



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

12/2019

LANDESMESSE STUTTGART
GMBH



Bericht im Rahmen der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit (WIN)
Baden-Württemberg

Inhaltsverzeichnis

1. Über uns	1
2. Die WIN-Charta	3
3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement	5
4. Unsere Schwerpunktthemen	6
Leitsatz 02: Mitarbeiterwohlbefinden	7
Leitsatz 05: Energie und Emissionen	9
Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken	12
5. Weitere Aktivitäten	17
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange	17
Umweltbelange	20
Ökonomischer Mehrwert	24
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	25
Regionaler Mehrwert	27
6. Unser WIN!-Projekt	30
7. Kontaktinformationen	32
Ansprechpartner	32
Impressum	32
8. Anhang	33

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

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

Nachhaltiges Handeln ist in allen gesellschaftlichen Bereichen zu einem zentralen Thema geworden. Die Messe Stuttgart und das ICS Internationales Congresscenter Stuttgart, ein Geschäftsbereich der Landesmesse Stuttgart GmbH, sind seit der Eröffnung im Oktober 2007 mit ihrem nachhaltigen Engagement zukunftsweisend. Bereits im Jahr 2010 setzte die Messegesellschaft mit dem „Green Statement“ einen richtungsweisenden Standard für die Branche. Anfang November 2012 schlossen sich die Messe Stuttgart und das ICS dem vom Europäischen Verband der Veranstaltungsveranstaltungs-Centren e. V. und German Convention Bureau ins Leben gerufenen Branchenkodex „fairpflichtet“ an. Er bietet den Unterstützern praktische Orientierung, um ihrer unternehmerischen Verantwortung gerecht werden zu können. 2015 trat die LMS der WIN-Charta bei – mit dieser freiwilligen Selbstverpflichtung dokumentiert sie transparent ihr Engagement für nachhaltiges Wirtschaften. Erstmals investiert die Messe Stuttgart seit diesem Jahr in Klimaschutzprojekte zur Kompensation unvermeidbarer CO₂-Emissionen. Diese sind nach einem der höchsten internationalen Standards, nach dem „Verified Carbon Standard“ (VCS), zertifiziert. Somit kann sich die Messe Stuttgart als klimaneutralen Messestandort 2020 bezeichnen.

Die Gesellschafterstruktur der LMS setzt sich zu 50 % aus der Landeshauptstadt Stuttgart, zu 50 % aus dem Land Baden-Württemberg sowie aus den beiden stillen Gesellschaftern Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart und Handwerkskammer Region Stuttgart zusammen. Die Geschäftsführung besteht aus Herrn Ulrich Kromer von Baerle (Sprecher der Geschäftsführung) sowie Herrn Roland Bleinroth. Die Aufsichtsratsvorsitzende ist 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 folgende Geschäftsbereiche aufgeteilt: M+A – Messen + Ausstellungen, Stuttgart Messe Services & Vertrieb, MSI – Messe Stuttgart International sowie das ICS Internationales Congresscenter Stuttgart.

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

Auszug relevanter Zahlen aus dem Jahr 2019:

Gesamtertrag (2019)	rund 125 Millionen Euro
Aussteller (2019)	22.091 Aussteller
Besucher (2019)	mehr als 1,16 Millionen Besucher
Messen (2019)	58
Mitarbeitende (Stellen)	360

WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

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

2. Die WIN-Charta

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

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

DIE ZWÖLF LEITSÄTZE DER WIN-CHARTA

Die folgenden zwölf Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

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

Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: *„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter.“*

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

Umweltbelange

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

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

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

Ökonomischer Mehrwert

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

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

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

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

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

DIE WIN-CHARTA

Regionaler Mehrwert

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

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

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und zu weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf www.win-bw.com.

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 7. September 2015

Übersicht: Nachhaltigkeitsanstrengungen im Unternehmen

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

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt:

Personelle und finanzielle Unterstützung der Kinderhilfsaktion von SWR, SR und Sparda-Bank „Herzenssache“ im Rahmen des CMT-Schultages am 16. Januar 2019

Schwerpunktbereich:

- Energie und Klima Ressourcen Bildung für nachhaltige Entwicklung
 Mobilität Integration

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

Umfang der Förderung:

Der CMT-Schultag wird durch die Mitarbeitenden der Messe Stuttgart organisiert. Die Mitarbeitenden kümmern sich dabei um die Organisation einer Rallye, sprechen potenziell teilnehmende Aussteller an, übernehmen die Werbung für den CMT-Schultag sowie das Teilnehmermanagement und begleiten die Betreuung und Durchführung der Rallye während der CMT. Im Rahmen eines Bühnenbeitrags auf der CMT bieten wir Herzenssache e. V. die Möglichkeit, auf den Verein und die aktuellen Projekte aufmerksam zu machen. Für Schüler, die an der Rallye teilnehmen, stellt die Messe Stuttgart kostenlose Eintrittskarten zur Verfügung.

Projektpatin: Ilona Jacob, CMT-Team

4. Unsere Schwerpunktt Themen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- **Kategorie Menschenrechte, Sozial - & Arbeitnehmerbelange**
Leitsatz 02: Mitarbeiterwohlbefinden – „Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter.“
- **Kategorie Umweltbelange**
Leitsatz 05: Energie und Emissionen – „Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral.“
- **Kategorie Regionaler Mehrwert**
Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: „Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Mitarbeiterwohlbefinden

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

Energie und Emissionen

Wir sehen Energie grundsätzlich als ein Thema an, das alle Mitglieder der Gesellschaft betrifft: Egal, ob Privatperson, Kleinstunternehmer, Mittelständler oder Großkonzern. Die emittierte CO₂-Menge spielt hierbei zunächst eine untergeordnete Rolle: Vielmehr geht es um das Bemühen, das eigene Handeln zu überprüfen, Verbesserungspotenzial zu entdecken und dieses dann auch zu verwirklichen. Veränderungen im Energie- und Emissionsbereich können nur herbeigeführt werden, wenn sich alle gesellschaftlichen Akteure im Rahmen ihrer Möglichkeiten beteiligen. Durch die Schwerpunktsetzung in diesem Be-

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

reich 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 Angestellten, Ausstellern, Besuchern, aber auch bei einer breiten Öffentlichkeit. Wir wollen mit gutem Beispiel vorangehen, indem wir unter anderem unseren CO₂-Ausstoß beziehungsweise unseren Ressourcenverbrauch stetig messbar senken und dies auch öffentlich kommunizieren.

Anreize zum Umdenken

Um vermehrt für eine interne als auch externe Transparenz zu sorgen, wurde in diesem Jahr der Schwerpunkt auf das Involvement der eigenen Mitarbeitenden und anderer Stakeholder gelegt. Der grundlegende Auslöser war die mangelnde Kenntnis über die bisherigen Bemühungen der LMS, einen nachhaltigen Beitrag zu leisten. Hierbei ging es darum, an geeigneten Stellen Anreize zum Umdenken zu bieten und das Thema Nachhaltigkeit transparent darzustellen. Die Motivation fängt beim Mitarbeitenden an. Nur so kann es einheitlich nach außen getragen werden. Auch das Involvement unserer Service-dienstleister war uns in dieser Hinsicht ein Anliegen, da unser tägliches Geschäft ein gemeinsames Miteinander voraussetzt. Um den stetigen Prozess des Umdenkens zu fördern, ist es unser Ziel, die eigenen Mitarbeitenden sowie unsere anderen Anspruchsgruppen langfristig für das Thema der unternehmerischen Nachhaltigkeit zu sensibilisieren und bei Entscheidungen einzubinden.

Leitsatz 02: Mitarbeiterwohlbefinden

ZIELSETZUNG

Im vergangenen Jahr wurde das Thema Mitarbeiterwohlbefinden erneut als Schwerpunktthema gesetzt, da es uns ein Anliegen ist, dass unsere Mitarbeitenden nicht nur an ihrem Arbeitsplatz, sondern auch privat als Multiplikatoren wirken und nachhaltige Handlungs- und Denkweisen verinnerlichen. Ergänzt wurde dieser Schwerpunkt zusätzlich mit dem Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken. Aufgegriffen werden die folgenden geplanten Aktivitäten und deren Umsetzung:

- Durchführung der Mitarbeiterschulung: nachhaltiges Eventmanagement
- Abstimmung über weitere Nachhaltigkeitsmaßnahmen im Arbeitskreis Nachhaltigkeit, deren Prüfung und Umsetzung
- Weitere Mitarbeiterbefragung zum Thema Zufriedenheit

Daran wollen wir uns messen

- Das Konzept sowie die Ergebnisse der **Mitarbeiterschulung** werden schriftlich dokumentiert, um Mitarbeitende künftig auf dem Gebiet des nachhaltigen Handelns zu sensibilisieren. Es sollen ganz konkret Prozesse und Strukturen aus ihrem Arbeitsalltag aufgegriffen und Optionen hin zu nachhaltigen Handlungsmöglichkeiten identifiziert werden. Durch die konsequente Beachtung von Nachhaltigkeitskriterien im Event- und Messebereich entsteht nicht nur ein Standortvorteil, sondern dadurch wird ein wahrhaftiger Beitrag zum Schutz von Menschen und Umwelt geleistet.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Beim **Arbeitskreis Nachhaltigkeit** wurden über 40 potenzielle Maßnahmen abgestimmt. Die regelmäßigen Treffen sorgen für Transparenz in den Abteilungen.
- Die **Online-Mitarbeiterbefragung** wird von nun an jährlich – wie mit dem Betriebsrat abgestimmt – stattfinden und als neuer Dialogkanal genutzt. Das Ziel ist es, durch regelmäßiges Feedback zu erfahren, was die Mitarbeitenden bewegt. Folgende Themen sollen u. a. Bestandteil der Befragung sein: Arbeitsplatzsituation, Firmenkultur, interne Kommunikation, Karriere und Weiterbildung etc.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

- Die **Mitarbeiterschulung** „Nachhaltiges Eventmanagement“ wurde im Februar 2019 durchgeführt. Die Durchführung geschah in Kooperation mit dem Kommunikationsbüro Ulmer. Generiert wurde ein gemeinsames Verständnis für das Thema nachhaltige Entwicklung. Zudem wurden neue Ideen für künftige Nachhaltigkeitsmaßnahmen generiert. Die Resonanz war positiv: „Nachhaltiges Handeln kann Spaß machen: Wir wollen das befördern und auch die Kollegen für die Thematik sensibilisieren und zum Mitmachen motivieren!“ (Ergebnisprotokoll Workshop). Eine Reihe an potenziellen neuen Maßnahmen wurde für einen Prüfauftrag generiert.
- Im **Arbeitskreis Nachhaltigkeit** wurden neue Maßnahmen für die nachhaltige Entwicklung beschlossen und darauf aktiv angegangen. Themen, die diskutiert worden sind, waren beispielsweise eine Wunschzettelaktion am Weihnachtsbaum oder die Motivation von Mitarbeitenden, kleinere Drucker abzuschaffen. Es wurde deutlich, dass bei der LMS bereits viel umgesetzt bzw. geprüft wird.
- Nach der **Mitarbeiterbefragung** im Vorjahr betrug die Rücklaufquote 66 %. Die Mitarbeitenden wurden zu Themen wie Zufriedenheit mit der Arbeitsplatzausstattung, Einbindung in Kreativprozesse, Eigeninitiative und Verantwortung, aber auch zur Atmosphäre im Team usw. befragt.

INDIKATOREN

Indikator 1: Durchführung der Mitarbeiterschulung „Nachhaltiges Eventmanagement“

Die Mitarbeiterschulung wurde am 25. Februar gemeinsam mit dem Kommunikationsbüro Ulmer durchgeführt. Insgesamt waren 17 Mitarbeitende angemeldet. 14 neue Projekte wurden mit Wunsch auf Prüfung genannt.

Indikator 2: Maßnahmenumsetzung Arbeitskreis Nachhaltigkeit

Aus den insgesamt 40 vorab definierten Maßnahmen wurde sich gemäß Abstimmung für fünf neue, zu prüfende Maßnahmen entschieden. Maßnahmen, die 2019 in die Tat umgesetzt worden sind: der erste Nachhaltigkeitstag der LMS zur Schaffung einer internen Transparenz sowie der Erstellung einer digitalen Plattform zum internen Austausch.

Indikator 3: Durchführung einer Mitarbeiterbefragung zur Erfassung der Mitarbeiterzufriedenheit

An der Mitarbeiterbefragung haben insgesamt 241 Kollegen der LMS teilgenommen. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 66 % (bezogen auf die Stellen im Jahr 2019). Die Befragung wurde noch Ende Dezember abgeschlossen und die Ergebnisse werden im ersten Halbjahr 2020 der Belegschaft präsentiert. Wie im Vorjahr stehen die Ergebnisse auch im Social Intranet SIMS zur Verfügung.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

AUSBLICK

Im kommenden Jahr wird sich im Rahmen der WIN-Charta-Strategie auf ein anderes Schwerpunktthema fokussiert. Dennoch wird das Thema Mitarbeiterwohlbefinden zukünftig weiterhin von entscheidender Bedeutung sein.

Leitsatz 05: Energie und Emissionen

ZIELSETZUNG

Die diesjährige Zielsetzung im Hinblick auf die Themen Energie und Emissionen fokussiert sich auf die Berechnung der im Nichtmessebetrieb entstandenen CO₂-Emissionen. Das Ziel in diesem Jahr war es, die definierten CO₂-Determinanten des Geschäftsjahres 2018 zu erheben und denen aus 2017 gegenüberzustellen. Zudem stand die Auswahl geeigneter Klimaschutzprojekte auf der Agenda, die den Anforderungen der Messegesellschaft entsprachen. In diesem Kapitel werden konkrete Reduktions- sowie Kompensationsmaßnahmen präsentiert sowie die im Vorjahr geplanten Aktivitäten und die Auswertung der Mobilitätsanalyse dargestellt.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Präsentation des CO₂-Fußabdruckes 2017 der Geschäftsführung sowie dem Aufsichtsrat
- Definition von Kompensationsmaßnahmen mit geeigneten zertifizierten Klimaschutzprojekten
- Berechnung des CO₂-Fußabdruckes für das Geschäftsjahr 2018
- Erstellung von geeigneten Prüfaufträgen auf Basis der Mobilitätsanalyse 2018
- Installation und Inbetriebnahme neuer Fotovoltaikanlagen auf der Paul Horn Halle (Halle 10)

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

ClimatePartner präsentierte der Geschäftsführung im Januar 2019 die erste **Berechnung der CO₂-Bilanz 2017**. Vorgestellt wurden potenzielle Kompensationsmöglichkeiten mit international zertifizierten Klimaschutzprojekten. Im Juli 2019 stimmte der Aufsichtsrat über folgende **Maßnahmen** ab: Kompensation aller unvermeidbaren Emissionen des Geschäftsjahres 2018 im Nichtmessebetrieb. Dies erfolgt mit der Investition in folgende international anerkannte Klimaschutzprojekte:

- Regionales Projekt in Freiburg über den Bergwaldprojekt e. V., Deutschland
- [Windenergie in Guyan](#), China nach dem Verified Carbon Standard (VCS)

ClimatePartner definiert beide Projekte als gemeinsames Hybridprojekt, bei dem zum einen ein regionaler Beitrag geleistet und zum anderen die Kompensation durchgeführt werden kann.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Im selben Monat wurde die **Mobilitätsanalyse** der Mitarbeitenden ausgewertet. Im Rahmen der WIN-Charta-Strategie (gem. Zielkonzept 2017) führte die Unternehmensentwicklung im letzten Jahr gemeinsam mit dem Kommunikationsbüro Ulmer eine Analyse des Mobilitätsverhaltens der Mitarbeitenden der LMS durch. Zusammen mit der Personalabteilung wurden 2019 entsprechende Prüfaufträge abgeleitet, um weitere Maßnahmen im Entwicklungsprozess zu definieren. Die Ergebnisse der Mobilitätsanalyse wurden im Social Intranet SIMS veröffentlicht.

Aufgrund der Abstimmungen mit dem vorgelagerten Energiedienstleister konnte die **Fotovoltaikanlage** der Paul Horn Halle (Halle 10) bis dato noch nicht in Betrieb genommen werden.

INDIKATOREN

Indikator 1: Erstellen von Prüfaufträgen

Die Prüfaufträge orientierten sich an den von der Mehrheit der Mitarbeitenden genannten offenen Nennungen:

- Keine/geminderte Abstellgebühren bei car2go am Flughafen
- Interne Carsharing-App für Mitarbeitende
- Zuschuss bei Mitnahme von Mitarbeitenden
- Verbessertes Angebot ÖPNV/mehr Informationen zur ÖPNV-Nutzung
- Prüfen, ob Dienstreisen nicht auch mit dem ÖPNV unternommen werden können
- Günstigeres Fahrradleasing/E-Bikes im Fuhrpark
- Sichere, besser ausgebaute Radwege
- Kostenfreies Laden von Elektroautos auf dem Messegelände
- Dienstfahrzeuge mit alternativen Antrieben
- Mehr Poolfahrzeuge, weil diese oft ausgebucht sind
- Zuschuss für Mitarbeitende, die ein Elektroauto haben
- Mitarbeiterleasing von Elektro-/Hybridfahrzeugen
- Mobiles Arbeiten noch flexibler gestalten
- Jährlicher Aktionstag „Nachhaltige Anfahrt zum Arbeitsplatz“

Die Abteilungen Unternehmensentwicklung und Personal teilten sich die Prüfaufträge auf: Die Themen bessere Taktung und Anbindung ÖPNV sowie die Beschaffenheit des Geländes rund um den Stuttgarter Flughafen (für die Anreise mit dem Fahrrad) wurden als Voraussetzung für den Umstieg auf nachhaltige Verkehrsmittel gesehen, die nur durch die Unterstützung der Politik umzusetzen sind.

Einige Themen wie das Prüfen von Dienstreisen oder der jährliche Aktionstag „Nachhaltige Anfahrt zum Arbeitsplatz“ konnten bereits umgesetzt werden. Zu den weiteren Prüfaufträgen gehörten eine Mitfahrzentrale für Mitarbeitende (auch mit anderen Unternehmen der Airport City), generelle Zuschüsse/finanzielle Anreize für Mitarbeitende (z. B. bei Mitnahme von Kollegen, Nutzen von E-Fahrzeugen) sowie

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

zusätzliche Bedarfe an EnBW-Ladesäulen auf dem Messegelände oder günstigerem Strom für Nutzer von Elektrofahrzeugen.

Indikator 2: Berechnung des CO₂-Fußabdruckes

- Bis Juni wurden alle benötigten Informationen zur Berechnung des CO₂-Fußabdrucks zusammengetragen und anschließend von ClimatePartner berechnet. Die Ergebnisse lagen Anfang Oktober vor.

Das Gesamtergebnis für das Geschäftsjahr 2018 beträgt insgesamt 3.558,6 Tonnen CO₂. Im Vergleich zur Berechnung im Vorjahr 2017 ergibt sich folgende Gegenüberstellung der Werte:

Emissionsquelle	2018		2017		Δ	
	t CO ₂	%	t CO ₂	%	t CO ₂	%
Scope 1 Wärme	1.596,0	44,9	1.626,7	50,7	-30,7	-1,9
Fuhrpark	62,2	1,7	62,3	1,9	-0,1	-0,1
Kältemittelleckagen	-	-	19,7	0,6	-19,7	-
Zwischensumme Scope 1	1.658,2	46,6	1.708,7	53,3	-50,4	-3,0
Scope 2 Strom	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Zwischensumme Scope 2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Scope 3 Anfahrt Mitarbeiter	848,3	23,8	761,1	23,7	+87,2	+11,5
Vorkette Strom	404,4	11,4	357,8	10,0	+46,6	+13,0
Vorkette Wärme	349,5	9,8	392,4	12,2	-42,9	-10,9
Flüge	241,2	6,8	294,4	9,2	-53,1	-18,1
Druckerzeugnisse	14,4	0,4	14,4	0,4	+0,0	+0,1
Bahnfahrten	11,4	0,3	11,2	0,3	+0,2	+1,7
Vorkette Kraftstoffe	11,3	0,3	9,8	0,3	+1,4	+14,7
Wasser	7,0	0,2	6,0	0,2	+1,0	+17,0
Büropapier	6,7	0,2	8,8	0,3	-2,1	-23,6
Entsorgung	4,9	0,1	5,3	0,1	-0,5	-9,9
Miet- und Privatfahrzeuge	1,2	0,0	1,9	0,1	-0,7	-37,0
Zwischensumme Scope 3	1.900,3	53,4	1.863,2	52,2	+37,0	+2,0
Summe	3.558,6	100,0	3.571,8	100,0	-13,4	-0,4

Die größte Emissionsquelle stellt weiterhin die Wärme (44,9 %) dar, die zweitgrößte Position sind Emissionen, die durch die Anfahrt der Mitarbeitenden entstehen (23,8 %). An dritter Stelle stehen mit 11,4 % die Emissionen aus der Vorkette Strom. Die CO₂-Bilanz im Detail befindet sich im Anhang. Die Kompensation der unvermeidbaren Gesamtemissionen im Nichtmessebetrieb wurde noch in diesem Jahr auf Basis des Geschäftsjahres 2018 durchgeführt.

Indikator 3: Installation der Fotovoltaikanlage Paul Horn Halle (Halle 10)

- Mit den zusätzlichen 3.400 Quadratmetern auf der Paul Horn Halle (Halle 10) vergrößert sich die Gesamtfläche (bestehend aus den Fotovoltaikanlagen auf den Hallen sowie der 8.000 Quadratmeter großen Fläche auf dem Boschparkhaus) auf insgesamt 43.400 Quadratmeter.
- Somit werden künftig insgesamt 4,92 Millionen Kilowattstunden Strom erzeugt, womit 1.640 Vierpersonenhaushalte mit einem Durchschnittsverbrauch von 3.000 Kilowattstunden Strom im Jahr versorgt werden können.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Die CO₂-Einsparung liegt dann bei jährlich 2.642 Tonnen.

AUSBLICK

Die Berechnung der CO₂-Bilanz und deren Kompensation wird künftig zum Standard in der Unternehmensstrategie der Messe Stuttgart. Langfristig steht die Reduktion der Emissionen an geeigneten Stellen im Vordergrund, die Kompensation dient als letzte Instanz. Zudem wird bei zukünftigen Bauten der Messe Stuttgart konsequent der wirtschaftliche Einsatz von Fotovoltaikanlagen geprüft und umgesetzt – als Beispiel hierfür gelten die Anlagen der Paul Horn Halle (Halle 10).

Geplante Aktivitäten:

- Externe Kommunikation über die Investition in Klimaschutzprojekte
- Berechnung des CO₂-Fußabdruckes für das Geschäftsjahr 2019
- Inbetriebnahme der Fotovoltaikanlage der Paul Horn Halle (Halle 10)

Unser Ziel:

Berechnung des CO₂-Fußabdruckes 2019 im ersten Quartal 2020, Erkennen weiterer Handlungsempfehlungen und Ableitung von Handlungspotenzialen

Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken

ZIELSETZUNG

Die unternehmerische Nachhaltigkeit ist ein stetiger Prozess und kann nicht über Nacht erfolgen. Daher war es in dieser Hinsicht ein wichtiges Anliegen, im internen Unternehmensprozess Anreize zum Umdenken zu schaffen und die Mitarbeitenden entsprechend zu sensibilisieren. Das Ziel war es, die interne Kommunikation zu stärken und den internen Austausch zum Thema Nachhaltigkeit zu fördern.

- **Organisation eines Nachhaltigkeitstages** für LMS-Mitarbeitende: Der Nachhaltigkeitstag richtet sich in erster Linie an die interne Zielgruppe der LMS. Unterschiedliche Aktionen sollen den Mitarbeitenden dabei unterstützen, die für ihn geeigneten Maßnahmen zu identifizieren, um individuelle Schlüsse für das nachhaltige Handeln zu ziehen.
- Erstellen einer **internen Plattform für den gemeinsamen Austausch**: Um transparente Antworten auf häufig gestellte Fragen zu geben, wurde im Social Intranet SIMS eine Plattform für den intensiven Austausch generiert. Zudem liefert die Plattform Informationen zu den Mitgliedschaften bei Nachhaltigkeitsverbänden sowie Dokumente zu aktuellen Maßnahmen.
- **Abfrage der Servicepartner** zum Thema nachhaltiges Handeln: Mittels gezielter Fragestellung (orientiert an den Leitsätzen der WIN-Charta) sollen Servicepartner dazu aufgefordert werden, die eigenen nachhaltigen Unternehmensprozesse zu reflektieren und in Worten darzustellen.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Daran wollen wir uns messen

- Der Nachhaltigkeitstag wird nun jährlich im Rahmen der Nachhaltigkeitstage Baden-Württemberg stattfinden. Entsprechende Kennzahlen (z. B. Teilnehmerzahl bei Impulsvorträgen, Summe gesamelter Spenden etc.) dienen als Indikator für den internen Erfolg.
- Die Anzahl der Interessierten auf der internen Plattform „Nachhaltigkeit“ sowie die Anzahl der gestellten Fragen sowie die Interaktion stellen die Notwendigkeit für den internen Austausch dar.
- Die Rücklaufquote der Fragebogen sowie die Qualität der gegebenen Antworten geben der LMS eine geeignete Messgröße.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Der **Nachhaltigkeitstag** wurde am 3. Juni 2019 im Rahmen der Nachhaltigkeitstage Baden-Württemberg veranstaltet. Die ganztägige Veranstaltung bot den Mitarbeitenden unterschiedliche Aktionen zur Information über das Thema Nachhaltigkeit bei der LMS.
- Die interne Plattform „Nachhaltigkeit“ steht den Mitarbeitenden seit dem Nachhaltigkeitstag zum gemeinsamen Austausch/zur Informationsbeschaffung zur Verfügung. Zudem wird der Workspace „Zero Waste Tipps und Tricks“ sehr aktiv von 43 Mitgliedern genutzt.
- Die Abfrage der Servicepartner wurde durchgeführt und alle Informationen wurden in einer Übersicht zusammengetragen.
- „Fair-Food Markt“ bei der Messe Stuttgart

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die LMS nahm die diesjährigen [Nachhaltigkeitstage in Baden-Württemberg](#) als Anlass, den Trend für ein zunehmendes Bewusstsein für Umwelt- und Nachhaltigkeitsfragen aufzugreifen und sich mit dem Thema auseinanderzusetzen. Am dritten Juni fand deshalb intern im Haus der Messe Stuttgart erstmals ein Nachhaltigkeitstag statt. Er gab den Mitarbeitenden zukunftsweisende Impulse und diverse Aktionen zum Mitmachen und Informieren. Zudem wurden im Vorfeld des Tages Kollegen gesucht, die bewusst nachhaltig leben und sich für die Umwelt engagieren. Die Teilnahme an diesem Tag war für die Mitarbeitenden freiwillig und folgende Aktionen wurden geboten:

Aktionen zum Mitmachen:

- Treppen statt Aufzug: Im Monat werden bei der LMS im Schnitt 235 Kilowattstunden Strom für die reine Aufzugnutzung im Verwaltungsgebäude verbraucht. Die Mitarbeitenden wurden dazu angehalten, die Treppen anstelle des Aufzugs zu nutzen. Eine Treppenbeklebung (über den Servicepartner SignService) mit der Anzahl verbrannter Kalorien gibt den Mitarbeitenden einen extra Motivationsschub. Durch einen täglichen Verzicht auf den Aufzug können im Verwaltungsgebäude ca. 7,8 Kilowattstunden Strom eingespart werden (dies entspricht in etwa dem 133-Stunden-Betrieb einer konventionellen Glühbirne (60 W). Ein Quiz am Aufzug informierte die Mitarbeitenden darüber.
- Viva con Agua-Pfandflaschen-Spendenbox: Der gemeinnützige Verein Viva con Agua aus Hamburg sammelt Spenden für sauberes Trinkwasser weltweit. Was bereits auf vielen Festivals zu sehen ist,

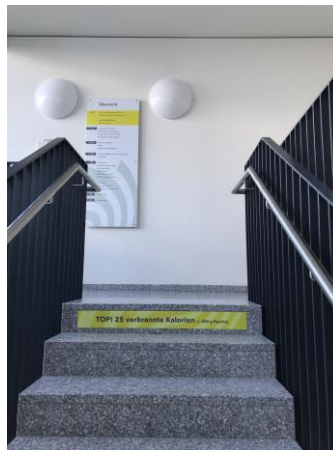
UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

gab es am Nachhaltigkeitstag auch für die Mitarbeitenden im Verwaltungsgebäude: eine Pfandflaschen-Spendenbox. Die Abteilung Unternehmensentwicklung tauschte das Pfand anschließend ein und übergab den gesammelten Beitrag an Viva con Agua. Bis heute ist die Spendenbox im Einsatz.

- **Energie sparen:** Mit kleinen Aufklebern auf den Lichtschaltern „Drück mich, wenn Du gehst“ wurden die Mitarbeitenden motiviert, das Licht auszuschalten, wenn sie die Toiletten verlassen. Zudem wurde dazu aufgerufen, weniger zu drucken und das jährliche Druckaufkommen (knapp 1 Mio. A4-Blätter im Jahr 2017) zu reduzieren.
- **Nachhaltige Anreise:** Im Vorfeld des Nachhaltigkeitstages wurden die Mitarbeitenden aufgefordert, mit dem Fahrrad, dem Bus, der Bahn oder zu Fuß zur Arbeit zu kommen. Einige Mitarbeitende nahmen sogar eine zweistündige Anreise mit dem Fahrrad auf sich und organisierten Sternfahrten zur LMS.
- **Mehrweg statt Einweg:** Jeder Mitarbeitende erhielt als kleines Andenken einen biologisch abbaubaren Kaffeebecher – für den mehrfachen Einsatz, aus natürlichen Rohstoffen, made in Germany.

Aktionen zum Informieren:

- Angebot von Impulsvorträgen zu den Inhalten rund um das Thema Nachhaltigkeit
- Teppichverlegung im Foyer des Verwaltungsgebäudes: Der Servicepartner C.T.S erklärte sich an diesem Tag dazu bereit, die wiederverwendbaren Teppichfliesen im Foyer auszulegen. Im Gegensatz zur Einweg-Teppichverlegung lassen sich die Fliesen mehrfach verwenden und mittels eigens entwickelter Reinigungsmaschine von C.T.S reinigen.



Im Social Intranet SIMS wurde im Anschluss an den Nachhaltigkeitstag eine **Plattform für den internen Austausch** zu Nachhaltigkeitsthemen geschaffen. Hier wurden alle wichtigen Dokumente zu nachhaltigen Aktivitäten (z. B. Nachhaltigkeitsbericht, CO₂-Fußabdruck, WIN-Charta-Leitfaden etc.) den Mitarbeitenden zur Verfügung gestellt.

Die **Umfrage der Servicepartner** wurde durchgeführt. Die Servicepartner beschäftigten sich mit (an den 12 Leitsätzen der WIN-Charta orientierten) Fragen wie beispielsweise: Was tun Sie in Ihrem Unternehmen zum Schutz von Menschen- und Arbeitnehmerrechten? Inwieweit fördern Sie das Wohlbefinden Ihrer Mitarbeitenden? Wie steigern Sie Ihre Ressourceneffizienz? etc.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Im Rahmen des Nachhaltigkeitstages wurde über das Prinzip von „Foodsharing“ berichtet. Über Mitarbeitende wurde daraufhin der Anstoß gegeben, dass auch bei der Messe Stuttgart ein Kühlschrank und ein Regal für Lebensmittel aufgestellt werden soll.

Indikator 1: Durchführung des ersten Nachhaltigkeitstages der LMS

- Der Nachhaltigkeitstag richtete sich an alle Mitarbeitenden der LMS.
- Bei der Befragung am Aufzug beteiligten sich insgesamt 35 Mitarbeitende, 66 % der Befragten gaben an, die Treppe zu nutzen, bei anderen 20 % überwiegte die Faulheit dem Gewissen – sie nahmen den Aufzug.

Bei der Spendenaktion für Viva con Agua wurden knapp 150 Pfandflaschen gesammelt. Der Spendenbeitrag von 32,10 Euro wurde dem Verein überwiesen. Insgesamt konnten für das Jahr 2019 rund 140 Euro eingenommen und dem Verein Viva con Agua überwiesen werden. „Wir freuen uns total über das Engagement der Mitarbeitenden der Messe Stuttgart und mit der Spende in Höhe von 138,57 Euro können in unserem Wasserprojekt in der Amhara-Region in Äthiopien zwei Wassermanagement-Schulungen für die Bevölkerung finanziert werden. Ein wichtiger Schritt auf dem Weg zur nachhaltigen Versorgung mit sauberem Trinkwasser.“ (Johannes Tomczak, Leitung Fundraising bei Viva con Agua)



- An den drei Impulsvorträgen nahmen im Schnitt 20 Mitarbeitende teil.
- Über fünf Kollegen mit nachhaltigem Engagement wurde im Vorfeld im Social Intranet berichtet: Von der nachhaltigen Anreise bis hin zum Thema Zero Waste waren alle Themen vertreten. Die Beiträge erhielten bis zu 69 Likes und eine positive Resonanz seitens der Mitarbeitenden.

Indikator 2: Bereitstellung einer internen Plattform zum gemeinsamen Austausch

Die Plattform wurde im Anschluss an den Nachhaltigkeitstag veröffentlicht und steht als öffentlicher Workspace allen LMS-Mitarbeitenden zur Verfügung.

Indikator 3: Abfrage der Servicepartner der LMS

Die Abfrage fand im Zeitraum vom 30. April bis zum 30. Juni 2019 statt. Da nicht alle ausgefüllten Fragebogen eingereicht worden sind, wurde die Deadline verlängert.

Indikator 4: „Fair-Food Markt“ bei der LMS

Im Oktober wurde der „Fair-Food Markt“ im UG1 aufgebaut. Er dient als Foodsharing-Plattform, auf der übrig gebliebene Lebensmittel vor dem Wegwerfen gerettet werden können. Ergänzt wird diese Plattform durch einen Workspace im Intranet SIMS, in dem die Lebensmittel des „Fair-Food Marktes“ ausgeschrieben sind. Der Workspace hat insgesamt 80 Mitglieder.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

AUSBLICK

Auch im kommenden Jahr wird der Nachhaltigkeitstag erneut im Rahmen der Nachhaltigkeitstage Baden-Württemberg stattfinden, ein möglicher Termin ist der 22. Mai 2020. Das Motto Klimaneutralität bildet einen aktuellen Anlass und das Programm wird entsprechend darauf abgestimmt. Die Servicepartnerabfrage wird weiterhin fokussiert und in unternehmensinterne Entscheidungen eingebunden. Die Spendenaktion Viva con Agua wird künftig fortgeführt.

Geplante Aktivitäten

- Durchführen des zweiten Nachhaltigkeitstages im Rahmen der Nachhaltigkeitstage Baden-Württemberg. Über konkrete Maßnahmen wird im Arbeitskreis Nachhaltigkeit abgestimmt. Fortführung der Spendenaktion Viva con Agua.
- Übersichtliche Zusammenfassung/Darstellung der Befragungsergebnisse der Servicepartnerabfrage im ersten Quartal

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Die Achtung von Menschen- und Arbeitnehmerrechten genießt bei unserem Denken und Handeln oberste Priorität. Dies haben wir bereits durch den Beitritt zum Kodex „fairpflichtet“ öffentlich bekundet, indem wir uns den folgenden Leitsätzen verschrieben haben:

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

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

Ausgewählte Maßnahmen und Aktivitäten:

- Beitritt zum Kodex „[fairpflichtet](#)“
- **Leistungsgerechte Vergütung**
Das über alle Arbeitnehmergruppen hinweg gestaltete Entgeltsystem des Tarifvertrags des öffentlichen Dienstes gewährleistet eine faire, transparente und dynamische Vergütung. Leistungsbezogene Komponenten berücksichtigen darüber hinaus individuelles Engagement und Höchstleistungen.
- **Sozialleistungen und Vergünstigungen**
Umfangreiche Sozialleistungen und Vergünstigungen runden das Einkommen ab. Dazu gehören vermögenswirksame Leistungen, Zuschuss zur Kinderbetreuung sowie der kostenfreie Zutritt zu unseren Eigenveranstaltungen für die Mitarbeitenden und deren Familie.
- **Betriebliche Altersvorsorge**
Auch wenn unsere Mitarbeitenden in den Ruhestand gehen, soll für sie gesorgt sein. Dabei hilft unsere betriebliche Altersvorsorge, die Zusatzversorgungskasse (ZVK). Mit der Rente aus der Zusatzversorgung des öffentlichen Dienstes erhalten sie neben der gesetzlichen Alterssicherung eine überwiegend durch die Messe Stuttgart finanzierte betriebliche Altersvorsorge.
- **Weiterbildungsangebot**
Wir bieten unseren Mitarbeitenden ein breit gefächertes Weiterbildungsangebot, das ihre berufliche Entwicklung vorantreibt und unterstützt: Sprachtrainings, interne und externe Seminare, Wirtschaftsführerschein, EDV-Führerschein. Hinzu kommen Ausbildungsplätze in verschiedenen Berufen.
- **Gesundheitsmanagement**
365 Tage im Jahr unterstützt die Messe Stuttgart ihre Mitarbeitenden in Sachen Gesundheit. An einem Tag im Jahr steht das Thema ganz besonders im Vordergrund: Tests und Übungen helfen, die eigene Gesundheit zu reflektieren und sich dabei die Wirkung des eigenen Handelns auf die Gesundheit ins Bewusstsein zu rufen. Zusätzlich bieten wir Aktionstage, die Gesundheitsthemen in den Messealltag integrieren.

WEITERE AKTIVITÄTEN

- **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 Kollegen ein umfassendes Betriebs-sport-Programm. Dieses umfasst Angebote wie Fußball, Tennis und Laufgruppen.

- **Mobiles Arbeiten**

Wir bieten unseren Mitarbeitenden die Möglichkeit, auch von zu Hause zu arbeiten. Dies trägt zu einer besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf bei.

- **Sabbatical**

Ein Sabbatical ermöglicht es den Mitarbeitenden, sich eine „Auszeit“ vom Arbeitsalltag zu nehmen. Das Sabbatical wird in Form eines Blockzeitmodells durchgeführt und setzt sich aus einer Aktiv- und Freistellungsphase zusammen. Wir freuen uns, ein solches Instrument als moderne Form der Arbeitszeitgestaltung anbieten zu können.

- **Leibliches Wohl**

Für jeden Geschmack etwas dabei: Eine Vielzahl von Verpflegungsmöglichkeiten garantiert Abwechslung und trifft jeden Geschmack. Unsere Messe-Restaurants, Bistros oder der mobile Brötchenservice – die Mitarbeitenden entscheiden Tag für Tag, wo und wie sie sich verpflegen möchten.

- **Mobilität**

Wir möchten, dass unsere Mitarbeitenden mobil sind. Sie können unsere kostenfreien Mitarbeiterparkplätze nutzen oder von unserem Firmenticket und einem Zuschuss für ihre Jahresfahrkarte des Stuttgarter Verkehrsverbunds profitieren.

- Betriebsrat für Mitarbeiterbelange/JAV für die Belange von jungen Mitarbeitenden

- Lernprogramm AGG

- Diverse Charity-Aktionen im Bereich Lifestyle & Freizeit (z. B. SWR Herzenssache auf der CMT, Kunst meets Camping, AOK-Frauenlauf, Unterstützung Fildertafel u. v. m.)

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Hohe Mitarbeiterzufriedenheit durch die vielseitigen betrieblichen (Sozial-)Leistungen
- Außenwahrnehmung der LMS als innovatives und mitarbeiterfreundliches Unternehmen (u. a. auch durch Auszeichnungen wie TOP JOB)

Ausblick:

- Kontinuierliche Anpassungen an aktuelle Arbeitsmarktentwicklungen zum Vorteil unserer Angestellten
- Die Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden wird zukünftig genauer in den Fokus genommen: Hierzu wird einmal pro Jahr eine Mitarbeiterbefragung zu den Themen Angebote und Leistungen für Arbeitnehmer der Messe Stuttgart durchgeführt (s. o.). Folgende Themen sind u. a. Bestandteil der Befragung: Arbeitssituation, Arbeitsplatz und Arbeitsbedingungen, Firmenkultur, interne Kommunikation, Karriere und Weiterentwicklung sowie die Unternehmensverbundenheit.

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Die LMS führt zusätzlich zu den oben genannten Maßnahmen für ihre Mitarbeitenden folgende Aktionen durch:

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Gesundheit (Betriebssport, ergonomischer Arbeitsplatz etc.)
- Jährlicher Betriebsausflug sowie ein jährlich stattfindendes Sommerfest
- Betriebskantine mit Mitarbeiterzuschüssen
- Weiterbildungsprogramme wie Seminare oder Workshops
- Diverse Mitarbeitergespräche
- Intranet SIMS zum unternehmensinternen Austausch
- Kostenloses Parken für Mitarbeitende auf dem Gelände
- Bereichsinterne Weihnachtsfeier sowie Teambuildingmaßnahmen
- Seelsorge sowie kirchliche Dienste
- Betriebsarzt
- Diverse Mitarbeiterbefragungen (z. B. Zufriedenheit, Mitarbeitermobilität)
- Mitarbeiterschulungen „Nachhaltiges Eventmanagement“
- Arbeitskreis Nachhaltigkeit zum gemeinsamen Austausch

Ausblick:

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

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Unsere Beschäftigten stellen eine sehr wichtige Anspruchsgruppe dar. Wir sind daher mit ihnen in engem Austausch und bemüht, ihre Interessen und Wünsche möglichst adäquat in unseren Planungsprozessen zu berücksichtigen. Wo dies nicht möglich ist, wird transparent dargestellt, warum beispielsweise die Umsetzung eines gewissen Vorschlags nicht möglich war. Externe Anspruchsgruppen informieren wir regelmäßig zu aktuellen Entwicklungen und Themen. Darüber hinaus treten wir kontinuierlich in den Dialog mit externen Stakeholdern, um Wünsche und Anregungen in Erfahrung zu bringen, z. B. durch Befragungen und persönliche Gespräche. Auch unsere Nachbarn im direkten Umfeld des Messegeländes sind für uns eine wichtige Anspruchsgruppe. Im Rahmen des Neubaus der Paul Horn Halle (Halle 10) haben wir beispielsweise alle interessierten Bürger zu einem Informationsgespräch eingeladen und berichten kontinuierlich auf unserer Homepage über den aktuellen Baufortschritt.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Regelmäßige Mitarbeitergespräche
- Info-Talk mit der Geschäftsführung
- Strategietage zur Weiterentwicklung der Messen
- Systematisiertes Ideenmanagement
- Transparente Darstellung von Unternehmensentscheidungen
- Pressekonferenzen bzw. -mitteilungen
- Präsentation aktueller Themen und Entwicklungen auf der Homepage der Messe
- Kontinuierlicher Dialog mit Besuchern/Ausstellern
- Stakeholder-Veranstaltungen (z. B. Informationsgespräche, Presseveranstaltungen)
- Einbeziehung der Stakeholder beim Bau der Paul Horn Halle (Halle 10), Masterplan 2025
- Regelmäßige Befragungen der Anspruchsgruppen: Aussteller, Besucher, Journalisten, Gastveranstaltungen, Imageanalyse in der Region sowie Mitarbeiterbefragungen
- Beiratssitzungen
- Regelmäßiger Austausch mit anderen Anspruchsgruppen (z. B. Flughafen, Stadt Stuttgart, Taxiunternehmen etc.) zu erwarteten Teilnehmerzahlen bei Messen, Sicherheitsstandards, Verkehrsaufkommen etc.
- Bau einer zweiten Behindertentoilette im ICS, Eingang Ost als weiteren Schritt optimierter 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 Stakeholdern 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.

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Mit dem Bau der neuen Halle 10, der „Paul Horn Halle“, wurde sich bewusst für eine moderne, aber auch nachhaltige Bauweise entschieden: Sie ist die erste Halle auf dem Gelände der Messe Stuttgart, deren Dachtragwerk nicht aus Stahl, sondern aus Holz besteht. Laut Thomas Glawa, Bereichsleiter Bau- und Facility Management der LMS, 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 spielte das Thema eine zentrale Rolle.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Moderne Bauweise bei der Paul Horn Halle (Halle 10)
- Nachhaltige Werbegeschenke (z. B. Kugelschreiber aus recycelten PET-Flaschen)
- Aufzeigen energiesparender Handlungen: z. B. beim Verlassen des Arbeitsplatzes nach Feierabend den PC herunterfahren, Bildschirm ganz ausschalten, Fenster schließen, Licht ausschalten etc.)
- Mitarbeitende werden angehalten, so wenig wie möglich zu drucken.
- Anzahl der Farbdrucke soll stark reduziert werden.
- Fehlerhaft bedrucktes Papier soll für eigene Notizen wiederverwendet werden.
- Voreinstellung der Drucker auf doppelseitigen Druck
- Tageslicht in den Messehallen
- Keine Klimaanlage im Verwaltungsgebäude (Betonkernaktivierung)
- Bei einigen Veranstaltungen: keine Teppichverlegung
- Ökologisch zertifizierte Reinigungsmittel
- Kombiticket für die Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln
- Effizienz in den Baueinrichtungen: effiziente Gas-Brennwerttechnik, ökologisch fortschrittliche Klimaanlage in den Hallen, Wärmegewinnungsrücklage, energieeffiziente und moderne Veranstaltungstechnik, Einsatz von LED-Leuchtmitteln, wassersparende Armaturen
- Abfallinseln zur Trennung von Müll auf dem gesamten Messegelände
- Rückführung des Niederschlagswassers in den Wasserkreislauf
- Nutzung von Speiseresten und -öl für die Herstellung von Biogas und Biodiesel
- Dachbegrünung auf allen Hallen und dem BOSCH-Parkhaus
- Die 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 Onlineanmeldungen für die Aussteller sowie die digitalen Ein- und Ausgangsrechnungen bei der LMS ermöglichen einen papierlosen Workflow
- Recyclingaktion: Verwendung von alter Beflaggung für die Herstellung von Taschen, Angebot von Teppichfliesen als Alternative zur herkömmlichen Teppichverlegung

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen:

Die (kleinen) Handlungsänderungen im Büroalltag fallen den Mitarbeitenden zusehends leichter, so werden beispielsweise in einigen Abteilungen vermehrt die kleinen Drucker abgeschafft oder beim Druck auf Doppelseitigkeit oder Schwarz-Weiß-Druck geachtet. Wir erleben eine positive Resonanz auf die oben genannten Maßnahmen, die Angestellten sehen generell den Mehrwert in solchen Handlungen und wir hoffen, dass diese Handlungsalternativen langfristig nicht nur am Arbeitsplatz, sondern auch im Privatleben Anwendung finden. Dennoch wird spürbar ein Defizit der internen Kommunikation über die Nachhaltigkeitsaktivitäten bei der LMS wahrgenommen.

Ausblick:

- Im kommenden Jahr soll auch weiterhin auf die vermehrte Nutzung der nachhaltigen Werbemittel (siehe auch: „Messe-Tütle“) aufmerksam gemacht werden. Die Mitarbeitenden sollen diese in ihren Unternehmensalltag integrieren und auch andere Stakeholder zur Nutzung motivieren. Zudem soll der Altbestand an den bisher weniger nachhaltigen Werbemitteln langfristig und sukzessive abgebaut und künftig auf umweltfreundlichere Alternativen umgestellt werden.
- Weitere Maßnahmen beim kommenden Nachhaltigkeitstag 2020 werden den Mitarbeitenden weitere Anreize im Hinblick auf Ressourceneinsparung geben.

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

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

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Stromproduktion durch Sonnenkollektoren
- CO₂-freier Strom (erzeugt durch Wasserkraft)
- Überwachung des Energieverbrauches
- Schichtlüftungssystem: Reduzierung des Stromverbrauches
- Nutzung von Elektro-Smarts
- Ozonfreie Drucker
- EnBW-Stromtankstelle auf dem Messegelände
- Car2go-Parkplätze auf der Messepiazza
- Sukzessive Umstellung auf LED-Lampen im Standbaupaket bei den Servicepartnern
- Sukzessive Umstellung auf LED-Lampen auf dem Messegelände sowie im Verwaltungsgebäude
- Seit diesem Jahr ist der Paketversand über unseren Partner GLS KlimaProtect zu 100 % klimaneutral.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ausblick:

Die künftigen Berechnungen der CO₂-Bilanz unterstützen uns dabei, relevante Handlungsfelder zu erkennen, um Maßnahmen gegen einen erhöhten Energie- und Emissionsverbrauch zu ergreifen. Auch beim Masterplan 2025 sind energiesparende Baumaßnahmen bereits in der Planungsphase.

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Viele unserer Veranstaltungen sind seit Jahrzehnten am Markt etabliert und zählen teilweise zu den Leitmessern in ihrer Branche. Die Messe Stuttgart strebt eine nachhaltige Entwicklung und kontinuierliche Weiterentwicklung ihrer Messen an. Zusätzlich übernehmen wir inhaltlich Verantwortung und einige unserer Veranstaltungen fokussieren sich auf das Thema Nachhaltigkeit wie z. B. Markt des guten Geschmacks, i-Mobility und Fair Handeln. Aber auch auf unseren Fachmessen beschäftigen wir uns intensiv mit nachhaltiger Entwicklung. So präsentiert zum Beispiel ein Zusammenschluss von Unternehmen des europäischen Maschinen- und Anlagenbaus unter dem Namen „Blue Competence“ auf der AMB nachhaltige Innovationen und Technologien.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Vermehrte Ausrichtung von Messen mit Bezug zum Thema nachhaltige Entwicklung
- Lieferantenabfrage durch den Zentraleinkauf
- Veröffentlichung der Ergebnisse aus Aussteller- und Besucherbefragungen
- Zertifizierung der Messen durch die FKM

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die Beschaffungen der LMS 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 in diesem Jahr durch die Abteilung Einkauf erweitert. Neu in der Einkaufsrichtlinie ist der Hinweis auf die WIN-Charta und die Verlinkung auf die 12 Leitsätze. Bei der Abfrage ergänzt zum „Stellenwert des Umweltschutzes“ wurde nun 2019 die Frage nach dem konkreten Beitrag des Unternehmens im Rahmen der Erfüllung des Vertragsverhältnisses mit der LMS 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 LMS informiert und aufgefordert, ihren Beitrag zum nachhaltigen Handeln darzustellen. Im Entscheidungsprozess spielt neben weiteren Kriterien auch das Umweltbewusstsein des jeweiligen Unternehmens eine wichtige Rolle.

WEITERE AKTIVITÄTEN

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.

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

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

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Masterplan 2025: Erweiterungen und Investitionen der Infrastruktur rund um das Messegelände (neue Parkplätze, mehr Logistikflächen für Dienstleister, moderne Verkehrsleitsysteme auf der A8 etc.)
- Einige Innovationen: Expo 4.0 erstes Mal in Eigenregie, BRAWO – die Blasorchestermesse im Bereich Lifestyle & Freizeit, Bienale – ein Themenbereich für Imker im Rahmen der GARTEN, IKA/Olympiade der Köche im Rahmen der INTERGASTRA, CHEF-SACHE Wien)
- Neuer Standort für die LogiMAT, die gemeinsam mit der Gesellschaft Logistics Exhibition GmbH veranstaltet wird: Thailand

Ergebnisse und Entwicklungen:

Rund 125 Millionen Euro wurden 2019 bei der Messe Stuttgart trotz eines turnusgemäß schwachen Jahrs erwirtschaftet. Insbesondere die positive Entwicklung bei Eigenveranstaltungen sowie die wachsende Beliebtheit des Standortes Stuttgart für Gastmessen und Kongresse konnten zum Erfolg beitragen. Mit einem Hallenumschlagsfaktor von 13,0 waren die Hallen der Messe Stuttgart in diesem Jahr erneut gut ausgelastet. Die gesamte [Pressemitteilung zur Jahresbilanz](#) ist auf der Homepage der Messe Stuttgart zu finden.

Ausblick:

Geschäftsführer Kromer kündigt für das kommende Jahr 2020 an, das Beste der Unternehmensgeschichte zu werden. Das Unternehmen rechnet mit rund 185 Millionen Euro Umsatz und mit rund 34 Millionen Euro Ergebnis vor Pacht und Steuer. Es werden zudem 24.000 Aussteller und mehr als 1,36 Millionen Besucher erwartet. Für 2020 stehen Messen wie die im Dreijahresrhythmus stattfindende didacta (24. bis 28. März 2020), die INTERGASTRA (15. bis 19. Februar 2020) oder die CMT (11. bis 19. Januar 2020) auf dem Programm. Im neuen Jahr kommt es zudem zu einem Wechsel in der Geschäftsführung: Nach 19 Jahren Messe geht Ulrich Kromer Ende Januar 2020 in den Ruhestand. Roland Bleinroth

WEITERE AKTIVITÄTEN

übernimmt die Rolle des Sprechers der Geschäftsführung, und Stefan Lohnert tritt in die Geschäftsführung ein.

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Sukzessive Sanierungen an bestehenden Gebäuden/Räumen
- Anwendung modernster Gebäudemanagementstandards u. a. beim Bau der Paul Horn Halle (Halle 10)
- Akquise regelmäßig stattfindender Gastveranstaltungen/Kongresse
- Nachhaltiges „Messe-Tütle“ aus Papier
- Bereitstellung eines Kreativraums zur Durchführung von Workshops und Seminaren mit unternehmensexternen und -internen Teilnehmern



Ergebnisse und Entwicklungen:

Einsparung von Ressourcen (z. B. Senkung der Heizkosten im Winter, Senkung des Wasserverbrauchs durch den Einbau entsprechender Armaturen etc.). Hierbei soll auch die in den Schwerpunktthemen beschriebene CO₂-Bilanz unterstützt werden.

Ausblick:

Was das Gebäudemanagement anbelangt, so sind wir bezüglich der jüngsten Bauvorhaben und -realisierungen in den Bereichen Energie, Klima und Wasser bereits sehr weit entwickelt. Wir wollen jedoch stetig Verbesserungen an bereits bestehenden Gebäudekomplexen und Räumlichkeiten vornehmen, um ganzheitlich ein hohes Innovationsniveau zu erreichen.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Den Mitarbeitenden werden jährlich die Geschäftsentwicklungen des vergangenen Geschäftsjahres transparent in der Betriebsversammlung dargestellt.
- Direkt nach den Aufsichtsratssitzungen werden die Mitarbeitenden im Rahmen des Info-Talks mit der Geschäftsführung über aktuelle Entwicklungen und Entscheidungen informiert.
- In der jährlich stattfindenden Pressekonferenz informieren wir die Öffentlichkeit über die Unternehmensentwicklung und zukünftige Projekte.

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Darüber hinaus sind die Beteiligungsberichte der Stadt Stuttgart und des Landes Baden-Württemberg jederzeit online verfügbar und einsehbar.
- Änderungen der Anlagenpolitik bei der Projektgesellschaft Neue Messe Stuttgart GmbH & Co. KG (ProNM)

Ergebnisse und Entwicklungen:

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

Das Sondervermögen der ProNM wird seit diesem Jahr in Deko-Nachhaltigkeit Kommunal umbenannt. Folgende Änderungen sind noch bis 30. Dezember in Kraft getreten: Die Investition in Wertpapiere erfolgt künftig nur noch in solche, die nach Grundsätzen der Nachhaltigkeit ausgewählt werden.

Ausblick:

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

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben
- Etablierung eines Verhaltenskodex zur Vermeidung von Korruption, der für alle Angestellten Verblindlichkeit besitzt
- Etablierung eines Compliance-Boards, das präventive Aufgaben wahrnimmt (insbesondere Identifikation von unternehmensspezifischen Compliance-Themen und die Beratung der Geschäftsführung, wie mit diesen Themen umzugehen ist). Gleichzeitig ist das Compliance-Board zentrale Anlauf- und Beratungsstelle für Fragen und Anregungen zum Thema Compliance für die Mitarbeitenden der Messe Stuttgart.
- Des Weiteren gibt es diverse Richtlinien zu den Themen Einkauf, Gegengeschäfte, Reisekosten, Unterschriftenregelung sowie Geschenke.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Bislang liegen keine Korruptionsverdachtsfälle innerhalb des Unternehmens vor.

Ausblick:

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

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wo es möglich und sinnvoll ist, werden langfristige Kooperationsbeziehungen mit regionalen Zulieferern und Dienstleistern angestrebt, z. B. wird ein großer Teil des Caterings von regionalen Anbietern bezogen.
- Im Rahmen des WIN!-Projekts unterstützt das Unternehmen eine regionale Stiftung.
- Stärkung der Region durch Veranstaltungen: Weiterentwicklung der Messen zur Wirtschaftsförderung Baden-Württemberg
- Umwegrentabilität als sekundärwirtschaftlicher Effekt
- Regional- sowie Publikumsmessen
- Erweiterung des Messegeländes
- Regionale Partnerschaften bei Hallenbezeichnungen (Paul Horn, Oskar Lapp, L-Bank, Alfred Kärcher, Jacques Lanners), Rothauspark, Teinacher Kaskaden
- Vermehrter Einkauf von Werbegeschenken aus der Region
- TOP-JOB-Arbeitgeber in der Region Stuttgart, Schaffung von Arbeitsplätzen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die Beziehung zu unseren regionalen Anspruchsgruppen ist von großem gegenseitigem Respekt geprägt. Dies hat beispielsweise sehr gut funktionierende und langfristige Lieferantenbeziehungen zur Folge.
- Generell erfolgt eine Stärkung der Region durch Regional- als auch Publikumsmessen. Mit der Lage „Mitten im Markt“ sowie der Erweiterung des Geländes hat die Messe Stuttgart eine gute Basis zur Weiterentwicklung von Messen zur Wirtschaftsförderung Baden-Württembergs. Zudem lässt sich die Umwegrentabilität als wirtschaftlicher Sekundäreffekt (Rückfluss von erhöhten Steuereinnahmen) als weiteres Ergebnis nennen.

Ausblick:

Wir möchten auch künftig darauf achten, dass wir bei all unseren Aktivitäten in erster Linie einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften, erbringen. Dies kann beim wirtschaftlichen Sekundäreffekt der Umwegrentabilität beginnen und beim Einkauf regionaler Produkte enden.

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Zusätzlich zu den oben genannten Maßnahmen in der Schwerpunktsetzung gibt es bei der LMS folgende Maßnahmen und Aktivitäten:

WEITERE AKTIVITÄTEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Messen mit dem Fokus Nachhaltigkeit (Fair Handeln, Markt des guten Geschmacks, i-Mobility, Haus Holz Energie etc.)
- Monatlicher ÖPNV-Zuschuss von 28,30 Euro für LMS-Mitarbeitende
- Vergabe von Projekten der Frühjahrmessen/CMT an die Rudolf-Sophien-Stift gGmbH
- Kooperation mit der Tafel bei den Gastronomiemessen der Messe Stuttgart (z. B. SACHSENBACK, südback, INTERGSTRA)
- Zurverfügungstellung einer BahnCard Business zur Förderung von Dienstreisen mit dem ÖPNV
- Fahrradticket bei den Frühjahrmessen
- Handyaktion auf den Frühjahrmessen
- Altkleidersammelaktion bei der Fair Handeln 2019
- Besondere Kennzeichnung von Ausstellern bei der Fair Handeln, die etwas zum Thema Zero Waste beitragen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- In den letzten Jahren haben sich mehr Messen etabliert, die einen Fokus auf das Thema Nachhaltigkeit haben.
- Die Messe Stuttgart fördert die Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln mit einem Zuschuss zur Zeitfahrkarte.
- Das Fahrradticket wurde in diesem Jahr erstmalig bei den Frühjahrmessen getestet. Hierbei handelt es sich um ein vergünstigtes Ticket, das die Abgabe eines Fahrrads in einem bewachten Fahrradstellplatz und den Messebesuch beinhaltet. Ziel war es, die Besucher zu motivieren, das Auto zu Hause stehen zu lassen und mit dem Fahrrad zur Messe anzureisen. Der Stellplatz ist für bis zu 150 Fahrräder ausgelegt. Insgesamt wurden 141 Fahrradtickets zu je 10 Euro verkauft. Dies entspricht einem Preisvorteil gegenüber dem Tagesticket an den Kassen.
- Seit einigen Jahren werden im Lifestyle&Freizeit-Team Projekte wie beispielsweise die Konfektionierung von Spielpässen bei der Spielmesse an die Rudolf-Sophien-Stift gGmbH vergeben. Die Mitarbeitenden schneiden die Bänder, fädeln sie ein und binden sie und verpacken die Pässe anschließend in Kartons. Ansprechpartnerin für diese Projekte ist Frau Siegle, Projektleiterin für das LMS Messemarketing. Das Rudolf-Sophien-Stift ist Teil der gemeindepsychiatrischen Versorgung der Landeshauptstadt Stuttgart und der angrenzenden Landkreise. Es bietet vielfältige Angebote für psychisch erkrankte Menschen: klinische Behandlung, medizinische, berufliche und psychosoziale Rehabilitation sowie bedarfsorientierte Hilfen im Bereich Wohnen und Arbeiten.
- Durchführung der Handyaktion auf den Frühjahrmessen: Hierbei wurden auf dem Gelände der LMS während der Frühjahrmessen Sammelboxen verteilt, die in der Regel von Firmen, Schulen oder Gemeinden angefordert und aufgestellt werden. Die Besucher konnten dort ihre alten, ungenutzten Mobiltelefone für eine nachhaltige Verwertung spenden. Durch fachgerechtes Handy-Recycling müssen weniger Konfliktminerale (z. B. Gold und Kupfer) abgebaut werden, es werden

WEITERE AKTIVITÄTEN

keine Rohstoffe verschwendet und unfaire Abbaubedingungen weltweit werden minimiert. Der Erlös fließt in Entwicklungsprojekte in afrikanischen Ländern. Insgesamt wurden 334 Handys gesammelt.

- Bei der Altkleidersammelaktion konnten Besucher ihre aussortierten Kleider auf der Messe abgeben. Diese sind der Aktion Hoffnung gespendet worden. Die Kleiderspenden werden von der Aktion Hoffnung weiter sortiert und unter strengen Kriterien verwertet. Sowohl die Aktion Hoffnung als auch der Sortierbetrieb sind Mitglied des Dachverbands FairWertung, sodass an die Weitergabe der Kleidung strenge Maßstäbe angelegt werden. Mit den Erlösen unterstützt die Aktion Hoffnung weltweite Eine-Welt-Projekte ihrer katholischen Mitgliedsorganisationen und entwicklungsbezogene Bildungsarbeit hier in Deutschland. Es sind insgesamt 26 große Säcke zusammengekommen. Das sind ca. 300 Kilogramm an Kleiderspenden.
- Insgesamt wurden bei der Fair Handeln 26 Aussteller mit der Zero-Waste-Kennzeichnung prämiert.

Ausblick:

Wir möchten auch zukünftig darauf achten, dass wir mit der Entwicklung von Messen zum Thema Nachhaltigkeit Anstöße zum Nachdenken geben. Zudem möchten wir Mitarbeitende künftig intensiver in den nachhaltigen Unternehmensprozess einbinden (z. B. durch den Nachhaltigkeitstag oder die Plattform im Social Intranet).

6. Unser WIN!-Projekt

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



Quelle: SWR, 2019.

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Mit unserem WIN!-Projekt wollen wir wie auch im vergangenen Jahr die Kinderhilfsaktion von SWR, SR und Sparda-Bank „[Herzessache](#)“ unterstützen. Im Rahmen des CMT-Schultages am 16. Januar 2019 wollen wir die Herzessache e. V. gerne mit finanziellen und auch mit personellen Mitteln unterstützen. Am CMT-Schultag können Schüler bei einer Wissensrallye Baden-Württemberg spielerisch entdecken. Kleine Aufgaben rund um Baden-Württemberg müssen dabei gelöst werden. Die Antworten finden die Jugendlichen an den verschiedenen Ständen der teilnehmenden Aussteller. Am Ende der Rallye nehmen alle Schüler an einer Verlosung teil. Die teilnehmenden Aussteller spenden für jeden Teilnehmer, der ihren Messestand besucht, einen Betrag von 20 Cent.

Die Spenden helfen dabei, die vielfältigen Projekte der Herzessache e. V. für Kinder und Jugendliche in Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und dem Saarland zu finanzieren. Zudem trägt die Präsentation auf der CMT zur weiteren Bekanntmachung der Aktion bei.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Es soll sich nicht nur um eine finanzielle Unterstützung in diesem Projekt handeln: Insbesondere die Mitarbeitenden der CMT sind in dieses Projekt eingebunden, indem sie sich an der Gesamtorganisation des CMT-Schultages beteiligen – die Planung des Projekts geschieht während der Arbeitszeit. Die Mitarbeitenden kümmern sich um die Organisation der Rallye, haben potenziell

UNSER WIN!-PROJEKT

teilnehmende Aussteller angesprochen, übernahmen die Werbung für den CMT-Schultag sowie das Teilnehmermanagement und begleiteten die Betreuung und Durchführung der Rallye während der CMT. Im Rahmen eines Bühnenbeitrags auf der CMT boten wir der Herzessache die Möglichkeit, auf ihren Verein und die aktuellen Projekte aufmerksam zu machen. Für Schüler, die an der Rallye teilnahmen, stellte die Messe Stuttgart kostenlose Eintrittskarten zur Verfügung.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

1.269 Schüler kamen am 16. Januar 2019 zum CMT-Schülertag. Die LMS unterstützte das Projekt Herzessache e. V. im Rahmen des CMT-Schülertages am 16. Januar 2019. Insgesamt 16 Aussteller beteiligten sich an der Wissensrallye rund um das Thema-Baden-Württemberg. Pro Standbesucher spendeten neun der Aussteller 20 Cent an Herzessache und so konnten 1.776,60 Euro gesammelt werden. Die Sparda-Bank Baden-Württemberg rundete das Spendenergebnis auf insgesamt 4.000,00 Euro auf und auch die Messe Stuttgart bezuschusste das Ergebnis mit weiteren 5.000,00 Euro. Es kam somit letztendlich ein Betrag von 9.000,00 Euro zusammen. Das Geld kam unmittelbar hilfebedürftigen Kindern und Jugendlichen im Südwesten zugute. Beispiele für Herzessache-Projekte sind das Kinderhospiz in Stuttgart sowie der Circus Pimparello. Beide präsentierten sich auf dem CMT-Schülertag auf der Showbühne. Moderiert wurde die Spendenscheckübergabe von Johannes Zenglein vom Tigerentenclub. Zudem sorgte die Sängerin Jenny Marsala für Gänsehaut im Publikum und forderte die Schüler dazu auf, sie auf der Bühne zu unterstützen.

Insgesamt wurden messeseitig über 40 Arbeitsstunden und knapp 3.000 Euro investiert. Ein bis zwei Mitarbeitende arbeiteten an der Planung und Umsetzung des Projektes. Die Repräsentation erfolgte durch die Geschäfts- und Bereichsleitung.

AUSBLICK

Die Messe Stuttgart plant auch für 2020 eine Durchführung dieser Aktion und wird die Herzessache auch über die CMT 2019 weiterhin unterstützen. Auch für 2020 wird das Projekt Herzessache e. V. unser WIN!-Projekt sein.

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartnerin

Mitten im Markt

Messe Stuttgart



Herausgegeben am 05.02.2020 von

Kim Laber, Senior Projektreferentin Unternehmensentwicklung

Telefon: 0711 18560-2249

Fax: 0711 18560-2310

E-Mail: kim.laber@messe-stuttgart.de

Internet: www-messe-stuttgart.de

Impressum

Landesmesse Stuttgart GmbH

Messeplazza 1, 70629 Stuttgart (Germany)

Telefon: 0711 18560-0

Fax: 0711 18560-2440

E-Mail: info@messe-stuttgart.de

Internet: www-messe-stuttgart.de

8. Anhang



Athen – Berlin – Jerewan – London – München – Wien – Zürich

Übersicht

Die ClimatePartner GmbH („ClimatePartner“) hat im Auftrag der Landesmesse Stuttgart GmbH („Landesmesse Stuttgart“) für das Jahr 2018 zum zweiten Mal einen Carbon Footprint des Unternehmens („Corporate Carbon Footprint“/ „CCF“) in Anlehnung an die Richtlinien des *Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard* (GHG Protocol) erstellt.

Betrachtet wurden, wie im Vorjahr, die Verbrauchswerte des Verwaltungsgebäudes sowie die Verbrauchswerte der Halle 1, der Hallen 3-9, des ICS Kongresszentrums und der Eingänge Ost und West im Nicht-Messe-Betrieb. Neu hinzugekommen ist die Halle 10. Des Weiteren hat die Landesmesse Stuttgart die Systemgrenze um den Posten Entsorgung erweitert. Die Landesmesse Stuttgart hatte im Jahr 2018 472 Mitarbeiter. Die Posten Vorkette Strom und Entsorgung wurden für das Jahr 2017 nachberechnet.

Der Corporate Carbon Footprint ist ein wichtiger Baustein für die Entwicklung einer weiterführenden Klimaschutzstrategie. Durch die Analyse des Carbon Footprint ist es möglich, Reduktionspotenziale und -hebel zu identifizieren, entsprechende Maßnahmen zu entwickeln und Klimaschutzziele zu definieren.

Der vorliegende Bericht bietet eine Übersicht der Ergebnisse der Emissionsbilanzierung und bezieht sich auf die Geschäftsaktivitäten des Unternehmens im Jahr 2018.

	Gesamtergebnis (t CO ₂)	Mitarbeiter (Anzahl)	Emissionen je Mitarbeiter (t CO ₂ / Mitarbeiter)
2018	3.558,6	472	7,54
2017	3.571,8	459	7,78

Die Emissionen entsprechen...



... einer Fahrt von rund

11,1 Mio.

km mit dem PKW



... dem jährlichen CO₂-
Fußabdruck von

312

deutschen Bundesbürgern



... der jährlichen CO₂-
Bindung von

284.685

Buchen

Ergebnisse der CO₂-Bilanz 2018 und Vergleich zum Vorjahr

Insgesamt wurden durch die Geschäftsaktivitäten des Unternehmens am Standort Stuttgart Emissionen in Höhe von 3.558,6 t CO₂ verursacht.

Davon sind 1.658,2 t CO₂ direkte Emissionen (Scope 1) und 1.900,3 t CO₂ andere indirekte Emissionen (Scope 3). Durch den Bezug von Ökostrom, wurden keine indirekten Emissionen durch leitungsgebundene Energie (Scope 2) verursacht.

Tabelle 1: CO₂-Emissionen der Landesmesse Stuttgart GmbH im Jahr 2018

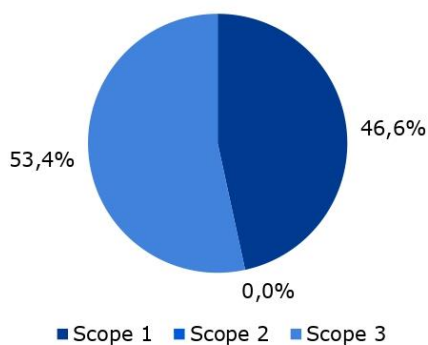
Emissionsquelle	2018		2017		Δ	
	t CO ₂	%	t CO ₂	%	t CO ₂	%
Scope 1	1.596,0	44,9	1.626,7	50,7	-30,7	-1,9
Wärme	1.596,0	44,9	1.626,7	50,7	-30,7	-1,9
Fuhrpark	62,2	1,7	62,3	1,9	-0,1	-0,1
Kältemittelleckagen	-	-	19,7	0,6	-19,7	-
Zwischensumme Scope 1	1.658,2	46,6	1.708,7	53,3	-50,4	-3,0
Scope 2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Strom	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Zwischensumme Scope 2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Scope 3	848,3	23,8	761,1	23,7	+87,2	+11,5
Anfahrt Mitarbeiter	848,3	23,8	761,1	23,7	+87,2	+11,5
Vorkette Strom	404,4	11,4	357,8	10,0	+46,6	+13,0
Vorkette Wärme	349,5	9,8	392,4	12,2	-42,9	-10,9
Flüge	241,2	6,8	294,4	9,2	-53,1	-18,1
Druckerzeugnisse	14,4	0,4	14,4	0,4	+0,0	+0,1
Bahnfahrten	11,4	0,3	11,2	0,3	+0,2	+1,7
Vorkette Kraftstoffe	11,3	0,3	9,8	0,3	+1,4	+14,7
Wasser	7,0	0,2	6,0	0,2	+1,0	+17,0
Büropapier	6,7	0,2	8,8	0,3	-2,1	-23,6
Entsorgung	4,9	0,1	5,3	0,1	-0,5	-9,9
Miet- und Privatfahrzeuge	1,2	0,0	1,9	0,1	-0,7	-37,0
Zwischensumme Scope 3	1.900,3	53,4	1.863,2	52,2	+37,0	+2,0
Summe	3.558,6	100,0	3.571,8	100,0	-13,4	-0,4

Abweichungen in den Summen ergeben sich rundungsbedingt.

Tabelle 2: CO₂-Emissionen der Landesmesse Stuttgart GmbH im Jahr 2018 in Tonnen – Aufteilung nach Hallen

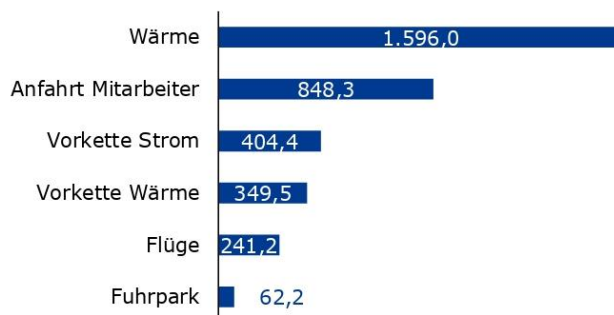
Emissionsquelle		Ver- waltung	Halle 1	Halle 3-9	Halle 10	ICS	Eingang Ost/ West
Scope 1	Wärme	162,8	166,0	339,6	51,5	668,3	207,7
	Fuhrpark	62,2	-	-	-	-	-
Zwischensumme Scope 1		225,0	166,0	339,6	51,5	668,3	207,7
Scope 2	Strom	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Zwischensumme Scope 2		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Scope 3	Anfahrt Mitarbeiter	848,3	-	-	-	-	-
	Vorkette Strom	31,6	56,6	189,3	21,7	85,9	19,2
	Vorkette Wärme	36,3	36,3	74,2	11,3	146,0	45,4
	Flüge	241,2	-	-	-	-	-
	Druckerzeugnisse	14,4	-	-	-	-	-
	Bahnfahrten	11,4	-	-	-	-	-
	Vorkette Kraftstoffe	11,3	-	-	-	-	-
	Büropapier	7,0	-	-	-	-	-
	Wasser	6,7	-	-	-	-	-
	Entsorgung	2,1	0,4	1,5	0,6	0,1	0,1
	Miet- und Privatfahrzeuge	1,2	-	-	-	-	-
Zwischensumme Scope 3		1.211,6	93,3	265,1	33,6	232,0	64,7
Summe		1.436,6	259,3	604,7	85,1	900,3	272,5

Abbildung 1: Aufteilung der CO₂-Emissionen auf Scope 1, 2 und 3 in Prozent



Die größte Emissionsquelle stellt Wärme (44,9 %) dar. Der zweitgrößte Posten sind Emissionen, die durch die Anfahrt der Mitarbeiter entstehen (23,8 %). An dritter Stelle stehen mit 11,4 % die Emissionen aus der Vorkette Strom.

Abbildung 2: Die größten Emissionsquellen in Tonnen CO₂



Im Vergleich zum Vorjahr sind die Emissionen um 10,9% gestiegen. Dies ist auf die gestiegene Mitarbeiteranzahl zurückzuführen.

Durch eine Erweiterung der Systemgrenzen wurde der Posten Entsorgung in diesem Jahr bilanziert.

Die Vorkette Strom wurde im Vorjahr nicht ausgewiesen. Diese ist im Zuge einer Aktualisierung der Emissionsfaktoren hinzugekommen und wird nun standardmäßig berücksichtigt.

Fazit und Ausblick

Der vorliegende Carbon Footprint bildet einen wichtigen Baustein für ein transparentes und erfolgreiches Klimaschutz-Engagement von der Landesmesse Stuttgart. Mithilfe des Carbon Footprints lassen sich:

- die wichtigsten Handlungsfelder zur CO₂-Reduktion identifizieren
- Ziele zur Senkung der CO₂-Emissionen entlang der Wertschöpfung definieren
- Fortschritte bei der Vermeidung und Reduktion von CO₂-Emissionen messen
- unvermeidliche CO₂-Emissionen durch die Unterstützung von Klimaschutzprojekten ausgleichen

Die Landesmesse Stuttgart hat für die untersuchten Scopes und diejenigen Emissionsquellen, die in ihrem Einflussbereich liegen, detaillierte Primärdaten geliefert. Der CCF wurde in diesem Jahr um den Posten Entsorgung erweitert und basiert insgesamt auf einer guten Datenlage. Dieser kann als fundierte Basis für weitere Jahresvergleiche verwendet werden.

Das Ergebnis der CO₂-Bilanz macht deutlich, dass der Großteil der verursachten CO₂-Emissionen der Landesmesse Stuttgart auf den Wärmebezug sowie die Anfahrt der Mitarbeiter zurückzuführen ist.

In den Folgejahren empfiehlt ClimatePartner eine regelmäßige Aktualisierung des Corporate Carbon Footprints. Dadurch wird der Landesmesse Stuttgart die Entwicklung, das Monitoring sowie die Evaluierung von Klimaschutzmaßnahmen ermöglicht. Ein Kontrollinstrument könnten dabei Kennzahlen sein. Zusätzlich dient eine regelmäßige Aktualisierung dazu, das Engagement im Klimaschutz gegenüber Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden zu kommunizieren.

Anhang

Klimaschutz und Klimaneutralität

Ganzheitlicher Klimaschutz folgt dem Grundsatz: Unnötige Emissionen vermeiden, bestehende Emissionen reduzieren und unvermeidbare Emissionen ausgleichen.

Mit regelmäßig aktualisierten Carbon Footprints verfügen Unternehmen und Organisationen über ein Werkzeug, signifikante Vermeidungs- und Reduktionspotentiale zu identifizieren und die Effektivität von Klimaschutzmaßnahmen im Zeitverlauf zu verfolgen.

Als klimaneutral bezeichnet man Unternehmen, Prozesse oder Produkte, deren CO₂-Emissionen berechnet und deren unvermeidbare Emissionen durch den Ankauf von Emissionszertifikaten kompensiert wurden.

Der Mechanismus des CO₂-Ausgleichs gründet auf der Tatsache, dass sich Treibhausgase gleichmäßig in der Atmosphäre verteilen und die Treibhausgaskonzentration somit überall auf der Erde in etwa gleich ist. Deshalb ist es für die globale Treibhausgaskonzentration und den Treibhauseffekt unerheblich, an welchem Ort auf der Erde Emissionen verursacht oder vermieden werden. Emissionen, die lokal nicht vermieden werden können, können daher durch Klimaschutzmaßnahmen an einem anderen Ort rechnerisch ausgeglichen werden. Dieser Ausgleich erfolgt durch Klimaschutzprojekte.

Klimaschutzprojekte sparen nachweislich Treibhausgase ein, zum Beispiel durch Aufforstung oder erneuerbare Energien. Unabhängige Organisationen wie TÜV, SGS, PwC u. a. kontrollieren die genaue Höhe der Einsparungen. Der Projektbetreiber kann durch den Verkauf von zertifizierten Emissionsminderungen das Projekt finanzieren. Nur Projekte, die finanzielle Unterstützung benötigen, werden als Klimaschutzprojekte anerkannt. Darüber hinaus tragen die Klimaschutzprojekte aus dem ClimatePartner-Portfolio auch zur Erreichung der UN-Nachhaltigkeitsziele bei. Eine Auswahl an Klimaschutzprojekten aus dem ClimatePartner-Portfolio mit Informationen zu den Projekten sowie Bild- und Videomaterial finden Sie unter www.climate-project.com.

Durch die Kompensation der entstandenen Emissionen am Standort Stuttgart hat die Landesmesse Stuttgart die Möglichkeit klimaneutrales Unternehmen zu werden und auf ihr Engagement im Klimaschutz aufmerksam zu machen.

Werden alle Emissionen kompensiert, also inklusive des Messebetriebs und der Veranstaltungen, kann die gesamte Messe als klimaneutral vermarktet werden. Im Schritt der Kompensation der Emissionen wird ein Sicherheitsaufschlag von 10% auf die CCF-Ergebnisse angesetzt, um sicherzustellen, dass eventuelle Unsicherheiten bei den der CO₂-Bilanz zugrundeliegenden Daten mit abgedeckt und das Unternehmen somit sicher klimaneutral gestellt werden. Die zu kompensierende Menge an CO₂-Emissionen beträgt somit insgesamt 3.914,4 t CO₂.

Mit dem Angebot von klimaneutralen Messeveranstaltungen und klimaneutralen Messebesuchen können auch Kunden für den Klimaschutz sensibilisiert werden und es wird ihnen die Möglichkeit geboten durch das Angebot der Landesmesse Stuttgart eine bewusste Entscheidung für den Klimaschutz zu treffen.

Methodenbeschreibung

In den folgenden Abschnitten werden das Vorgehen und die zugrundeliegenden Prinzipien für die Erstellung eines Corporate Carbon Footprint entsprechend den Richtlinien des *GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard* („GHG Protocol“) beschrieben.

Reporting Standard

Das GHG Protocol ist ein international anerkannter Standard für die Bilanzierung von Unternehmensemissionen. Es wurde durch das World Resources Institute (WRI) und den World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) entwickelt.

Bei der Erstellung eines Corporate Carbon Footprint und des entsprechenden Berichtswesens sind fünf grundlegende Prinzipien zu beachten:

- **Relevanz:** Das Prinzip der Relevanz schreibt vor, dass alle wesentlichen Emissionsquellen bei der Erstellung eines Carbon Footprint für ein Unternehmen berücksichtigt werden müssen und der Bericht der Entscheidungsfindung innerhalb und außerhalb des Unternehmens dienlich sein sollte;
- **Vollständigkeit:** Das Prinzip der Vollständigkeit besagt, dass alle relevanten Emissionsquellen innerhalb der Systemgrenzen berücksichtigt werden müssen;
- **Konsistenz:** Um eine Vergleichbarkeit der Ergebnisse im Zeitverlauf zu ermöglichen, sollen die Bilanzierungsmethoden und Systemgrenzen festgehalten und in den Folgejahren beibehalten werden. Potenzielle Änderungen der Methodik und Systemgrenzen müssen benannt und begründet werden;
- **Genauigkeit:** Verzerrungen und Unsicherheiten sollen soweit wie möglich reduziert werden, damit die Ergebnisse eine solide Entscheidungsgrundlage bieten;
- **Transparenz:** Die Ergebnisse sollen transparent und eindeutig nachvollziehbar dargestellt werden.

Prozessschritte

Die Erstellung eines Carbon Footprint erfolgt in fünf Schritten:

- Zielformulierung
- Definition der Systemgrenzen
- Datenerfassung
- Berechnung des Carbon Footprint
- Dokumentation der Ergebnisse

Zielformulierung

Der Corporate Carbon Footprint dient dazu, die größten Emissionsquellen innerhalb des Unternehmens und entlang der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen zu identifizieren. Damit bildet er die Grundlage für die Entwicklung einer Klimaschutzstrategie, in der Ziele, Maßnahmen und Verantwortlichkeiten zur Reduktion von Treibhausgasemissionen festgelegt werden können. In Folgejahren dient er dazu, zu überprüfen, ob gesetzte Ziele erreicht wurden, in welchen Bereichen Fortschritte erzielt werden konnten und in welchen Bereichen Handlungsbedarf zur CO₂-Reduktion besteht.

Definition der Systemgrenzen

Für den Corporate Carbon Footprint müssen die Systemgrenzen eindeutig festgelegt werden. Dies beinhaltet organisatorische und operative Systemgrenzen.

Die organisatorischen Systemgrenzen beschreiben die organisatorische Einheit und den Zeitraum, auf den sich der Carbon Footprint bezieht. Die Systemgrenzen können gemäß der operativen oder finanziellen Kontrolle¹ oder gemäß dem Kapitalanteil gezogen werden.

Die operativen Systemgrenzen beschreiben die Emissionsquellen, die innerhalb der organisatorischen Grenzen Berücksichtigung finden. Zur Abgrenzung verschiedener Emissionsquellen unterscheidet das GHG Protocol zwischen drei Kategorien („Scopes“):

Scope 1

In Scope 1 werden alle CO₂-Emissionen ausgewiesen, die direkt durch das bilanzierende Unternehmen gesteuert werden können (direkte CO₂-Emissionen). Hierunter fallen die Verbrennung fossiler Brennstoffe (mobil und stationär), CO₂-Emissionen aus chemischen und physikalischen Prozessen sowie Kältemittelleckagen aus Klimaanlage.

Scope 2

In Scope 2 werden indirekte CO₂-Emissionen ausgewiesen, die durch die Verbrennung fossiler Brennstoffe während der Produktion von Strom, Wärme, Kälte und Dampf bei externen Energieversorgern verursacht werden. Durch den Ausweis in einer separaten Kategorie wird eine Doppelzählung beim Vergleich von CO₂-Emissionen unterschiedlicher Unternehmen vermieden.

Scope 3

Alle übrigen CO₂-Emissionen, die nicht der direkten unternehmerischen Kontrolle unterliegen, werden in Scope 3 ausgewiesen (andere indirekte CO₂-Emissionen). Hierunter fallen z.B. CO₂-Emissionen, die mit Produkten und Dienstleistungen verbunden sind, die durch das bilanzierende Unternehmen in Anspruch genommen oder verarbeitet werden. Hinzu kommen CO₂-Emissionen, die mit der Nutzung verkaufter Produkte und Dienstleistungen verbunden sind, wenn dabei direkte CO₂-Emissionen verursacht werden.

Entsprechend den Vorgaben des GHG Protocol ist der Ausweis der CO₂-Emissionen in den Kategorien Scope 1 und Scope 2 obligatorisch, in der Kategorie Scope 3 dagegen freiwillig.

Datenerfassung und Berechnung

Die Berechnung der CO₂-Emissionen erfolgt mit Hilfe von Verbrauchsdaten und Emissionsfaktoren für die Umrechnung in CO₂-Äquivalente. Bei der Datenerfassung und der Bewertung von Daten hinsichtlich ihrer Qualität unterscheidet man zwischen Primär- und Sekundärdaten.

Bei Primärdaten handelt es sich um Daten, die im direkten Bezug auf einen Untersuchungsgegenstand erhoben werden. Mit Sekundärdaten werden Daten bezeichnet, die durch Verarbeitung und Modellierung von Primärdaten gewonnen wurden.

Für die Umrechnung der Verbrauchsdaten in CO₂-Äquivalente werden sowohl Primär- als auch Sekundärdaten aus wissenschaftlichen Datenbanken genutzt (z. B. ecoinvent oder GEMIS).

¹ Für die meisten Unternehmen sind die Systemgrenzen gemäß operativer bzw. finanzieller Kontrolle identisch.

Berücksichtigte Treibhausgase

Der vorliegende Corporate Carbon Footprint weist alle Emissionen als CO₂-Äquivalente aus. Das heißt, dass in den Berechnungen neben CO₂ auch die sechs weiteren im Kyoto-Protokoll reglementierten Treibhausgase berücksichtigt werden: Methan (CH₄), Lachgas (N₂O), Schwefelhexafluorid (SF₆), Fluorkohlenwasserstoffe (FKW und H-FKW) und Stickstofftrifluorid (NF₃). Diese werden in das Treibhauspotential von CO₂ umgerechnet und bilden somit CO₂-Äquivalente (CO₂e) – im vorliegenden Bericht einfachheitshalber als „CO₂“ bezeichnet.



Impressum

Herausgeber

Landesmesse Stuttgart GmbH
Messeplazza 1
70629 Stuttgart

Tel.: +49 711 18560-0
info@messe-stuttgart.de
www.messe-stuttgart.de

Auftragnehmer

ClimatePartner GmbH
St.-Martin-Str. 59
81669 München

Tel.: +49 89 1222875-0
info@climatepartner.com
www.climatepartner.com

September 19

Copyright

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

Athen – Berlin – Jerewan – London – München – Wien – Zürich