



KLIMAWIN-Bericht 2024

Messe Stuttgart

Bericht im Rahmen der KLIMAWIN

KLIMAWIN

UNTERNEHMEN
MACHEN KLIMASCHUTZ

INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis

1. Über uns.....	1
2. Die KLIMAWIN	3
3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement.....	5
4. Unsere Schwerpunktthemen	7
Leitsatz 01 – Klimaschutz	9
Leitsatz 04 - Biodiversität.....	16
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	19
5. Weitere Aktivitäten	22
Klima und Umwelt	22
Soziale Verantwortung	26
Ökonomischer Erfolg und Governance	32
6. Unser KLIMAWIN-Projekt.....	37
7. Kontaktinformationen.....	39
Ansprechperson	39
Impressum	39

1. Über uns

Unternehmensdarstellung

Ausgestattet mit einem modernen Messe- und Kongresszentrum mit mehrfach preisgekrönter Architektur bietet die Messe Stuttgart eine hervorragende Plattform für Messen, Kongresse, Ausstellungen, Fachtagungen, Firmen-Präsentationen und viele weitere Events. 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 Messe Stuttgart, 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 Internationales Congresscenter Stuttgart dem vom Europäischen Verband der Veranstaltungs-Centren e. V. und German Convention Bureau ins Leben gerufenen Branchenkodex „fairpflichtet“ an. Er bietet den Unterstützerinnen und Unterstützern 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 48 % aus der Landeshauptstadt Stuttgart, zu 48 % aus dem Land Baden-Württemberg und 4 % dem Verband Region Stuttgart zusammen. Die Geschäftsführung besteht aus Roland Bleinroth, Stefan Lohnert, Thomas Glawa und Carsten Poralla. 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 und Events 1+2, Service & Business Development und Corporate Services und wird ergänzt durch die Stabstellen Bau- und Facility Management, Unternehmenskommunikation und Messe Stuttgart International.

ÜBER UNS

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 Internationales Congresscenter Stuttgart mit 4.900 Quadratmetern. Im Jahr 2024 wurden 72 Veranstaltungen am Standort Stuttgart erfolgreich durchgeführt.

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

Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region

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

Die 12 Leitsätze der KLIMAWIN

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsverständnis.

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.“

Soziale Verantwortung

Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette

„Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Beschäftigten, 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.“

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.“

DIE KLIMAWIN

Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg

Ausführliche Informationen zur KLIMAWIN und zu weiteren Mitgliedern finden Sie auf:
<https://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin>

CHECKLISTE

3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement

Die KLIMAWIN wurde unterzeichnet am: 07. September 2015

ÜBERSICHT:

	Adressierter Leitsatz	Schwerpunkt- setzung	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 1 Klimaschutz	☒	☒	☒
Leitsatz 2 Klimaanpassung	☒	☐	☐
Leitsatz 3 Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	☒	☐	☒
Leitsatz 4 Biodiversität	☒	☒	☒
Leitsatz 5 Produktverantwortung	☒	☐	☐
Leitsatz 6 Menschenrechte und Lieferkette	☒	☐	☐
Leitsatz 7 Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	☒	☐	☐
Leitsatz 8 Anspruchsgruppen	☒	☐	☐
Leitsatz 9 Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	☒	☐	☐
Leitsatz 10 regionaler Mehrwert	☒	☐	☐
Leitsatz 11 Transparenz	☒	☐	☐
Leitsatz 12 Anreize zur Transformation	☒	☒	☒

CHECKLISTE

Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort

Unterstütztes KLIMAWIN-Projekt:

Kronkorkensammlung für die Initiative KronenKinder. Durch den Erlös des gesammelten Wertstoffes Weißblech wird ein soziales Engagement finanziell unterstützt.

Schwerpunktbereich: ☒ Ökologische Nachhaltigkeit ☒ Soziale Nachhaltigkeit

Art der Förderung: ☐ Finanziell ☒ Materiell ☒ Personell

4. Unsere Schwerpunktthemen

Überblick über die gewählten Schwerpunkte

- Leitsatz 1 - Klimaschutz: „Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“
- Leitsatz 04: Biodiversität: „Wir setzen uns aktiv für den Schutz und den Erhalt der Biodiversität ein“
- Leitsatz 12: Anreize für Transformation: „Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und Handeln und beziehen sowohl unsere Beschäftigten als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Klimaschutz

Wir sehen Klimaschutz grundsätzlich als ein Thema an, welches alle Mitglieder der Gesellschaft betrifft: Egal, ob Privatpersonen, Kleinstunternehmen, 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.

Mit dem Beitritt zum Klimabündnis Baden-Württemberg haben wir 2024 diese Position noch einmal unterstrichen. 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 Beschäftigten, Ausstellerinnen und Ausstellern sowie Besucherinnen und Besuchern., aber auch bei einer breiten Öffentlichkeit.

Biodiversität

Die Biodiversität ist ein ganz besonderes Gut unseres Planeten und für Menschen unverzichtbar. Natürliche Lebensräume und Arten versorgen uns mit Nahrung und Trinkwasser und regulieren das Klima – um nur wenige Aspekte hier zu benennen. Um dies zu fördern, bewirtschaften wir im direkten Umfeld des Messegeländes verschiedene Brachflächen, unterhalten drei Retentionsbecken und eine kleine Streuobstwiese. Zudem haben wir begonnen, erste Grünflächen innerhalb des Messeparks nach Kriterien einer insektenfreundlichen Gartenbauweise neu anzulegen und so weitere Impulse für

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

eine gesunde und zukunftsgerichtete Bewirtschaftung unseres Geländes zu setzen. Gleichzeitig sollen die neuen Grünflächen auch detailliert beschrieben werden und so auch den Besuchern unserer Veranstaltungen diese Aspekte der Gartengestaltung zu veranschaulichen.

Anreize für Transformation

In den letzten Jahren hat das Thema Nachhaltigkeit bei unseren Beschäftigten und anderen Stakeholdern nicht nur an Akzeptanz gewonnen, sondern wird nun aktiv eingefordert. Dies ist hauptsächlich der gesteigerten internen und externen Transparenz sowie dem vermehrten Engagement aller Beteiligten zu verdanken. Ohne ein Umdenken ist nachhaltige Entwicklung nicht möglich. Deshalb legen wir besonderen Wert auf den Leitsatz 12 „Anreize zur Transformation“ und bemühen uns kontinuierlich darum, Nachhaltigkeit sowohl intern als auch extern durch Sensibilisierung, Motivation und Bewusstseins-schaffung voranzutreiben.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz 01 – Klimaschutz

Zielsetzung

Wir wollen einen umfassenden Beitrag zum Erreichen der UN-Nachhaltigkeitsziele leisten, indem wir unsere Emissionen berechnen, kontinuierlich reduzieren und dort wo möglich ganz vermeiden. Die restlichen, unvermeidbaren Emissionen gleichen wir durch zertifizierte Klimaschutzprojekte aus. Wir wollen weiterhin den Ausbau erneuerbarer Energien vorantreiben und verfolgen unser Konzept zur energetischen Transformation konsequent weiter. Des Weiteren setzen wir kontinuierlich den Ausbau weiterer Ladestationen für Elektrofahrzeuge fort und fördern die nachhaltige Mobilität. Wir haben klare Ziele und Maßnahmen definiert, sodass Emissionseinsparungen messbar gemacht werden. Hierfür haben wir die Klimaschutz-Roadmap zur validierten und quantifizierten Dokumentation unserer Nachhaltigkeitsmaßnahmen finalisiert und einen entsprechenden Maßnahmenkatalog verabschiedet.

Ergriffene Maßnahmen

- Berechnung der im Nicht-Messebetrieb entstandenen Treibhausgasemissionen im Geschäftsjahr 2023
- Ausgleich der im Nicht-Messebetrieb entstandenen Treibhausgasemissionen im Geschäftsjahr 2023 durch international zertifizierte Klimaschutzprojekte
- Installation einer neuen Photovoltaikanlage auf dem Dach des Verwaltungsgebäudes
- Beitritt zum Klimabündnis Baden-Württemberg
- Jobradleasing: bis zum 31.12.2024 neu gestellt Anträge von 13 Mitarbeitenden
- Änderung der Reisekostenrichtlinie in Bezug auf die Genehmigung von Flugreisen, welche Flüge erst ab einer Entfernung von 600 Kilometern (gemessen an Fahrkilometern per PKW) erlaubt
- Übernahme des Deutschland-Tickets für 210 Mitarbeitende

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 °C-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.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Ausbau alternativer Mobilitätsangebote: Die Messe Stuttgart und das ICS Internationales Congresscenter Stuttgart sind sowohl mit der S-Bahn mit Haltestelle im Flughafen als auch der Stadtbahn U6 an den Stationen Eingang Ost und West und erreichbar. Über das Stuttgart Airport Busterminal sind wir zusätzlich an eine moderne Reise-Drehscheibe mit besten Verbindungen in alle Verkehrsnetze angebunden.



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 Messeeingang Ost mit Aufladestationen für E-Bikes und Pedelecs. Des Weiteren 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.

- Unterstützung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei einer klimafreundlichen Anfahrt zum Arbeitsplatz: Im Jahr 2024 wurden erneut die Kosten des Deutschland-Tickets übernommen, wobei sich die Anzahl signifikant erhöht hat.
- 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.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Im Rahmen der Klimaschutz-Roadmap ist ein weiterer Ausbau der erneuerbaren Energien vorgesehen. Mit der Installation einer neuen Photovoltaik-Anlage auf dem Verwaltungsgebäude ist hier eine Erweiterungsmaßnahme ans Netz gegangen und trägt künftig dazu bei, die einzukaufende Strommenge zu reduzieren.

Indikatoren

Indikator 1: THG-Emissionen im Nicht-Messebetrieb*

- 3.103.761 kg CO₂e
- Zielsetzung für das Jahr 2030 ist eine Reduktion um 46,2 %
- Ausgehend vom Basisjahr 2019

Indikator 2: Entsorgungs- und Recyclingquoten aus dem Wertstoffmanagement*

- Abfallmengen 805 to Restmüll und rund 1000 to verteilt auf diverse Fraktionen wurden 2023 entsorgt. Die wichtigsten Fraktionen sind:
Holz (rund 45 %), Papier & Kartonagen (rund 4 %), Bauschuttgemisch (rund 2 %), Schrott (rund 3,5%), Kunststoff (rund 1 %).

Ein quantitatives Ziel wurde nicht gesetzt, da die Abfallmengen durch die Veranstaltungen (Aussteller-Innen und Aussteller sowie Besucherinnen und Besucher) eingebracht werden und dies nicht von uns beeinflusst werden kann.

- Durch kontinuierliche Verbesserung des Angebotes soll eine sichtbare Reduktion des Restmülls und eine Erhöhung der Recyclingquote erzielt werden

* Die quantitativen Daten zu den Indikatoren stammen aus 2023, da zum Zeitpunkt der Berichterstellung für das aktuelle Berichtsjahr 2024 noch keine quantitativen Daten vorlagen.

Treibhausgasbilanz

Zur Senkung der Treibhausgasemissionen haben wir eine THG-Bilanz für Scope 1+2 sowie ausgewählte Kategorien in Scope 3 erstellt und auf Basis dessen ein Reduktionsziel festgelegt.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Tabelle 1: Datenerfassung und Ziele zur Senkung der THG-Emissionen

Vergleich der CO ₂ -Bilanzen Landesmesse Stuttgart (Nicht-Messebetrieb) 2022 - 2023						
	Emissionsquelle	2023		2022		Abweichung 2022 & 2023
		t CO ₂	%	t CO ₂	%	
Scope 1	Wärme	1568,77	50,50%	1.656,2	42,40%	-5,28%
	Fuhrpark	51,83	1,70%	57,04	1,60%	-9,13%
	Kältemittel	37,30	1,20%	37,3	1,00%	0,00%
Zwischensumme Scope 1		1657,90	53,40%	1.750,58	50,50%	-5,29%
Scope 2	Strom (stationär)	0,00	0	0	0	0,00%
Zwischensumme Scope 2		0,00	0	0	0	0,00%
Scope 3	Anfahrt Mitarbeiter	460,90	14,80%	815,1	20,90%	-43,45%
	Vorkette Strom	351,40	11,30%	377,1	9,70%	-6,81%
	Vorkette Wärme	259,07	8,30%	283,5	7,30%	-8,61%
	Homeoffice	84,42	2,70%	71,9	1,80%	17,38%
	Flüge	184,99	6,00%	123,4	3,20%	49,87%
	Bahnfahrten	2,14	0,10%	3,9	0,30%	-45,55%
	Vorkette Kraftstoffe	13,32	0,40%	34,8	0,90%	-61,74%
	Druckerzeugnisse	2,78	0,20%	7,2	0,20%	-61,23%
	Büropapier	1,35	0,00%	0,0	0,00%	
	Elektronische Geräte	66,37	2,10%	152,9	3,90%	-56,59%
	Wasser	0,28	0,00%	8,4	0,20%	-96,65%
	Entsorgung	4,81	0,30%	16,5	0,40%	-70,80%
	Miet- & Privatfahrzeuge	1,31	0,00%	1,1	0,00%	19,09%
	Hotelübernachtung	11,57	0,40%	31,0	0,80%	-62,71%
	Externes Rechenzentrum	1,15				
Zwischensumme Scope 3		1445,86	46,60%	1.926,8	49,50%	-24,96%
Summe		3103,76	100,00%	3.677,35	100,00%	-15,60%

THG-Bilanz – Unsere Ausgangssituation

Die Messe Stuttgart ist eine der führenden deutschen Messegesellschaften. Mit unserer ausgezeichneten Infrastruktur direkt am Flughafen, am öffentlichen Nahverkehr und an der Autobahn sind wir ein internationaler Treffpunkt für verschiedene Branchen und Märkte. Unser Messegelände umfasst 120.000 Quadratmeter Innenfläche und 40.000 Quadratmeter Freifläche und bietet den idealen Rahmen für erfolgreiche Veranstaltungen. Das angeschlossene ICS Internationales Congresscenter Stuttgart ergänzt das Angebot mit 33 flexibel nutzbaren Räumen. Der Corporate Carbon Footprint (CCF) ist der CO₂-Fußabdruck unseres Unternehmens im Nicht-Messebetrieb und bildet die Grundlage für die Klimaschutz-Roadmap. So konnten wir in einem längeren Prozess die größten Emissionsquellen identifizieren und haben entsprechende Reduktionsmaßnahmen festgelegt – für effektiven Klimaschutz.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

THG-Bilanz – Unsere Zielerreichung

Zur Senkung der Treibhausgasemissionen haben wir eine THG-Ausgangsbilanz erstellt und auf Basis dessen ein Reduktionsziel festgelegt. Da die Messewirtschaft und folglich auch die Messe Stuttgart stark von den Einschränkungen der Corona Pandemie ab dem Jahr 2020 betroffen waren, stellt das Jahr 2019 das letzte repräsentative Berichtsjahr dar und wurde daher als Basisjahr für die Klimaschutz-Roadmap gewählt.

Auf dem Weg zur Klimaneutralität haben wir uns zum Ziel gesetzt, die gesamten THG-Emissionen bis 2030 um mindestens 40,4 % (entspricht 1.537 t CO₂e) gegenüber dem Basisjahr zu reduzieren. Dies teilt sich wie folgt auf:

Für die Emissionen aus Scope 1 haben wir ein Reduktionsziel für diesen Zeitraum von 46,2 % bestimmt und diese Maßnahmen für die Zielerreichung identifiziert und eingeplant:

- Umstellung von zentraler Warmwasserbereitung mit Gas auf dezentralisierte Warmwasserbereitung mit eigenerzeugtem Solarstrom sowie Hinzunahme von eingekauftem Ökostrom während Spitzenlasten
- Umstellung der Gebäudeheizung von Erdgas auf Wärmepumpen
- Bei ausreichender Verfügbarkeit: Erhöhung des Biogas-Anteils in der Brennstoffbeschaffung
- Weitere energieoptimierende Verbrauchsmaßnahmen wie z. B. energiearme Klimatisierung
- Änderung der Dienstwagenrichtlinie: Zulassung ausschließlich für reine Elektro- oder Hybridfahrzeuge
- Elektrifizierungsquote von 80 % über alle firmeneigenen Fahrzeuge

Entsprechend der Regelungen der SBTi können für Scope 2 keine Reduktionsziele festgelegt werden, weil die Stromemissionen aufgrund des Bezuges von Grünstromzertifikaten aus Wasserkraft 0 Tonnen CO₂e betragen. Die Etablierung einer guten Grünstromversorgung schafft zwar keine zusätzliche CO₂e-Reduktion, ist aber die Enabler-Maßnahme für alle weiteren Dekarbonisierungspläne. Daher haben wir auch hier Maßnahmen definiert:

- Installation weiterer Photovoltaikanlagen auf dem Messegelände zur Stromproduktion
- Förderung der Nutzung von E-Mobilität bei Beschäftigten, Ausstellerinnen und Ausstellern sowie Besucherinnen und Besuchern durch Ausbau der E-Ladesäulen
- Sukzessiver Austausch der Beleuchtung durch energiesparende Leuchten wie LED

Für die Emissionen aus Scope 3 liegt unser Reduktionsziel für diesen Zeitraum bei 27,5 % und die Maßnahmen zur Zielerreichung sind:

- Einführung einer Reiserichtlinie, welche Flüge unter 600 km untersagt
- Anreize für nachhaltige Geschäftsreisen z. B. Incentivierung von BahnCards

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Forcieren der Nutzung des E-Fahrzeugpools anstelle von Verbrennerfahrzeugen und Bildung von Fahrgemeinschaften
- Forcieren von Video-Konferenzen anstelle von Reisen, wo möglich
- Verbesserung des Reisemanagements (Termine und Reisen bündeln, Information zu anfallenden Emissionen bei Buchungen)
- Ermöglichung von Mobilem Arbeiten
- Kostenübernahme des Deutschlandtickets
- Angebot des Dienstradleasings
- Mobilitätsangebote für die Anreise der Mitarbeitenden
- Anpassung der Reiserichtlinie, welche Flugreisen erst ab einer Entfernung von 600 km (gemessen an Fahrkilometern per PKW) erlaubt

Die Ziele entsprechen dem Ambitionsniveau von 1,5 °C und basieren auf dem Greenhouse Gas Protocol.

THG-Bilanz – ergriffene Maßnahmen und Entwicklungen

Im Jahr 2024 konnten wir folgende Maßnahmen erfolgreich umsetzen:

- Installation einer neuen Photovoltaik-Anlage auf dem Dach des Verwaltungsgebäudes. Die Anlage hat eine Leistung von über 55kWp (entspricht durchschnittlich etwa 55000 kWh/Jahr) und wird für den Eigenstrom verwendet. Die Inbetriebnahme der Anlage ist Ende 2024 erfolgt, daher sind messbare Daten erst im Jahr 2025 spürbar messbar.
- Installation von 18 neuen PKW-Ladestationen
- Tausch der Hallenbeleuchtung in der Ceratizit Halle (Halle 3) und der Halle 5
- Anpassung der Reiserichtlinien zur Reduzierung von dienstbedingten Flugreisen
- Übernahme des Deutschland-Ticket für 210 Beschäftigte
- Installation von Konferenztechnik für verbesserte Videokonferenzen in 8 von 36 Besprechungsräumen, zudem wurden weitere Bildschirme und Beamer installiert. Die Aufrüstung der Konferenztechnik in den Besprechungsräumen des Verwaltungsgebäudes trägt maßgeblich dazu bei, Videomeetings komfortabler zu machen und dadurch die Akzeptanz für dieses Format zu erhöhen. In der Folge führt dies zu einer Reduzierung von Dienstreisen sowohl der eigenen Belegschaft, aber auch bei den Mitarbeitenden in der Wertschöpfungskette bei.

Wertstoffmanagement

Im Bereich des Wertstoffmanagements gibt es eine Vielzahl an Gesetzen, Vorschriften und Richtlinien. Darüber hinaus sehen wir es als unsere Pflicht an, Umweltrisiken zu minimieren und

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

verantwortlich mit den benötigten Ressourcen umzugehen. Als Dienstleister von Raumvermietung haben wir kaum einen eigenen Ressourcenbedarf – was bei uns angefällt, wird hauptsächlich durch die Teilnehmenden der Veranstaltungen eingebracht. Darum legen wir beim Abfall- und Wertstoffmanagement insbesondere den Fokus auf die Vermeidung bzw. Reduzierung des Restmüllaufkommens. Mittels einer kontinuierlichen Verbesserung der Prozesse versuchen wir die Umweltbelastungen durch die Abfallentsorgung so gering wie möglich zu halten. Ein eigenes Kompetenzteam kümmert sich um die Organisation, Steuerung und Weiterentwicklung des Abfall- und Wertstoffmanagements. In Jahr 2024 wurde die Entsorgungsstrategie und Zielausrichtung neu entwickelt. In diesem Zuge wurden neue Abfallfraktionen eingeführt und die Verbesserung der Abfallqualitäten sowie die Sicherstellung der maximalen Kreislaufführung angestrebt. Ein besonderer Augenmerk liegt neben der Abfallvermeidung auf der stofflichen Verwertung als auch der thermischen Verwertung. Mithilfe des eingeführten Farbleitsystems und einer verstärkten Kommunikation an Ausstellerinnen und Ausstellern sowie Besucherinnen und Besuchern sowie unsere Vertragsunternehmen soll die Sensibilität zu diesem Thema geschärft werden. Verbesserte Reportingstrukturen unseres Wertstoffmanagements sind im Aufbau und bieten zukünftig eine gute Datenbasis um Verbesserungen der Recyclingquoten sichtbar zu machen, helfen aber auch weitere Handlungsfelder aufzuzeigen, mit dem Ziel uns sukzessive zu verbessern.

Ausblick

Mit der Inbetriebnahme der neuen Photovoltaikanlage und den E-Ladesäulen tragen wir auf der einen Seite zur Deckung unseres eigenen Energiebedarfs bei und verbessern unser Angebot für nachhaltige Mobilität direkt am Standort Stuttgart sukzessive weiter.

Zudem soll im Laufe der kommenden zwei Jahre die Photovoltaikanlage auf dem Dach der Paul Horn Halle (Halle 10) auf eine Leistung von 400 kWp erweitert werden.

Der Austausch von Hallenbeleuchtung wird auch in 2025 weiter vorangetrieben, was ebenfalls dazu beiträgt den eigenen Stromverbrauch zu reduzieren.

Das Deutschland-Ticket wird im Jahr 2025 weiter subventioniert, mit dem Ziel noch mehr Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu einer nachhaltigen Anreise zu motivieren. Auch das Jobrad-Angebot bleibt weiterhin ein wichtiger Baustein sowohl für die Mobilität, aber auch als ein Bestandteil des gesamten Portfolios der Beschäftigten-Benefits.

Leitsatz 04 - Biodiversität

Zielsetzung

Schon mit der Planung des Messegeländes legte die Messe Stuttgart ein großes Augenmerk auf den Umweltschutz. Neben den vielen technischen Errungenschaften, die bereits unter dem Leitsatz 01 – Klimaschutz, ausführlich beschrieben werden, übernehmen wir auch Verantwortung für Flora und Fauna. So erfreuen sich die Besucherinnen und Besucher der Messe der kurzen Wege an dem einzigartigen Boschparkhaus, das frei über die Autobahn gespannt ist und für das somit nur wenig Fläche zusätzlich versiegelt werden musste, am erholsamen Grün im Messepark und dem entspannten Plätschern der Teinacher Kaskaden. Obwohl auf den Hallendächern viel Fläche für Photovoltaikmodule genutzt wurde, bleibt noch ausreichend Fläche für eine gute Dachbegrünung übrig. Diese Begrünung auf dem Boschparkhaus und den Hallendächern ist von großem ökologischem Wert, was an der Größe der Gesamtfläche von über 7,5 ha ersichtlich ist. Wir können uns also getrost als „grüne Messe“ bezeichnen, weil bei einer Gesamtbetrachtung aller Flächen unterschiedlichster Art 50 % davon begrünt sind und weil die Messe darüber hinaus weitere ökologische und flächenökonomische Maßnahmen umgesetzt hat.

Dazu zählt beispielsweise die Ableitung des Oberflächenwassers über Retentionsbecken. Das gesamte Niederschlagswasser, das auf dem Messegelände anfällt, wird in eigenen Leitungssystemen gefasst und in die Körsch abgeleitet. Zur Reinigung und als Hochwasserschutz existieren insgesamt drei Retentionsbecken nördlich und östlich des Messegeländes, deren Zuleitung jeweils über offene Gräben erfolgt. Das Konzept wird ergänzt durch die Pflege rund 10 ha.



Maßnahmeflächen in der direkten Nachbarschaft zum Messegelände. Diese sind aufgeteilt in Brachflächen, Langgraswiesen und wiederwüchsige Hecken. Sie sind mannigfaltig bewachsen und bieten Versteck-, Ruhe- und Nistplätze für die Tierwelt, einen Wind- und Erosionsschutz für die anliegenden, agrarwirtschaftlich genutzten Felder und erhalten auf natürliche Weise den Naherholungswert für die umliegenden Gemeinden. Durch die Bewirtschaftung nach ökologischen Grundsätzen konnte im Umfeld des Messegeländes z. B. der Rebhuhnbestand erhalten werden und das seltene Kugelhornmoos sich wieder vermehren. Eine Streuobstwiese nördlich des Messegeländes rundet dieses Gesamtbild ab.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Ergriffene Maßnahmen

- Pflege der Streuobstbäume im Frühjahr und Ernte durch eine Freiwilligen-Aktion der Mitarbeitenden
- Neubepflanzung mit zwei selteneren Apfelsorten
- Pflege der Retentionsflächen durch ein beauftragtes Gartenbauunternehmen
- Neuanlage eines insektenfreundlichen Trockenstauden-Habitats im Messepark

Ergebnisse und Entwicklungen

Bei den jährlichen Untersuchungen durch das betreuende Institut konnten etwa 180 Pflanzenarten und 11 Brutvogelarten festgestellt werden. Ergänzt zu zahlreiche Nahrungsgäste. Des Weiteren wurden Tagfalterarten und Laufkäferarten beobachtet, die teilweise auf den Vorwarnlisten bzw. der Roten Liste genannt sind.

Indikatoren

In unserer Klimaschutzstrategie sind keine konkreten Zielvorgaben für den Leitsatz Biodiversität formuliert. Trotzdem ist es uns wichtig, dass die Flächen, die zum Ausgleich für die Versiegelung unseres Geländes angelegt wurden, einen wertvollen Beitrag zum Umweltschutz leisten. Darum arbeiten wir mit dem Büro für Landschaftsplanung und Naturschutzmanagement AG.L.N. zusammen, welches die Fläche beobachtet, regelmäßig die Pflegerhythmen überprüft und evtl. auch zur Nachsaat berät. So gewährleisten wir, dass alle ansässigen Arten in einem harmonischen Gleichgewicht zusammen gedeihen können. So konnten z. B. die Populationen von Rebhuhn und Feldlerche trotz der direkten Nachbarschaft zum Flughafen deutlich vermehrt werden.

Ein weiterer Indikator für die Lebendigkeit auf dieser Fläche ist das Projekt Ackermoose. So soll auf unseren Brachen für die Zielart Kugel-Hornmoos, aber auch andere typische Ackermoose ein Schutzgebiet ausgewiesen werden. Die Art gilt in Deutschland als stark gefährdet und wurde in unserer Nachbarschaft entdeckt. Für die Erhaltung der Art wurde die Bewirtschaftung der Flächen bedarfsgerecht angepasst.

Ausblick

Für kommende Jahr wurde die Basis geschaffen, einen Teil des Messeparks in ein insektenfreundliches Habitat umzugestalten. Mit dem Naturbeet möchte die Messe Stuttgart einen Beitrag für mehr Biodiversität leisten. In Zusammenarbeit mit dem Gärtnerhof Jeutter wurde auf einer Fläche von 500 Quadratmetern durch die gezielte Bepflanzung verschiedener heimischer Staudengattungen – unter anderem mit Frühlingsfingerkraut, Schnittlauch und Flockenblume – ein vielfältiges Bodenhabitat geschaffen. Dieses bietet Insekten wie Schmetterlingen und Wildbienen

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

einen geschützten Lebensraum und fördert das optimale Gedeihen der Pflanzen. So entsteht ein Naturraum, der zunächst als strukturiertes Beet angelegt wurde und sich allmählich zu einem natürlichen Lebensraum entwickelt, in dem heimische Stauden ungestört wachsen können und zahlreiche Lebewesen einen geschützten Lebensraum finden. Begleitend sollen Infotafeln angebracht werden - so machen wir diesen natürlichen Vorgang für unsere Messebesucherinnen und -besucher erlebbar.

- Anlegen von Blühstreifen in optischer Fortsetzung der darunterliegenden Wasserkaskaden
- Zusammen mit einer passenden Zusammenhänge erklärenden Beschilderung soll ein biodiverser Mini-Hotspot mit einem absoluten Mehrwert entstehen.
- Unser Ziel: Von der scheinbaren Ordnung zur natürlichen Unordnung

Was passiert in 10 Jahren? Es wurden bewusst gerade Reihen gepflanzt. Alle Gattungen sind in gleichmäßig großer Menge auf den Flächen verteilt. Im kommenden Jahr werden die Reihen lockerer werden. Die „Ordnung“ löst sich immer mehr auf, da eine natürliche Vermischung stattfindet. Die Bepflanzung ist Start eines bewussten Prozesses, in den wir mit nur wenig fachkundiger gärtnerischer Hand eingreifen wollen.

Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation

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 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 sowohl die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als auch die restlichen Anspruchsgruppen in das unternehmerische Engagement eng mit einbeziehen. 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 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 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 sechsten internen Nachhaltigkeitstages
- Durchführung mehrerer Lebensmittelspendenaktionen mit den Tafeln, Foodsharing e. V. und speziellen Angeboten für die Beschäftigten auf dem Messegelände (eigene Belegschaft und für die Beschäftigten unserer Servicepartner)
- Einführung des Farbleitsystems für das verbesserte Wertstoffmanagement
- Ausweitung des Angebotes an nachhaltigkeitsbezogenen Messethemen
- Gemeinsam in der Region: Nachhaltigkeit und Transformation geht nur gemeinsam, wenn man mit allen Partnerinnen und Partnern auf das gleiche Ziel zugeht. So engagieren wir uns in verschiedenen regionalen Netzwerken wie z. B. den Beteiligungsbetrieben der Stadt Stuttgart, den Mitgliedsunternehmen des Klimabündnisses und dem Nachhaltigkeitsrat der Stuttgart Marketing & Tourismus GmbH. So kann ein wertvoller Austausch rund um die gemeinsamen Herausforderungen entstehen.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Ergebnisse und Entwicklungen

- Interner Nachhaltigkeitstag: Seit 2019 findet jährlich der Nachhaltigkeitstag für die Mitarbeitenden statt. 2024 war dies bereits zum sechsten Mal der Fall. Terminlich haben wir uns hier an die Nachhaltigkeitswochen in Baden-Württemberg orientiert und so fand dieser besondere Tag am 16. September 2024 statt.
- Erstmals haben wir 2024 in einer freiwilligen Aktion einiger Mitarbeitenden die Ernte unserer Streuobstwiese eingeholt. Die Äpfel wurden in einer benachbarten Saftmanufaktur gepresst und als Saft im Bag-In-Box-System abgefüllt. Die Saftboxen wurden dann in allen Abteilungsküchen verteilt und den Mitarbeitenden kostenfrei bereitgestellt.
- Interner Gesundheitstag: Direkt 4 Wochen später organisierte unsere Personalabteilung dann einen Gesundheitstag. So ging es am 14.10.2024 mit Workshops und Mitmachaktionen weiter und das Finale der Bewegungschallenge, welche am Nachhaltigkeitstag gestartet wurde, rundeten das Programm ab.
- Neben den Mitarbeitenden werden auch andere Stakeholdergruppen wie Gastveranstalter, Ausstellerinnen und Aussteller sowie Besucherinnen und Besucher durch kleine Aktionen angesprochen. So bietet die Messe Stuttgart ihren Teilnehmenden 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.
- Auch unser eigenes Angebotsportfolio wird weiter transformiert.
- Dass unser bisheriges Engagement nicht unbemerkt geblieben ist, zeigte sich durch eine besondere Auszeichnung. Die Messe Stuttgart wurde als erste deutsche Messegesellschaft, mit dem „Deutschen Nachhaltigkeits-Preis 2024“ ausgezeichnet.

Indikatoren

Das Programm des vergangenen Nachhaltigkeitstages hatte einen großen Zuspruch erfahren, besonders positiv bewertet wurde die Vielseitigkeit, der Wechsel zwischen reinem Wissenstransfer und aktiven Mitmach-Aktionen.

Indikator 1: Mitarbeitendenbeteiligung

- Das Programm umfasste 7 Programmpunkte zu Themen wie z. B. „nachhaltige Geldanlage“, „Fit für die CSRD“ und Vorträge unserer Servicepartner zu deren Nachhaltigkeits-Engagement. Ergänzt wurde das Programm durch eine Führung am Flughafen „The FairPort“, welche die Nachhaltigkeitsaspekte des Flughafen Stuttgart erlebbar machte.
- Insgesamt haben rund 120 Mitarbeitende einen oder mehrere Programmpunkte aktiv besucht. Damit ist das Interesse gleichbleibend hoch wie in den Vorjahren.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Indikator 2: Nachhaltigkeitspreis 2024

Ein weiterer Indikator dafür, dass wir gute Anreize für die Transformation setzen, ist der Deutsche Nachhaltigkeitspreis, den die Messe Stuttgart 2024 gewonnen hat. Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis zeichnet Unternehmen aus, die mit ihren Produkten und Dienstleistungen besonders erfolgreich ökologischen und sozialen Herausforderungen begegnen und damit Nachhaltigkeit als wirtschaftliche Chance nutzen. Die Ehrung ist eine Bestätigung des nachhaltigen Selbstverständnisses der Messe Stuttgart und eine Motivation für zukünftiges Handeln.

Ausblick

Auch im kommenden Jahr möchten wir an unserem Nachhaltigkeitstag festhalten und den Mitarbeitenden die Möglichkeit geben, sich zu informieren, aktiv einzubringen und offenen Fragen beantwortet zu bekommen. Um noch mehr Mitarbeitende zu erreichen, wollen wir das Konzept des Nachhaltigkeitstages umstrukturieren und über einen längeren Zeitraum einzelne Impulse setzen.

Neben unseren internen Stakeholdern wollen wir verstärkt den Dialog zu den externen Anspruchsgruppen suchen und Anreize für mehr Nachhaltigkeit in der Veranstaltungsdurchführung setzen.

Internes Angebot im Rahmen der Nachhaltigkeitsimpulse

- Biodiversitätsführung im Messepark
- Ernte der Streuobstwiesen
- Vorträge & Workshops

Externes Angebot

- Ausbau des nachhaltigen Serviceportfolios
- Sukzessive Verbesserung des Wertstoffmanagements
- Engere Zusammenarbeit mit sozialen Angeboten (Tafeln, trot-war, etc.)

5. Weitere Aktivitäten

Klima und Umwelt

Leitsatz 02 – Klimaanpassung

Ziele:

Die Messe Stuttgart ist sich bewusst, dass der Klimawandel viele Risiken birgt. Aufgrund der geografischen Lage des Standortes Stuttgart liegen die besonderen Risiken in Extremwetterereignissen mit Starkregen, aber auch längere Hitze- und Trockenperioden. Gemeinsam mit den Nachbargemeinden und dem Campus Flughafen/Messe wurde hierzu eine Analyse erstellt, wo die möglichen Risikoflächen für Wasseranstauungen sind und welche Risiken sich dadurch für unsere Gebäude und den Betrieb unserer Veranstaltungen resultieren.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Retentionsbecken nördlich und östlich des Messegeländes für Oberflächenwasser anfallender Regenmassen mit einem Volumen von insgesamt 10.860 m³.
- Ableitung des Regenwassers über die Retentionsbecken in natürliche Flussläufe (z. B. die Körsch)
- Effiziente Klimaanlage, welche es uns ermöglichen, bei erhöhtem Bedarf die Gebäude zu energieeffizient zu heizen bzw. zu kühlen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Das anfallende Regenwasser auf die versiegelten Flächen wird gesammelt und in die Retentionsbecken abgeleitet. Bei Starkregenereignissen kann das Wasser, das nicht mehr von den Retentionsbecken aufgenommen werden kann, über Bachläufe in das Flussnetz abfließen und dort aufgenommen und abtransportiert werden.
- Im Sommer wird das Dachregenwassers auch genutzt, um Verdunstungsverluste der Wasserarkaden auszugleichen und in Trockenzeiten die Grünflächen zu bewässern
- Im Falle, dass die Regenmengen nicht rechtzeitig vom Gelände abgeleitet werden besteht das Risiko, dass Wasser in die Versorgungskanäle der Messehallen eindringen kann. Daraus sind aber kaum relevante Schäden zu erwarten.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ausblick:

- Die Becken und Abflüsse werden regelmäßig geprüft und gepflegt, damit sich Stauungen gar nicht erst aufbauen können.
- Regelmäßig Abstimmung mit den benachbarten Parteien, um die Klimaentwicklung und daraus resultierenden Anpassungsbedarf, weiter zu verfolgen und gegebenenfalls neu zu bewerten.

Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

Ziele:

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, Geschäftsführer 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 Ausstellerinnen und Aussteller sowie Besucherinnen und Besucher für einen bewussten Umgang mit Ressourcen zu sensibilisieren und wann immer es möglich ist, ressourcenschonend zu agieren.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Moderne Bauweise bei Neubauten (z. B. der Paul Horn Halle (Halle 10))
- Keine Klimaanlage im Verwaltungsgebäude (Betonkernaktivierung)
- 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
- Ökologisch zertifizierte Reinigungsmittel
- Abfallinseln zur Trennung von Müll auf dem gesamten Messegelände
- Die Ausstellerinnen und Aussteller 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.

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Die Onlineanmeldungen für die Ausstellenden sowie die digitalen Ein- und Ausgangsrechnungen bei der Messe Stuttgart ermöglichen einen papierlosen Workflow.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Es werden laufend Maßnahmen implementiert, um den Ressourcenverbrauch zu verringern und wenn möglich auf nachwachsende Rohstoffe zurückzugreifen. Merklich 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 gefestigt werden. Dazu wird laufend überprüft, wie darüber hinaus 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. Das dafür entwickelte Farbleitsystem wurde im Verlauf dieses Jahres sukzessive eingeführt und soll ausblickend weiter prozessual verbessert und messbarer gemacht werden.

Leitsatz 05 – Produktverantwortung

Ziele:

Viele unserer Veranstaltungen sind seit Jahrzehnten am Markt etabliert und zählen teilweise zu den Leitmessen 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 Wertstoffmanagement, 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.
- Sparsamer Umgang mit Wasser durch Selbstschlussarmaturen und ein verringertes Spülkastenvolumen in allen Sanitäranlagen.
- Lieferantenabfrage durch den Zentraleinkauf
- Veröffentlichung der Ergebnisse aus Ausstellenden- und Besuchendenbefragungen
- Zertifizierung der Messen durch die FKM

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen:

Eine nachhaltige Entwicklung in der Veranstaltungsorganisation wird Schritt-für-Schritt vorangetrieben. So laufen derzeit mehrere Projekte, welche eine Ressourcenschonung erbringen sollen. Des Weiteren 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. 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.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Soziale Verantwortung

Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette

Ziele:

- Einhaltung von Menschenrechten
- Einhaltung unserer Richtlinien bei der Beschaffung
- Sicherstellung der Chancengleichheit von Frauen und Männern

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Implementierung eines Messe Stuttgart spezifischen Compliance Management Systems
- Einhaltung des Publix Corporate Governance Codes der Landeshauptstadt Stuttgart
- Digitales Hinweisgebersystem für Externe und Interne zur Meldung von Missständen
- Einsetzen einer unabhängigen Beauftragten für Chancengleichheit und Einführung eines Chancengleichheitsplan

Ergebnisse und Entwicklungen:

Compliance bzw. Regeltreue steht für die Einhaltung von gesetzlichen Bestimmungen und für die Erfüllung weiterer, wesentlicher und in der Regel von dem Unternehmen selbst gesetzter ethischer Standards und Anforderungen. Zu den betrieblichen und individuellen Vorgaben zählen bei der Messe Stuttgart zum einen das Unternehmensleitbild sowie der Verhaltenskodex und zum anderen alle geltenden Richtlinien, Arbeitsanweisungen und Betriebsleitfäden. Das Regelwerk der Messe Stuttgart wird laufend an die jeweiligen Anforderungen und Gegebenheiten im Unternehmen angepasst. Unter dem Slogan „**open your mind.be compliant**“ hat die Messe Stuttgart ein Compliance Management System implementiert, das auf die Bedürfnisse der Messe Stuttgart angepasst ist, stetig weiter entwickelt wird und über alle Anspruchsgruppen hinweg Gültigkeit hat.

Die Messe Stuttgart hat im Jahr 2022 zwei Beauftragte für Chancengleichheit im Wahlverfahren eingesetzt. Die Steigerung des Frauenanteils über alle Führungsebenen hinweg ist ein Auftrag, den die Messe Stuttgart als Teil ihrer Personalarbeit versteht und der unerlässlich ist für ein zeitgemäßes Arbeitsumfeld. Gleiches gilt auch für eine Verbesserung der Rahmenbedingungen für Vereinbarkeit von Familie, Pflege und Beruf. Der 2024 eingeführte Chancengleichheitsplan dokumentiert diesen Anspruch. Er beinhaltet gleichzeitig die wesentlichen Maßnahmen, mit denen die Messe Stuttgart die Zielsetzung, nämlich die tatsächliche Durchsetzung der Gleichberechtigung von Frauen und Männern erreichen will.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ausblick:

Die Entwicklung eines Compliance Management Systems ist ein dynamischer Prozess, der fortlaufend an sich ändernde Gesetze, Regularien und gewonnene Erfahrungswerte anzupassen ist. Der Messe Stuttgart und deren Geschäftsführung ist besonders daran gelegen, dafür Sorge zu tragen, dass Compliance aktiv gelebt wird – über alle Anspruchsgruppen hinweg.

In dem Chancengleichheitsplan wird festgelegt, mit welchen personellen, organisatorischen und qualifizierenden Maßnahmen die Anteile von Frauen und Männern in jeweils unterrepräsentierten Bereichen, insbesondere in der Führung, erhöht werden können, bis eine Beseitigung der Unterrepräsentanz erreicht ist. Aufgrund der aktuellen Gegebenheiten bei der Messe Stuttgart geht es in den nächsten Jahren primär darum, Unterrepräsentanzen von Frauen zu korrigieren. Der Chancengleichheitsplan beachtet dabei die Besonderheiten der Messe Stuttgart (breites Berufsbild mit einigen wenigen Bereichen, in denen Frauen unterrepräsentiert sind, wie etwa Bau- & Facility-Management und IT)

Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

Ziele:

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 gemeinsam entwickelten Leitbild identifizieren können. Dazu wird dieses entsprechend kommuniziert und durch das Management vorgelebt. 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.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Faire Vergütung: Transparent geregelt durch den Tarifvertrag des Öffentlichen Dienstes. Besonderes Engagement honorieren wir mit leistungsbezogenen Komponenten
- Sozialleistungen & Rabatte: Dazu gehören vermögenswirksame Leistungen, Rabatte bei über 600 Marken sowie freier Messeeintritt für Mitarbeitende und deren Ehepartner und Kinder.
- Familienunterstützung: Familien unterstützen wir mit einem Zuschuss zur Kinderbetreuung bis maximal 150 € sowie einem Zuschuss zur Sommerferienbetreuung
- Betriebliche Altersvorsorge: Mit dem überwiegend durch die Messe Stuttgart finanzierten Beitrag zur Zusatzversorgungskasse (ZVK) ist auch im Ruhestand für die Mitarbeitenden gesorgt.
- Weiterbildungsangebot: Wir fördern ihre Stärken mit internen und externen Weiterbildungen – z. B. EDV- und Sprachkursen sowie individuellen Trainings.
- Gesundheitsmanagement: Ergonomisch eingerichtete Arbeitsplätze, Gesundheitschecks, Fitnessangebot wie Functional Fitness und Yoga. Zudem übernimmt der Betriebsarzt unter anderem verschiedene Impfangebote und den Sehtest und vieles mehr.
- 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: Für eine bessere Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf können die Mitarbeitenden mit unseren Firmenlaptops- und -handys (mit Privatnutzung) auch von zu Hause aus arbeiten.
- Flexible Arbeitszeiten: Dank Gleitzeit können die Mitarbeitenden ihre Arbeitszeit von 39 h/Woche frei gestalten. Jede zusätzlich geleistete Minute schreiben wir dem Zeitkonto gut.
- Urlaub & Sabbatical: 30 Tage Urlaub oder ein Sabbatical ermöglichen eine Auszeit vom Arbeitsalltag. So können Mitarbeitende auch ihre außerberuflichen Pläne verwirklichen.
- 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.
- Betriebsrat für Mitarbeitendenbelange/JAV für die Belange von jungen Mitarbeitenden
- Lernprogramm AGG und Lernprogramme zur Datensicherheit, Cybersicherheit u. v. m.
- Regelmäßige Morgenandachten mit anschließendem Gesprächsangebot von den kirchlichen Diensten für Mitarbeitende und Seelsorge sowie weitere kirchliche Dienste
- Jährlicher Betriebsausflug ebenso wie ein jährlich stattfindendes Mitarbeiterfest.
- Social Intranet SIMS zum unternehmensinternen Austausch und Informieren

WEITERE AKTIVITÄTEN

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 und „Familienfreundlicher Arbeitgeber“ und weitere)
- Reaktivierung und Neukonzeption des Innovationsmanagement in eine Ideenwerkstatt. Durch die Umgestaltung soll das Mitarbeiterengagement, deren Ideen und Kreativität weiter gefördert und gewürdigt werden. So wurden in diesem Jahr über 30 Ideen eingereicht, von welchen bereits acht umgesetzt wurden und weitere 16 derzeit noch in der Prüfung sind.

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 08 – Anspruchsgruppen

Ziele:

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 und Nachbarn im direkten Umfeld des Messegeländes sind für uns eine wichtige Anspruchsgruppe.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Teambuilding-Maßnahmen
- Jährliche Mitarbeitergespräche
- 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
- Aktuelle Themen des Hauses über die Social-Media-Kanäle der Messe Stuttgart auf LinkedIn, Instagram, Facebook und YouTube
- Veröffentlichung aktueller Themen im Kundenmagazins MESSAGE
- Kontinuierlicher Dialog mit Besucherinnen und Besuchern, Ausstellerinnen und Ausstellern sowie Kundinnen und Kunden.
- Stakeholder-Veranstaltungen (z. B. Informationsgespräche, Presseveranstaltungen)
- Einbeziehung der Stakeholder bei neuen Bauvorhaben
- Regelmäßige Befragungen der Anspruchsgruppen: Ausstellerinnen und Aussteller, Besucherinnen und Besucher, Presse, Gastveranstaltungen, Imageanalyse in der Region sowie Befragungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Beiratssitzungen
- Regelmäßiger Austausch mit anderen Anspruchsgruppen (z. B. Flughafen, Stadt Stuttgart, Taxiunternehmen, Hotels etc.) zu erwarteten Teilnehmerzahlen bei Messen, Sicherheitsstandards, Verkehrsaufkommen, Mobilitätsangebote 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 wurde eine

WEITERE AKTIVITÄTEN

Stakeholderbefragung durchgeführt. 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.

Ökonomischer Erfolg und Governance

Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

Ziele:

120.000 m² Ausstellungsfläche aufgeteilt in sieben Hallen mit jeweils 10.500 m² Hallenfläche, eine multifunktionale Messe- und Veranstaltungshalle mit 26.800 m², die Paul Horn Halle (Halle 10) mit 14.600 m² und eine Halle im ICS Internationales Congress Center Stuttgart mit 4.900 m² waren im Jahr 2023 eine Drehscheibe für 15.959 ausstellende Firmen und 1.071.161 Besucherinnen und Besucher aus dem In- und Ausland. Das macht die Messe Stuttgart zu einem wesentlichen Wirtschaftsfaktor für die Region. Als Stuttgarter Unternehmen leben und lieben wir schwäbische Tugenden. Mit Fleiß, Herz und Erfindergeist leisten wir einen wesentlichen Beitrag zur Stärkung der Wirtschaftskraft in Baden-Württemberg und ganz Deutschland.

Die aktuellen Herausforderungen für die Messebranche sind vor allem durch die anhaltend unsichere Wirtschaftslage, geopolitische Krisen und steigende Preise geprägt. In diesem Kontext gewinnen Messen jedoch weiterhin eine zentrale Bedeutung als Marketinginstrument. Sie bieten Unternehmen die Möglichkeit, sich trotz der schwierigen Rahmenbedingungen auf internationalen Märkten zu positionieren, neue Geschäftskontakte zu knüpfen und ihre Marke gezielt zu stärken. Dafür ziehen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus allen kreativen, strategischen, technischen und handwerklichen Bereichen an einem Strang und tragen so einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung des Unternehmenserfolges bzw. der Arbeitsplätze bei. Elementarer Erfolgsfaktor für eine zukunftsfähige Messe sind motivierte und engagierte Mitarbeitende.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Sukzessive Einführung und Umsetzung einer Nachhaltigkeitsstrategie
- Verbesserung und Ausbau der digitalen Infrastruktur
- Optimierung von Prozessen und Abläufen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Mit der Klimaschutzstrategie und der damit verbundenen Roadmap zur Senkung unserer Treibhausgasemissionen tragen wir zu einer nachhaltigeren Wirtschaft bei und sind ein Partner mit Mehrwert für die Region. Anreize zum Umdenken und zum Handeln werden gesetzt und alle Mitarbeitenden als auch andere Anspruchsgruppen werden in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit mit einbezogen.

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Die ersten Rahmenbedingungen wurden geschaffen um die digitale Transformation erfolgreich zu gestalten und Arbeitsabläufe effizienter zu gestalten.
- Die Personalstrategie der Messe Stuttgart hat das Ziel, die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens zu stärken. Dies wird erreicht, wenn die „Ressource“ Mensch optimal eingesetzt wird. Die Messe Stuttgart setzt dabei auf folgende drei Schwerpunkte: Mitarbeitergewinnung, Mitarbeiterbindung und -entwicklung Personalkostenmanagement (Wirtschaftlichkeit).

Ausblick:

Um auf die Herausforderungen bestens vorbereitet zu sein, liegt ein Fokus auf der Internationalisierung. Die Durchführung von Auslandsmessen und das Engagement in der Durchführung von Gemeinschaftspräsentationen bei Auslandsmessen ist ein wichtiger Schlüssel für die Kundengewinnung unserer Eigenveranstaltungen am Standort Stuttgart. Ein weiterer Fokus liegt auf der Entwicklung von digitalen Ergänzungen, um den veränderten Marketingstrategien der Ausstellenden gerecht zu werden.

Im Bereich Mitarbeitergewinnung überarbeiten wir stetig unsere Stellenveröffentlichungen und binden diese immer mehr auch in Social Media Aktivitäten ein um noch gezielter von vielversprechenden Interessenten entdeckt zu werden. Wir sind präsent auf ausgewählten Recruiting-Veranstaltungen, erproben Aktiv Sourcing Maßnahmen und wollen das Angebot an Ausbildungsmöglichkeiten erweitern. Mit einem Kooperationsprojekt zwischen der HR-Abteilung und der Unternehmenskommunikation wurde das Employer Branding eingeführt, mit dem wir uns sowohl intern aber auch extern als eine positive, moderne Arbeitgebermarke positionieren wollen.

Um eine hohe emotionale Mitarbeitendenbindung zu erreichen, steht neben den vielen, bereits im Leitsatz 7 (Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden), genannten Benefits ein umfangreiches Weiterbildungsprogramm im Fokus. Das Personalentwicklungskonzept wird jährlich überarbeitet und bietet Basisangebote, Aufbau- und Optimierungskurse sowie individuelle Schulungsangebote. Ergänzt wird das Konzept durch ein Nachwuchsführungskräfteprogramm und ein Weiterbildungsprogramm für bestehende Führungskräfte. Aber auch die gemeinsam entwickelten Unternehmenswerte sollen die Mitarbeitendenbindung stärken. Unsere drei maßgeblichen Unternehmenswerte – Wertschätzung/ Anerkennung, Vertrauen und Teamgeist sollen in den kommenden zwei Jahren in Workshops beleuchtet und für den jeweiligen eigenen Arbeitsalltag übersetzt werden.

Die Arbeitswelt ist geprägt von einer zunehmenden Dynamik. Produkte und Dienstleistungen wandeln sich stetig, neue Technologien halten Einzug, Märkte wachsen und verändern sich. Daher

WEITERE AKTIVITÄTEN

ist eine durchdachte und konsequente Personalstrategie, die ihre jeweiligen Handlungsfelder und Ziele stetig überprüft und anpasst, ein unabdingbarer Erfolgsfaktor einer erfolgreichen Unternehmenspolitik. Um die Zukunftsfähigkeit der Messe Stuttgart sicherzustellen, haben wir zielgerichtete Maßnahmenpakete entwickelt, die sowohl auf veranstaltungsschwache Zeiten einzahlen, aber auch Personalkostensteigerungen durch Tarifierhöhungen eindämmen und somit die Wirtschaftlichkeit der Messe Stuttgart gewährleisten.

Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert

Ziele:

Die Durchführung von Messen nützt den beteiligten Ausstellerinnen und Ausstellern sowie Besucherinnen und Besuchern, aber auch der Wirtschaft im Einzugsgebiet der Messestadt und im gesamten Land. Von dieser Sekundärwirkung profitieren insbesondere Hotellerie und Gastronomie und Verkehrsunternehmen. Das Gleiche gilt aber auch für Serviceunternehmen, die für Messeveranstalter und Aussteller wertvolle Dienstleistungen erbringen, wie Standbau, andere technische Services, Messelogistik, Dolmetscher-, Hostessen- und Cateringdienste.

Die regionalwirtschaftlichen Effekte machen ein Vielfaches des Veranstalterumsatzes aus. Das Konsumverhalten der Ausstellenden und Besuchenden der Veranstaltungen am Standort Stuttgart wirkt sich positiv auf Hotellerie, Gastronomie und Verkehrsdienstleister wie den Flughafen, die SSB und die Deutsche Bahn sowie wiederum deren Zulieferer aus und haben Kaufkraft-, Beschäftigungs- und Steuereffekte am Standort selbst aber auch in der Region.

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

WEITERE AKTIVITÄTEN

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

Ausblick:

Die Region Stuttgart durchläuft eine Destinationszertifizierung „Nachhaltiges Reiseziel“. Dem haben wir uns als Partnerbetrieb angeschlossen. Ein Aspekt des „Nachhaltigen Reiseziels“ ist die Etablierung eines engagierten Partnernetzwerkes, das gemeinsam die nachhaltigen Verbesserungsprozesse in der Region vorantreibt. Als wichtiger Akteur des touristischen Angebotes wollen wir hier auch künftig Verantwortung übernehmen und unseren Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung der Region zu leisten.

Leitsatz 11 – Transparenz

Ziele:

Compliance bzw. Regeltreue steht für die Einhaltung von gesetzlichen Bestimmungen und für die Erfüllung weiterer, wesentlicher und in der Regel von dem Unternehmen selbst gesetzter ethischer Standards und Anforderungen. Zu den betrieblichen und individuellen Vorgaben zählen bei der Messe Stuttgart zum einen das Unternehmensleitbild sowie der Public Corporate Governance Codes der Stadt Stuttgart und zum anderen alle geltenden Richtlinien, Arbeitsanweisungen und Betriebsleitfäden. Das Regelwerk der Messe Stuttgart wird laufend an die jeweiligen Anforderungen und Gegebenheiten im Unternehmen angepasst.

Unter dem Slogan „**open your mind.be compliant**“ hat die Messe Stuttgart ein spezifisches Compliance Management System implementiert, dass auf die Bedürfnisse der Messe Stuttgart angepasst ist und stetig weiter entwickelt wird.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Einführung eines Compliance Boards
- Benennung eines Compliance Officers
- Digitales Hinweisgebersystem für Interne und Externe zur Meldung von Missständen
- Lernprogramme für Mitarbeitende

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Im Jahr 2022 hat die Messe Stuttgart das bestehende Leitbild überarbeitet. Die hierin aufgeführten Leitlinien sollen Ihnen für Ihre tägliche Arbeit Orientierung und Identität geben, nach außen vermitteln sie Transparenz und zeigen unsere Bereitschaft zur Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung. Dies ist für ein öffentlich-rechtliches Unternehmen wie die Messe Stuttgart von großer Bedeutung.
- Die Messe Stuttgart fördert unter dem Motto open your mind.be compliant eine starke Compliance-Kultur. In erster Linie basiert das System auf regelkonformem Verhalten der Mitarbeitenden. Dazu durchlaufen alle Beschäftigten jährlich verpflichtende Lernprogramme zu den Themen Korruptionsprävention, Informationssicherheit, Umgang mit Interessenskonflikten, Schutz von Geschäftsgeheimnissen, Datenschutz etc..
- Ein digitales Hinweisgebersystem schützt – soweit es gesetzlich zulässig ist – die Identität aller Informantinnen und Informanten. Anmerkungen zu Themen wie Korruption, Verstoß gegen den Umweltschutz, unfairen Wettbewerb, Diebstahl und der Informationssicherheit oder sonstige Pflichtverletzungen im Zusammenhang mit dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz nehmen wir über dieses System entgegen.

Ausblick:

Die Entwicklung eines Compliance Management Systems ist ein dynamischer Prozess, der fortlaufend an sich ändernde Gesetze, Regularien und gewonnene Erfahrungswerte anzupassen ist. Der Messe Stuttgart und deren Geschäftsführung ist es besonders daran gelegen, dafür Sorge zu tragen, dass Compliance aktiv gelebt wird.

6. Unser KLIMAWIN-Projekt

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

Das Projekt

Mit unserem diesjährigen Projekt unterstützen wir die Initiative KronenKinder. Dies sind vier Privatpersonen aus dem Schwarzwald, die sich seit 2021 für Ihre Herzensangelegenheit engagieren. Ziel des Projektes ist es Kronkorken zu sammeln und den Erlös aus dem Verkauf des Weißblechschrottes dann zu 100 % zu spenden. Unterstützt wird mit dieser Sammelinitiative der Förderverein für krebskranke Kinder Tübingen e. V. Mit dem Erlös kann z. B dauerhaft die Patenschaft für drei Zimmer im Elternhaus des Fördervereins übernommen werden. Von Beginn bis zum Juni 2023 konnten bereits rund 68 t Kronkorken gesammelt und damit eine Spendensumme von 28.378,63 EUR erzielt werden. In der Zwischenzeit konnte das Einzugsgebiet und die Annahmestellen erweitert werden.

Die Sammlung der Kronkorken zählt auf zwei Aspekte der Nachhaltigkeit ein. Zum einen werden wichtige Rohstoffe so wieder in den Wertstoffkreislauf zurückgeführt und zum anderen soziales Engagement finanziell unterstützt.

Art und Umfang der Unterstützung

Der Vorschlag zu dem Projekt kam aus den eigenen Reihen, denn eine Kollegin hat hier die Initiative ergriffen und uns darauf aufmerksam gemacht. Gleich zu Beginn des Jahres fand vom 3. – 7.2.24 die Fachmesse INTERGASTRA Leitmesse für die Hotellerie & Gastronomie statt. Eine komplette Messehalle widmet sich hierbei dem Bereich Getränke und da war schnell die Idee geboren, zielgenau in dieser Halle eine Sammelaktion zu starten. Schon im Vorfeld wurden die Aussteller informiert, dass wir die Kronkorken für diesen guten Zweck einsammeln wollen. Ab dem ersten Messetag haben wir dann eine Person eingeteilt, die Ansprechpersonen an den Messeständen nochmal persönlich über die Aktion zu informieren. Jeden Abend wurden dann die Kronkorken an den Ständen eingesammelt.



UNSER KLIMAWIN-PROJEKT

Flankiert wurde die Sammlung durch viele Plakate, die wir in der Halle platziert haben. So konnten wir zudem für die Initiative KronenKinder als Multiplikator dienen, denn die Besucherzielgruppe der Messe ist die Hotellerie und Gastronomie und so konnte die Initiative auch hier Ihren Bekanntheitsgrad erhöhen und neue potenzielle Sammler gewinnen. Insgesamt konnten wir nach der Messe rund eine Wagenladung voller Kronkorken spenden.

Umfang der Förderung:

Kommunikationsmaßnahmen und die Bereitstellung von Arbeitszeit im Vorfeld und während der Messe sowie die Organisation von regelmäßigen Fahrten zum Sammelcontainer.

Ergebnisse und Entwicklungen

Der Erfolg während der INTERGASTRA hat uns beflügelt. Im gleichen Zug haben wir daher in unserem Verwaltungsgebäude eine Sammelstelle eingerichtet und alle Mitarbeitenden motiviert, im eigenen privaten Umfeld Kronkorken zu sammeln und regelmäßig abzugeben. Auch bei den täglichen Besuchen unserer Messerestaurants können wir dort gesammelte Kronkorken mitnehmen. So kommen im Durchschnitt 10-20 Liter pro Monat an Kronkorken zusammen, die wir dann in regelmäßigen Abständen zu einem größeren Sammelcontainer in der Nachbargemeinde bringen. Damit führen wir einen wichtigen Rohstoff wieder in den Kreislauf zurück und tragen weiter zur finanziellen Unterstützung des Fördervereins für Krebskranke Kinder Tübingen e. V. bei.

Ausblick

Wir werden die Sammlungen im Verwaltungsgebäude weiterführen und über die internen Kommunikationskanäle in regelmäßigen Abständen auch berichten, um die Aufmerksamkeit für die Sammlungen aufrechtzuerhalten. Für die kommende INTERGASTRA, die im Februar 2026 wieder stattfindet, planen wir eine Neuauflage der Aktion in der Getränkehalle, damit wir auch hier das Potenzial wieder abschöpfen können und unserer Multiplikatorenfunktion gerecht werden.

Mit der Weiterführung dieses Projektes möchte wir auch die Initiative der vorschlagenden Kollegin wertschätzen und alle Mitarbeitenden motivieren, sich auch künftig mit ihren Ideen & Anregungen einzubringen.

„Viele kleine Leute, die an vielen kleinen Orten viele kleine Dinge tun, können das Gesicht der Welt verändern“ – Afrikanisches Sprichwort.

7. Kontaktinformationen

Ansprechperson

Stefanie Böpple, Managerin Nachhaltigkeit & Neuproduktentwicklung

Telefon: 0711 18560-2552

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

Internet: www.messe-stuttgart.de

Impressum

Herausgegeben am 29. Januar 2025 von

Landesmesse Stuttgart GmbH & Co. KG

Messeplatz 1, · 70629 Stuttgart

Telefon: 0711 18560-0

E-Mail: info@messe-stuttgart.de

Internet: www.messe-stuttgart.de

Änderungen vorbehalten, das Copyright des Bildmaterials obliegt der Messe Stuttgart GmbH & Co. KG.

Messe Stuttgart
Mitten im Markt

