktor.
- Kundenerwartungen im Wandel: Auftraggeber – insbesondere aus dem öffentlichen Sektor – fordern zunehmend transparente Nachhaltigkeitsnachweise und klimafreundliche Konzepte.

Unser Ziel:

Wir sehen uns als aktiven Teil dieser Entwicklung und setzen alles daran, unsere Prozesse weiter zu professionalisieren. Die nächsten Schritte liegen in der systematischen Erfassung unserer

Klimabilanz, der Stärkung nachhaltiger Lieferketten und der strategischen Verankerung von Klimazielen im gesamten Produktzyklus.

Unser langfristiges Ziel bleibt klar: Klimaneutralität bis **2035** – gemeinsam mit unserem Team, unseren Kunden und Partnern.

4.5 Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

4.5.1 Zielsetzung

Im Zentrum unseres Handelns steht die **Sicherung der wirtschaftlichen Stabilität** unseres Unternehmens sowie die **Förderung einer ausgewogenen Work-Life-Balance** für unsere Mitarbeitenden. Wir sind überzeugt, dass langfristiger Unternehmenserfolg nur im Einklang mit motivierten, gesunden und engagierten Teams möglich ist.

4.5.2 Ergriffene Maßnahmen

- Ausbau der Home-Office-Möglichkeiten zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben
- Englischunterricht für Mitarbeitende zur Förderung interkultureller Kompetenz und internationaler Einsatzfähigkeit
- Projektleiterschulungen zur gezielten Weiterqualifizierung und Stärkung der Führungs- und Planungskompetenz
- Aktiver Abbau von Überstunden und Vermeidung von Mehrarbeit, auch unter herausfordernden personellen Bedingungen
- Investition in ergonomische Hebewerkzeuge im Lager zur Verbesserung des Gesundheitsschutzes und zur Reduktion körperlicher Belastung
- Anschaffung moderner Werkzeuge und Maschinen, um die Arbeitsprozesse effizienter und körperlich schonender zu gestalten
- So weit möglich: Verlängerung von Auf- und Abbauzeiten bei Messen, um die tägliche Arbeitsbelastung während der Montagephasen zu reduzieren – sowohl für eigene Mitarbeitende als auch für eingesetzte Subunternehmer
- Einführung jährlicher, anonymer Mitarbeiterbefragungen im Jahr 2024 zur systematischen Erfassung von Zufriedenheit, Verbesserungsvorschlägen und Entwicklungspotenzialen

4.5.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Im Jahr 2024 konnten im Rahmen von Leitsatz 9 wichtige Fortschritte in mehreren zentralen Bereichen erzielt werden, die sowohl die betriebliche Stabilität als auch die Mitarbeiterzufriedenheit betreffen.

1. Stabilisierung der Mitarbeiteranzahl

Die Anzahl der Mitarbeitenden konnte von 25 auf 27 erhöht werden. Damit wurde nicht nur die Fluktuation geringgehalten, sondern auch aktiv auf zukünftige Personalbedarfe – etwa durch Renteneintritte – reagiert. Ziel bleibt es, die Teamstärke im Bereich von 25 bis 30 Mitarbeitenden zu stabilisieren, um eine kontinuierliche Leistungsfähigkeit sicherzustellen.

2. Reduktion der Überstunden

Durch eine gezielte Optimierung der Personalplanung und eine verbesserte Aufgabenverteilung ist es gelungen, die kumulierten Überstunden von 548 Stunden im Jahr 2023 auf 235 Stunden im Jahr 2024 zu senken. Diese Entwicklung zeigt, dass Maßnahmen zur Entlastung der Mitarbeitenden erfolgreich greifen und die Arbeitsbelastung besser verteilt werden konnte. Das angestrebte Ziel von unter 200 Stunden wurde damit fast erreicht.

3. Anstieg der Krankheitstage – differenzierte Betrachtung notwendig

Die krankheitsbedingten Ausfalltage stiegen von 156 auf 277 Tage. Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf zwei längerfristige Krankheitsverläufe zurückzuführen und stellt somit keinen generellen Trend dar. Dennoch wird weiterhin in die betriebliche Gesundheitsförderung investiert, – etwa durch Angebote der Betriebsärztin und interne Schulungen, um die Resilienz und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden zu stärken.

4. Ausbau von Weiterbildungsmaßnahmen

Erstmals wurden im Jahr 2024 gezielt Mittel für die Weiterbildung eingesetzt: rund 6.500 € für Qualifizierungen im Projektmanagement Veranstaltungswirtschaft sowie ca. 3.000 € für Englischkurse. Damit wurde das angestrebte Ziel von 10.000 € nahezu erreicht. Die Investitionen unterstreichen das Bestreben, sowohl fachliche als auch persönliche Kompetenzen der Mitarbeitenden systematisch zu fördern.

4.5.4 Indikatoren

Im Rahmen der Umsetzung von Leitsatz 9 haben wir im Jahr 2024 gezielt Indikatoren ausgewählt, die zentrale Aspekte der Arbeitsbedingungen und der betrieblichen Entwicklung widerspiegeln. Die Erhebung konzentrierte sich auf folgende Bereiche, jeweils im Vergleich zum Vorjahr 2023:

- Mitarbeiterfluktuation: Betrachtung der Wechselquote zur Einschätzung der Mitarbeiterbindung und Zufriedenheit
- Entwicklung der Überstunden: Analyse der Veränderung im Umfang geleisteter Überstunden als Indikator für Arbeitsbelastung und Kapazitätsplanung

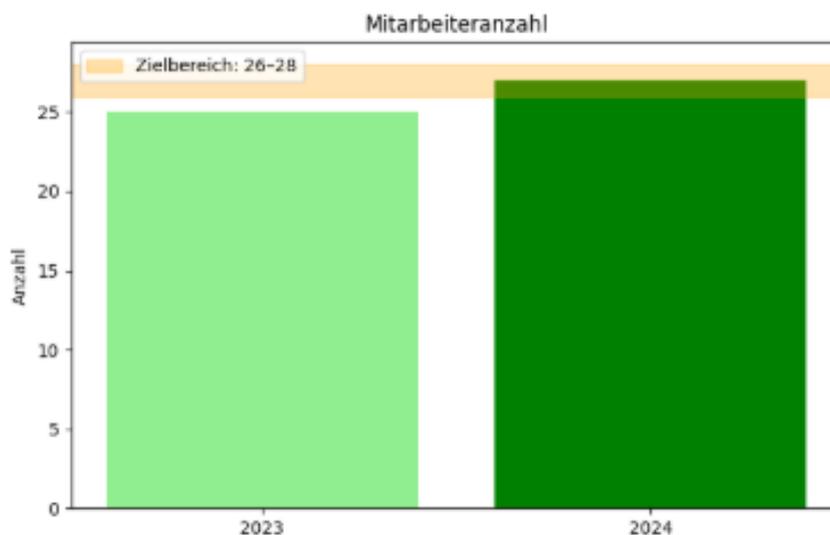
- Krankheitstage: Erfassung und Vergleich der krankheitsbedingten Abwesenheiten zur Bewertung des betrieblichen Gesundheitsmanagements
- Monetäre Investitionen in Fortbildungsmaßnahmen: Auswertung der finanziellen Mittel, die in die Qualifizierung und Weiterentwicklung der Mitarbeitenden investiert wurden

Diese Indikatoren ermöglichen eine fundierte Bewertung der sozialen Nachhaltigkeit und der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit unseres Unternehmens.

Indikator 1: Entwicklung der Mitarbeiteranzahl

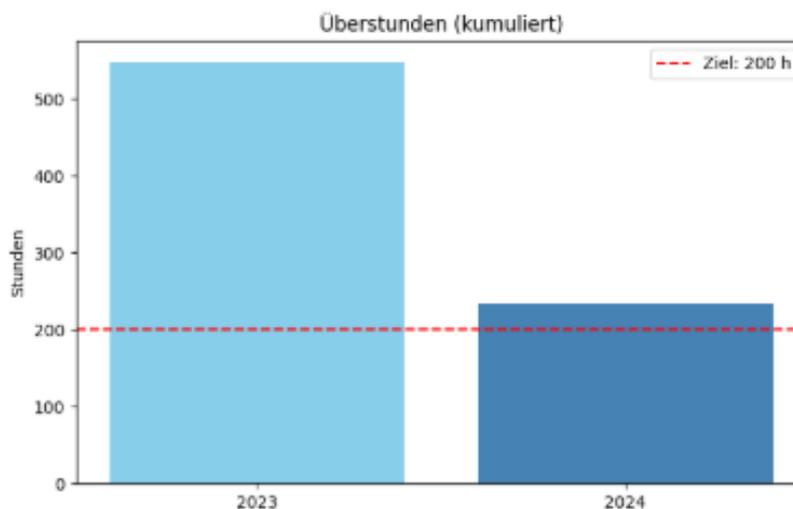
- **2023**: 25 Mitarbeitende
- **2024**: 27 Mitarbeitende (+2 im Vergleich zum Vorjahr)
- **Ziel**: Fluktuation reduzieren und gezielt 1–2 zusätzliche Mitarbeitende einstellen

Durch eine aktive und vorausschauende Personalgewinnung konnte der Personalstamm im Jahr 2024 leicht ausgebaut werden. Ziel ist es, die Teamstärke langfristig im Bereich von 25 bis 30 Mitarbeitenden zu stabilisieren, um unter anderem altersbedingte Austritte frühzeitig auszugleichen und die betriebliche Kontinuität zu sichern.



- **Indikator 2: Entwicklung der Überstunden (kumulierte Stunden)**
 - 2023: 548 h
 - 2024: 235 h
 - **Ziel**: Reduktion der kumulierten Überstunden auf unter 200 Stunden

Durch gezielte Maßnahmen zur Optimierung der Arbeitsprozesse sowie eine verbesserte Personal- und Einsatzplanung konnten die Überstunden im Vergleich zum Vorjahr signifikant reduziert werden. Diese Entwicklung trägt nicht nur zur Entlastung der Mitarbeitenden bei, sondern stärkt auch die betriebliche Effizienz und Zufriedenheit im Team.

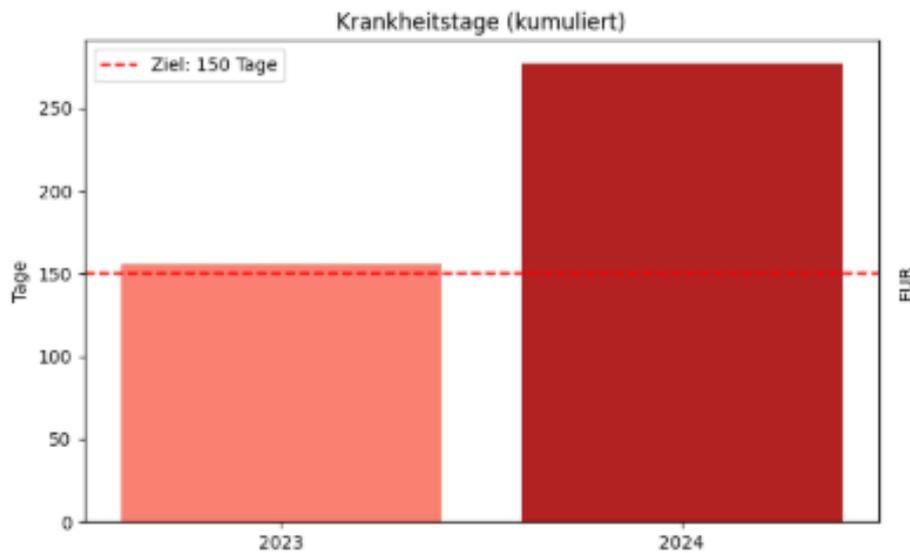


Indikator 3: Entwicklung der Krankheitstage (kumulierte Tage)

- **2023:** 156 Krankheitstage
- **2024:** 277 Krankheitstage
- **Ziel:** Reduktion der krankheitsbedingten Ausfallzeiten auf unter 150 Tage in 2025/2026

Trotz intensiver Bemühungen zur Gesundheitsförderung im Unternehmen konnte die Anzahl der Krankheitstage im Jahr 2024 nicht reduziert werden. Hauptursache hierfür waren zwei Mitarbeitende mit längeren Krankheitsverläufen, die sich deutlich auf die Gesamtstatistik ausgewirkt haben.

Um die Gesundheit unserer Mitarbeitenden nachhaltig zu stärken, setzen wir weiterhin auf präventive Maßnahmen wie betriebsärztliche Untersuchungen sowie gezielte interne Schulungen. Ziel bleibt es, die krankheitsbedingten Ausfallzeiten langfristig zu senken und das Wohlbefinden im Team zu fördern.

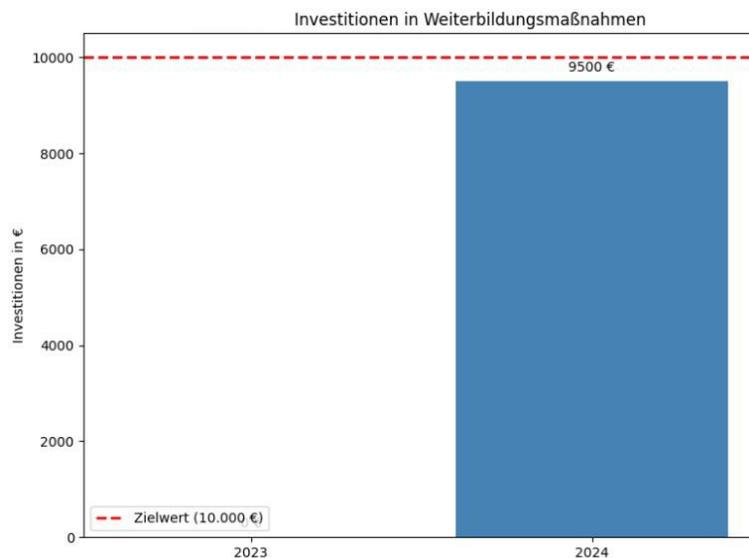


Indikator 4: Teilnahme an Weiterbildungsmaßnahmen

- **2023:** Keine systematische Erfassung bzw. keine konkreten Ausgaben
- **2024:**
 - ca. 6.500 € für Fortbildungen im Bereich Projektmanagement Veranstaltungswirtschaft
 - ca. 3.000 € für Englischkurse (jeweils inkl. Trainer, Reisekosten und Arbeitszeit)
- Ziel: Aufbau und Etablierung der Weiterbildungsaktivitäten auf ca. 10.000 € jährlich

Im Jahr 2024 wurden erstmals bewusst Mittel für die berufliche Weiterbildung unserer Mitarbeitenden eingesetzt. Der Fokus lag dabei auf der fachlichen Qualifizierung in Schlüsselbereichen sowie der sprachlichen Weiterentwicklung.

Auch in Zukunft möchten wir ein vielfältiges Schulungsangebot bereitstellen, dass sowohl die beruflichen Kompetenzen als auch die persönlichen Fähigkeiten unserer Mitarbeitenden stärkt. Damit fördern wir nicht nur individuelle Entwicklung, sondern auch die Innovationskraft und Wettbewerbsfähigkeit unseres Unternehmens.



4.5.5 Ausblick

Auch in den kommenden Jahren werden wir den Leitsatz 9 „Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze“ konsequent weiterverfolgen und weiterentwickeln. Die bisherigen Ergebnisse zeigen deutlich, dass gezielte Maßnahmen in den Bereichen Arbeitszeitmanagement, Personalentwicklung, Gesundheitsförderung und Weiterbildung nicht nur zur Stabilisierung des Unternehmens beitragen, sondern auch die Zufriedenheit und Bindung unserer Mitarbeitenden stärken.

Gerade in Zeiten des demografischen Wandels, zunehmender Fachkräfteknappheit und sich wandelnder Arbeitsanforderungen ist es entscheidend, ein attraktives, gesundes und zukunftsfähiges Arbeitsumfeld zu schaffen. Die Investition in unsere Mitarbeitenden ist dabei kein kurzfristiger Kostenfaktor, sondern ein zentraler Erfolgsfaktor für nachhaltiges Wachstum und Innovationsfähigkeit.

Wir halten daher bewusst an diesem Thema fest, um:

- die Resilienz unseres Teams zu stärken,
- die Wettbewerbsfähigkeit unseres Unternehmens zu sichern,
- die persönliche und fachliche Entwicklung unserer Mitarbeitenden zu fördern,
- und einen aktiven Beitrag zu sozialer Nachhaltigkeit zu leisten.

Die kontinuierliche Erhebung und Bewertung relevanter Indikatoren bleiben dabei ein wichtiges Instrument, um Fortschritte messbar zu machen und gezielt weiterzuentwickeln.

5. Weitere Aktivitäten

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	<ul style="list-style-type: none"> Erhöhung der Resilienz gegenüber klimatischen Veränderungen; Schutz von Mitarbeitenden und Infrastruktur 	<ul style="list-style-type: none"> Hitzeschutzkonzept für Arbeitsplätze Sensibilisierung der Mitarbeitenden 	<ul style="list-style-type: none"> Erste Maßnahmen umgesetzt (z. B. Sonnenschutz, mobile Lüfter) 	<ul style="list-style-type: none"> Weitere bauliche Anpassungen geplant
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> Reduktion des Ressourcenverbrauchs; Förderung von Wiederverwendung und Recycling 	<ul style="list-style-type: none"> Konsequente Mülltrennung (Holz, Metall, Folien) 	<ul style="list-style-type: none"> Noch keine Ergebnisse 	<ul style="list-style-type: none"> Reduktion und gezielte Messung der Abfallmengen und Erstellung einer Müllbilanz
Leitsatz 04 – Biodiversität	<ul style="list-style-type: none"> Förderung der Artenvielfalt auf dem Firmengelände 	<ul style="list-style-type: none"> Reduktion von Mähaktivitäten um das Gebäude, Insektenhotels 	<ul style="list-style-type: none"> Keine Ergebnisse gemessen 	<ul style="list-style-type: none"> Weitere Bienenhotels für Kindergärten in Planung (Siehe WINCHARTA Projekte 2022+2023)
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	<ul style="list-style-type: none"> Sicherstellung menschenrechtlicher Sorgfaltspflichten entlang der Lieferkette 	<ul style="list-style-type: none"> Lieferanten hauptsächlich aus der Region 	<ul style="list-style-type: none"> Lieferanten hauptsächlich aus Deutschland bzw. BW 	<ul style="list-style-type: none"> Verpflichtenden Lieferanten Kodex bei den Hauptlieferanten einführen
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	<ul style="list-style-type: none"> Förderung von Gesundheit 	<ul style="list-style-type: none"> Fragebogen, Betriebsärztin 	<ul style="list-style-type: none"> Start in 2024 	<ul style="list-style-type: none"> Ausbau dieser Maßnahme
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	<ul style="list-style-type: none"> Aufbau und Pflege vertrauensvoller Beziehungen zu unseren wichtigsten Anspruchsgruppen – insbesondere Kunden, Lieferanten und Partnerunternehmen aus diversen Netzwerken 	<ul style="list-style-type: none"> Teilnahme an lokalen Netzwerktreffen und Branchenveranstaltungen 	<ul style="list-style-type: none"> Stärkere Einbindung von Partnerfirmen in nachhaltige Projektplanung (z. B. Wiederverwendung von Materialien) 	<ul style="list-style-type: none"> Entwicklung eines Leitfadens für nachhaltige Messprojekte in Zusammenarbeit mit unseren Anspruchsgruppen
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	<ul style="list-style-type: none"> Stärkung der regionalen Wirtschaft und Gesellschaft 	<ul style="list-style-type: none"> Zusammenarbeit mit lokalen Betrieben; 	<ul style="list-style-type: none"> Anteil regionaler Beschaffung erhöht (Schreinerien); positive 	<ul style="list-style-type: none"> Ausbau regionaler Partnerschaften

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
		Unterstützung regionaler Initiativen	Resonanz aus der Region	
Leitsatz 11 – Transparenz	<ul style="list-style-type: none"> Offenlegung von Nachhaltigkeitszielen und -fortschritten 	<ul style="list-style-type: none"> Veröffentlichung dieses Nachhaltigkeitsberichts und weiterer Berichte 	<ul style="list-style-type: none"> Kontinuierliche Berichterstattung bei mehreren Initiativen 	<ul style="list-style-type: none"> Deutscher Nachhaltigkeitskodex: Abgabe in 2025
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	<ul style="list-style-type: none"> Förderung nachhaltigen Handelns 	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilisierung der Mitarbeitenden zum Thema Nachhaltigkeit 	<ul style="list-style-type: none"> Großes Interesse innerhalb des Teams und Engagement innerhalb verschiedener Gruppen 	<ul style="list-style-type: none"> Ausweitung der Bemühungen und weitere Aufklärung zum Thema Nachhaltigkeit (v.a. im Messebau)

6. Unser Klimawin BW-Projekt

Mit unserem Klimawin BW-Projekt leisten wir einen Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

6.1 Das Projekt

Im Jahr 2024 haben wir uns aufgrund personeller Kapazitätsengpässe bewusst dazu entschieden, unsere Klimawin-Aktivitäten auf gezielte finanzielle Unterstützungsmaßnahmen zu konzentrieren. Dabei stand für uns im Vordergrund, lokale Initiativen zu stärken, die einen gesellschaftlichen Mehrwert schaffen und zur nachhaltigen Entwicklung unserer Region beitragen.

Wir haben zwei Projekte ausgewählt, die sowohl soziale Teilhabe als auch Jugendförderung unterstützen:

Unterstützung der Initiative „Lernen Fördern Herrenberg e.V.“

Im Rahmen dieser Kooperation haben wir einen finanziellen Beitrag zur Anschaffung eines Schulfahrzeugs geleistet. Damit möchten wir die Mobilität und Teilhabe von Kindern und Jugendlichen mit Förderbedarf aktiv unterstützen.



Sponsoring im Bereich Jugendfußball

Zusätzlich haben wir ein Sponsoring für eine lokale Jugendfußballmannschaft übernommen. Sportliche Aktivitäten fördern nicht nur Gesundheit und Teamgeist, sondern auch soziale Integration und persönliche Entwicklung.



Mit diesen Maßnahmen setzen wir ein klares Zeichen: Auch in herausfordernden Zeiten bleiben wir unserer Verantwortung gegenüber der Region und ihren Menschen treu. Für die kommenden Jahre planen wir, unser Engagement weiter auszubauen – sowohl personell als auch inhaltlich.

6.2 Art und Umfang der Unterstützung

Im Jahr 2024 haben wir uns entschieden, zwei gezielte Projekte im sozialen Bereich finanziell zu unterstützen, um trotz interner Kapazitätsengpässe einen aktiven Beitrag zum Gemeinwohl zu leisten.

1. Unterstützung der Initiative „Lernen Fördern Herrenberg e.V.“

Wir haben einen Betrag von **1.200 Euro** zur Anschaffung eines neuen Schulfahrzeugs beigetragen. Das Fahrzeug soll ab dem Jahr 2025 eingesetzt werden und Kindern und Jugendlichen mit

Förderbedarf eine bessere Teilhabe am schulischen und gesellschaftlichen Leben ermöglichen. Unser Beitrag trägt aktiv zur Förderung von Mobilität und Inklusion im Bildungsbereich bei.

Umfang der Förderung: 1.200 Euro

2. Sponsoring im Jugendfußball – Spvgg Holzgerlingen, E-Jugend

Mit einem Betrag von **1.000 Euro** haben wir die Anschaffung einheitlicher Trainingskleidung für die E-Jugend der Spvgg Holzgerlingen unterstützt. Ziel war es, einen **einheitlichen Teamauftritt** zu ermöglichen und insbesondere **finanziell benachteiligte Familien** in das Vereinsleben zu integrieren. Durch das Sponsoring konnten alle Kinder unabhängig von ihrer sozialen Herkunft gleich ausgestattet werden – ein wichtiger Beitrag zur Chancengleichheit und zum sozialen Zusammenhalt.

Ein zusätzlicher positiver Effekt: **Ein Kind unserer Mitarbeiter ist Teil der Mannschaft.** Durch die Unterstützung des Teams konnten wir somit auch einen Beitrag zur **Mitarbeitenden Zufriedenheit** leisten und die persönliche Verbundenheit mit unserem Unternehmen stärken.

Umfang der Förderung: 1.000 Euro

Insgesamt belief sich unser finanzieller Beitrag im Rahmen des Klimawin-Projekts 2024 somit auf **2.200 Euro**. Beide Maßnahmen stehen im Einklang mit unserem Selbstverständnis als lokal verankertes Unternehmen, das gesellschaftliche Verantwortung übernimmt – auch in Jahren mit begrenzten personellen Ressourcen.

6.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Trotz begrenzter personeller Ressourcen konnten durch unsere gezielte finanzielle Unterstützung im Jahr 2024 zwei Projekte mit sozialem Mehrwert gestärkt werden.

Beide Maßnahmen zeigen, dass auch mit überschaubaren Mitteln spürbare Impulse für soziale Teilhabe, regionale Verbundenheit und interne Wertschätzung gesetzt werden können.

6.4 Ausblick

Für das Jahr 2025 planen wir, unser Engagement im Rahmen von Klimawin BW fortzusetzen und gezielt weiterzuentwickeln. Dabei möchten wir sowohl bewährte als auch neue Projekte unterstützen:

- **Fortführung des Jugendfußball-Sponsorings:**
Die positive Resonanz auf unser Engagement bei der Spvgg Holzgerlingen hat uns bestärkt, auch im kommenden Jahr wieder einen finanziellen Beitrag zur Förderung des Jugendfußballs zu leisten. Ziel bleibt es, Kindern unabhängig von ihrer sozialen Herkunft die gleichberechtigte Teilnahme am Vereinsleben zu ermöglichen.

- **Wiederaufnahme unseres Umweltbildungsprojekts mit Bienenhotels:**
In den Jahren 2022 und 2023 haben wir bereits erfolgreich Kindergärten mit Bienenhotels und Bausätzen zum Selberbauen unterstützt. Aufgrund zeitlicher Engpässe konnte das Projekt im Jahr 2024 leider nicht fortgeführt werden. Für 2025 planen wir jedoch eine Wiederaufnahme, um Kindern spielerisch Wissen über Biodiversität und den Schutz von Bestäubern zu vermitteln. Die Kombination aus handwerklicher Aktivität und Umweltbildung hat sich als wirkungsvoller Ansatz erwiesen und soll künftig wieder Teil unseres Engagements sein.

Mit diesen Maßnahmen möchten wir auch 2025 einen Beitrag zu sozialer Teilhabe, Umweltbewusstsein und regionalem Mehrwert leisten – im Sinne einer nachhaltigen Unternehmensverantwortung.

Impressum

Herausgeber

comcut Messeservice GmbH

Marie-Curie-Straße 11

71083 Herrenberg

Telefon: +49 7031 791 152

E-Mail: kontakt@comcut.com

Internet: www.comcut.com

Ansprechperson

Jan Rech / Geschäftsführer / jan.rech@comcut.com

Stand

16.07.2025