



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

12/2020

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 05: Energie und Emissionen	7
Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken	9
5. Weitere Aktivitäten	13
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange.....	13
Umweltbelange.....	17
Ökonomischer Mehrwert	21
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption.....	23
Regionaler Mehrwert	24
6. Unser WINI-Projekt.....	27
7. Kontaktinformationen	29
Ansprechpartnerin	29
Impressum.....	29
8. Anhang.....	30

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Ausgestattet mit einem neuen und modernen Messe- und Kongresszentrum mit mehrfach preisgekrönter Architektur bietet die Landesmesse Stuttgart GmbH eine hervorragende Plattform für Messen, Kongresse, Ausstellungen, Fachtagungen und Firmenpräsentationen. Die perfekte Anbindung via 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 Veranstaltungs-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 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 zur Kompensation unvermeidbarer CO₂-Emissionen. Diese sind nach einem der höchsten internationalen Standards, nach dem „Verified Carbon Standard“ (VCS), zertifiziert.

Die Gesellschafterstruktur der Messe Stuttgart setzt sich zu 50 % aus der Landeshauptstadt Stuttgart, zu 50 % aus dem Land Baden-Württemberg sowie aus den beiden stillen Gesellschaftern Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart und Handwerkskammer Region Stuttgart zusammen. Die Geschäftsführung besteht aus Roland Bleinroth (Sprecher der Geschäftsführung) und Stefan Lohnert. Die Aufsichtsratsvorsitzende ist 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.

Pandemiebedingt kam es in diesem Jahr zu einer Vielzahl an Veranstaltungs- bzw. Messeabsagen. So musste die Messe Stuttgart nach einem sehr guten Jahresauftakt insgesamt über 150 Absagen bzw. Verschiebungen verkraften. Erste Hybrid-, bzw. Digitalveranstaltungen konnten jedoch unter Einhaltung von Hygienemaßnahmen durchgeführt werden. Zu nennen sind beispielsweise das AMB Technologieforum, die IN.Stand digital oder die KREATIV@home.

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 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 Mitarbeitenden.“*

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

Umweltbelange

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

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

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

Ökonomischer Mehrwert

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

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

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

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

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

DIE WIN-CHARTA

Regionaler Mehrwert

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

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

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und 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 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 „Herzessache“ im Rahmen des CMT-Schultages am 15. Januar 2020.

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 Herzessache e. V. die Möglichkeit, auf den Verein und die aktuellen Projekte aufmerksam zu machen. Für Schüler/innen, die an der Rallye teilnehmen, stellt die Messe Stuttgart kostenlose Eintrittskarten zur Verfügung. **Projektpatin:** Ilona Jacob, CMT-Team

4. Unsere Schwerpunktthemen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- **Kategorie Umweltbelange**

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

- **Kategorie Regionaler Mehrwert**

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

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Energie und Emissionen

Wir sehen Energie grundsätzlich als ein Thema an, das alle Mitglieder der Gesellschaft betrifft: Egal, ob 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 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 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 Messe Stuttgart, 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 Servicedienstleister 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.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz 05: Energie und Emissionen

ZIELSETZUNG

Wir wollen einen umfassenden Beitrag zum Erreichen der UN-Nachhaltigkeitsziele leisten, indem wir unsere nicht vermeidbaren Emissionen reduzieren bzw. kompensieren. Wir wollen klimaneutraler Messestandort werden und wollen nachhaltige Mobilität fördern.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Kompensation aller im Nicht-Messebetrieb entstandenen Emissionen für das Geschäftsjahr 2019 mit international anerkannten Klimaschutzprojekten
- Stellen zweier Chargercubes (Aufladestationen für E-Bikes und Pedelecs) auf dem Gelände

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Seit 2019 gleicht die Messe Stuttgart Emissionen von Geschäftsaktivitäten vollständig über international anerkannte Klimaschutzprojekte aus. Der Messestandort Stuttgart ist somit klimaneutral. Neben dem konsequenten Einsatz von CO₂-neutralem Strom ist die Kompensation ein weiterer Beitrag zum Klimaschutz. Die Pressemitteilung hierzu wurde am 13. Mai 2020 versandt.



Zum Thema nachhaltige Mobilität wurden Anfang Mai zwei Aufladestationen für E-Bikes und Pedelecs, „Chargercubes“, an den beiden Messeeingängen im Osten und Westen aufgebaut. Diese Boxen, in die man das Fahrrad hineinstellt, sind mit Schnelllade-Anschlüssen und einem abschließbaren Fach ausgerüstet. Die ganze Vorrichtung ist für die Nutzer dank Sonnenkollektoren kostenlos. Das Projekt Chargercube wird vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nuklearer Sicherheit über die nationale Klimaschutzinitiative mit zwei Millionen Euro gefördert. Das Ziel besteht darin, ein flächendeckendes Netz von Ladestationen in Baden-Württemberg aufzubauen. Im ersten Schritt sind 55 Stationen auf der Schwäbischen Alb und im Vorland geplant. Doch die Vision geht noch ein gutes Stück weiter. Im Rahmen des Bundeswettbewerbs „Klimaschutz im Radverkehr“ soll im ganzen süddeutschen Raum, ausgehend von der Schwäbischen Alb, mithilfe der patentierten Ladetechnik für E-Bikes und Pedelecs ein Netzwerk mit einer Vielzahl von Partnern erschlossen werden. Auf diese Weise soll eine Ladeinfrastruktur entstehen, die sich vom Allgäu über den Bodensee bis in den Schwarzwald erstreckt. Die Chargercubes auf der Messe Stuttgart werden in Kooperation mit der Stadt Leinfelden-Echterdingen als nördlichste Ladestationen des Gesamtmodells gefördert. Federführend ist Münsingen auf der Schwäbischen Alb, das als Pilot-Stadt das Projekt „Klimaschutz im Radverkehr/Chargercube“ vorangetrieben hat und als Anlaufstelle für interessierte Kommunen fungiert.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

INDIKATOREN

Indikator 1: Berechnung des CO₂-Fußabdruckes

Das Gesamtergebnis für das Geschäftsjahr 2019 beträgt insgesamt 3.600,5 Tonnen CO₂. Im Vergleich zur Berechnung im Vorjahr 2018 (Gesamtemissionen: 3.586,6 Tonnen CO₂) ergibt sich folgende Gegenüberstellung der Werte:

Emissionsquelle	2019		2018		Δ	
	t CO ₂	%	t CO ₂	%	t CO ₂	%
Scope 1						
Wärme	1.539,6	42,8%	1.595,9	44,5%	-56,3	-3,5%
Fuhrpark	74,8	2,1%	62,2	1,7%	+12,6	+20,3%
Kältemittelleckagen	28,4	0,8%	28,4	0,8%	-	-
Zwischensumme Scope 1	1.642,8	45,6%	1.686,5	47,0%	-43,7	-2,6%
Scope 2						
Strom	0,0	0,0%	0,0	0,0%	-	-
Zwischensumme Scope 2	0,0	0,0%	0,0	0,0%	-	-
Scope 3						
Anfahrt Mitarbeiter	943,1	26,2%	848,3	23,7%	+94,8	+11,2%
Vorkette Strom	377,3	10,5%	404,3	11,3%	-27,0	-6,7%
Vorkette Wärme	340,6	9,5%	349,5	9,7%	-8,9	-2,5%
Flüge	232,3	6,5%	241,2	6,7%	-8,9	-3,7%
Bahnfahrten	17,7	0,5%	11,4	0,3%	+6,3	+55,3%
Vorkette Kraftstoffe	14,0	0,4%	11,3	0,3%	+2,7	+23,9%
Druckerzeugnisse	13,4	0,4%	14,4	0,4%	-1,0	-6,9%
Büropapier	7,5	0,2%	6,7	0,2%	+0,8	+11,9%
Wasser	6,4	0,2%	7,0	0,2%	-0,6	-8,6%
Entsorgung	4,6	0,1%	4,8	0,1%	-0,2	-4,2%
Miet- und Privatfahrzeuge	0,8	0,0%	1,2	0,0%	-0,4	-33,3%
Zwischensumme Scope 3	1.957,7	54,4%	1.900,1	53,0%	57,6	3,0%
Summe	3.600,5	100,0%	3.586,6	100,0%	13,9	0,4%

Die größte Emissionsquelle stellt weiterhin die Wärme (42,8 %) dar, die zweitgrößte Position sind Emissionen, die durch die Anfahrt der Mitarbeitenden entstehen (26,2 %). An dritter Stelle stehen mit 10,5 % die Emissionen aus der Vorkette Strom. Die CO₂-Bilanz im Detail befindet sich im Anhang.

AUSBLICK

Die Berechnung der CO₂-Bilanz und deren Kompensation hat sich als Standard in der Unternehmensstrategie der Messe Stuttgart verankert. Langfristig steht jedoch weiterhin die Reduktion der Emissionen an geeigneten Stellen im Vordergrund. Die Kompensation dient als letzte Instanz. Zudem soll das Thema nachhaltige Mobilität mehr in den Fokus gerückt werden. Hierzu fanden bereits in diesem Jahr diverse Gespräche mit der Stadt Leinfelden-Echterdingen sowie dem Flughafen Stuttgart statt. Auch im kommenden Jahr bleibt der Leitsatz 05 unser Schwerpunktthema. Wir möchten zudem das neue WIN-Charta Zusatzkapitel Klimaneutralität in unseren Nachhaltigkeitsbericht mit aufnehmen, damit wir unsere Aktivitäten künftig noch transparenter und messbarer darstellen können.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Geplante Aktivitäten:

- Berechnung des CO₂-Fußabdruckes für das Geschäftsjahr 2020
- Erstellen einer Klimaschutzstrategie zur Unterzeichnung des 2020 ins Leben gerufene Klimabündnis Baden-Württemberg
- Errichten einer RegioRad-Station

Unser Ziel:

Die Berechnung des CO₂-Fußabdruckes für die Emissionen des Nicht-Messebetriebs 2020 soll bis Juni 2021 geschehen. Ein Workshop zur Erarbeitung einer Klimaschutzstrategie ist im ersten Quartal des kommenden Jahres angedacht. Die RegioRad-Station im Eingang West soll mit Fertigstellung des Vorplatzes im Oktober 2021 errichtet werden, Voraussetzung hierfür ist eine Genehmigung des Förderantrags seitens des Verbandes Region Stuttgart.

Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken

ZIELSETZUNG

Die unternehmerische Nachhaltigkeit hat sich über die letzten Jahre verstärkt in den Köpfen aller Mitarbeitenden verankert. Sie ist ein stetiger Prozess und kann nicht über Nacht erfolgen. Daher war es in dieser Hinsicht auch in diesem Jahr ein wichtiges Anliegen, im internen Unternehmensprozess weiterhin Anreize zum Umdenken zu schaffen und die Mitarbeitenden entsprechend zu sensibilisieren. Das Ziel war es, die interne Kommunikation fortlaufend zu stärken und den internen Austausch zum Thema Nachhaltigkeit zu fördern.

Außerdem kam in diesem Jahr eine Spendenaktion von Laptops an bedürftige Schüler der Stadt Leinfelden-Echterdingen hinzu, mit dem Ziel, einen Beitrag zur Unterstützung von Schülerinnen und Schülern zu leisten, die einen entsprechenden Bedarf haben.

- **Organisation eines Nachhaltigkeitstages** für Messemitarbeitende: Der Nachhaltigkeitstag richtet sich in erster Linie an die interne Zielgruppe der Messe Stuttgart. Unterschiedliche Aktionen unterstützen die Mitarbeitenden dabei, die für sie geeigneten Maßnahmen zu identifizieren, um individuelle Schlüsse für das nachhaltige Handeln zu ziehen.
- **Spenden von Laptops** an bedürftige Schüler
- Fortführung der Spendenaktion **Viva con Aqua**

Daran wollen wir uns messen

- 2020 fand der geplante Nachhaltigkeitstag virtuell statt. Kennzahlen zur Messung waren beispielsweise Klickraten im Social Intranet, Anzahl der eingereichten Ideen, Teilnehmende beim Nachhaltigkeitsquiz und beim virtuellen Vortrag.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Der **Nachhaltigkeitstag** fand am Dienstag, 2. Juni 2020 in virtueller Form statt. Ursprünglich war angedacht, diesen erneut im Rahmen der Nachhaltigkeitstage Baden-Württemberg zu veranstalten, diese wurden jedoch aufgrund der Pandemie verschoben. Die ganztägige Veranstaltung bot den Mitarbeitenden unterschiedliche Aktionen zur Information über das Thema Nachhaltigkeit bei der Messe Stuttgart.
- Homeschooling wurde in diesem Jahr zum Standard. Einem nicht unerheblichen Teil der SchülerInnen fehlen hierzu aber die Arbeitsmittel. Dem Informationsdienst des iwD zufolge hatten 2018 etwa 28 Prozent der Zwölfjährigen in Deutschland einen eigenen PC oder Laptop, bei den Vierzehnjährigen waren es gut 41 Prozent. Kinder, die in ungünstigen häuslichen Lebensverhältnissen groß würden, müssten häufig mit einer schlechteren Lernausstattung klarkommen. So hätten lediglich 15 Prozent der Zwölfjährigen in Hartz-IV-Haushalten einen eigenen Computer, in Familien mit drei oder mehr Kindern besitze nur jeder vierte 14-Jährige einen eigenen PC. Dies war Anlass genug für die Geschäftsführung der Messe Stuttgart hier aktiv zu werden: Sie spendete der Stadt Leinfelden-Echterdingen bewährte und nicht mehr benötigte Laptops und Tablet-PCs für Bedarfsfälle, die sich aus den Corona-Bedingungen an den Schulen ergeben haben.



- Die im Sommer 2018 gestartete Spendenaktion für Viva con Agua wurde bis Ende dieses Jahrs fortgeführt. Insgesamt konnte von allem Messemitarbeitenden Pfand im Wert von 165,57 Euro gesammelt und gespendet werden. „Wir freuen uns total über das Engagement der Mitarbeiter der Messe Stuttgart und mit der Spende 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)

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die Messe Stuttgart sieht als Arbeitgeber, Veranstalter und Plattform für branchenübergreifende Begegnungen ihre Aufgabe unter anderem darin, das Thema Nachhaltigkeit im Bewusstsein der BesucherInnen, AusstellerInnen und Mitarbeitenden fest zu verankern. Nach dem ersten erfolgreichen Nachhaltigkeitstag im Vorjahr fand er in diesem Jahr virtuell statt. Für die Mitarbeitenden wurden Aktionen zum Mitmachen und viele Informationen zum Thema Nachhaltigkeit angeboten.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Zu den Aktionen zählten:

- Ein Gewinnspiel im Social Intranet zum Thema Nachhaltigkeit.
- Ein kostenfreies Webinar des Kompensationsanbieters ClimatePartner zu den Themen Klimaschutz bei der Messe Stuttgart und wie es zum Titel „klimaneutraler Messestandort“ kam.
- Eine Aktion „Meine Idee zum Thema Nachhaltigkeit“, bei der die Mitarbeitenden ihre Idee zu nachhaltigen Themen einbringen und an die neue E-Mail Adresse nachhaltigkeit@messe-stuttgart.de senden konnten.
- Als Geschenk eine Nachhaltigkeitspostkarte mit Blumensamen zum Einpflanzen.



INDIKATOREN

- Am Gewinnspiel beteiligten sich insgesamt 19 MitarbeiterInnen, drei gewannen einen Preis. Insgesamt elf TeilnehmerInnen besuchten das kostenfreie Webinar von ClimatePartner. Für KollegInnen, welche den Termin nicht wahrnehmen konnten, wurde das Webinar im Nachgang als Link zum Download zur Verfügung gestellt.
- 34 nachhaltige Ideen wurden im Ideenpool eingereicht. Eine Jury bestehend aus TeilnehmerInnen der Geschäftsführung, Unternehmenskommunikation und Unternehmensentwicklung clusterte die Ideen in die vier Kategorien: Gemeinschaft, Müllvermeidung, Messegebäude sowie Tiere und traf eine engere Vorauswahl, welche den Mitarbeitenden im Abstimmungsverfahren zur Auswahl gestellt wurden:

Idee 1 zur Kategorie Tier: Beim nächsten Nachhaltigkeitstag der Messe Stuttgart könnten Vogelhäuschen und Wildbienen-Nisthilfen gebastelt und in Kooperation mit einem Naturschutzverbund (z. B. dem BUND) auf dem Messegelände aufgehängt und platziert werden.

Idee 2 zur Kategorie Gemeinschaft: Die Dachterrasse des Verwaltungsgebäudes könnte begrünt und um Hängematten, Schaukeln, Sitz- und Liegebereichen erweitert werden.

Idee 3 zur Kategorie Müllvermeidung: Thema Lebensmittelverschwendung: Ausbau der Zusammenarbeit mit der Schwäbischen Tafel oder ähnlichen Vereinen auch bei anderen Messen.

Idee 4 zur Kategorie Messegebäude: Refillstationen für Leitungswasser in den Küchen der Teams für Trinkflaschen aus Glas.

Zehn Tage hatten die Mitarbeitenden der Messe Stuttgart Zeit, um für ihren Favoriten abzustimmen. Insgesamt 112 KollegInnen nahmen teil. Mit insgesamt 42 Stimmen konnte sich die Idee aus der Kategorie 3 (Kategorie Müllvermeidung) behaupten. Als weiteres Vorgehen wurde ein Arbeitskreis bestehend aus drei Freiwilligen und der Ideengeberin gegründet, um die Idee weiterzuentwickeln und ein finales Konzept hierzu zu erstellen. Ergebnis war ein Informationstag mit einem Vertreter der Schwäbischen Tafel e. V. Das Projekt wird nun künftig bei Eigenveranstaltungen weiter ausgebaut und intern kommuniziert.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Im Nachgang an den Nachhaltigkeitstag hat die Geschäftsführung entschieden, den nächsten Schritt in Richtung „papierarmes Büro“ zu machen: Insgesamt wurden 49 Arbeitsplatzdrucker abgebaut und eingesammelt. Ziel dieser Aktion war das Einsparen von Kosten für Wartung, Papier und Strom. Dafür wurden digitale Strukturen für Ordner und interne Abläufe weiter ausgebaut. Die Drucker wurden ab der KW39 von den Kollegen aus der IT eingesammelt. Gegenwärtig sind noch insgesamt 60 Arbeitsplatzdrucker in Betrieb. Das Ziel ist es, die Anzahl der Drucker im kommenden Jahr noch weiter zu minimieren. Die abgebauten Drucker werden den Messemitarbeitenden zum Kauf angeboten.

AUSBLICK

Im kommenden Jahr soll der Nachhaltigkeitstag wieder in seiner Ursprungsform im Rahmen der Nachhaltigkeitstage Baden-Württemberg stattfinden. Die Viva con Agua Spendenaktion wird eingestellt, da die Messe Stuttgart für das anstehende Jahr eine Kooperation mit der Obdachloseninitiative trotts war geplant hat. Mit der Aktion „Spende dein Pfand“ möchte die Messe Stuttgart künftig allen Beteiligten auf dem Messegelände die Möglichkeit bieten, ihr Pfand für einen guten Zweck zu spenden. Die Aktion wird als Pilotprojekt parallel zur ersten Messe gestartet. Aufgrund dieses neuen Projektes möchten wir uns auch diesen Leitsatz als Schwerpunkt für das kommende Jahr setzen.

Geplante Aktivitäten

- Konkrete Maßnahmen werden im Rahmen des Arbeitskreises Nachhaltigkeit im ersten Quartal erarbeitet
- Übersichtliche Zusammenfassung/Darstellung der Befragungsergebnisse der Servicepartnerabfrage im ersten Quartal
- Start des Projektes „Spende dein Pfand“ zur ersten wiederstattfindenden Messe

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

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

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

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

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

Ausgewählte Maßnahmen und Aktivitäten:

- Beitritt zum Kodex „[fairpflichtet](#)“
- **Leistungsgerechte Vergütung**
Das über alle Arbeitnehmergruppen hinweg gestaltete Entgeltsystem des Tarifvertrags des öf-

WEITERE AKTIVITÄTEN

fentlichen 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.

- **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 Betriebssport-Programm. Dieses umfasst Angebote wie Fußball, Tennis und Laufgruppen.

- **Mobiles Arbeiten**

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

- **Sabbatical**

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

WEITERE AKTIVITÄTEN

- **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 Messe Stuttgart 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.

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Die Messe Stuttgart 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

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Diverse Mitarbeitergespräche
- Intranet SIMS zum unternehmensinternen Austausch und Informieren
- Kostenloses Parken für Mitarbeitende auf dem Gelände
- Bereichsinterne Weihnachtsfeier sowie Teambuildingmaßnahmen
- Seelsorge sowie kirchliche Dienste
- Betriebsarzt
- Diverse Mitarbeiterbefragungen (z. B. Zufriedenheit, Mitarbeitermobilität)
- 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.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Regelmäßige Mitarbeitergespräche
- Info-Talk mit der Geschäftsführung, seit diesem Jahr auch virtuell per Video
- 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

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Stakeholder-Veranstaltungen (z. B. Informationsgespräche, Presseveranstaltungen)
- Einbeziehung der Stakeholder bei neuen Bauvorhaben
- 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.
- 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“ (Fertigstellung 2018), wurde sich bewusst für eine moderne, aber auch nachhaltige Bauweise entschieden: Sie ist die erste Halle auf dem Gelände der Messe Stuttgart, deren Dachtragwerk nicht aus Stahl, sondern aus Holz besteht. Laut Thomas Glawa, Bereichsleiter Bau- und Facility Management der Messe Stuttgart, wurde der ursprüngliche Entwurf des Neubaus 2001 neu interpretiert und mit dem nachwachsenden, CO₂-neutralen Rohstoff Holz umgesetzt. Aber nicht nur beim Bau der Halle 10 sondern auch für weitere geplante Baumaßnahmen spielt das Thema eine zentrale Rolle.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Moderne Bauweise bei der Paul Horn Halle (Halle 10)
- Nachhaltige Werbegeschenke (z. B. Kugelschreiber aus recycelten PET-Flaschen, Bienenwachtücher)
- 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

WEITERE AKTIVITÄTEN

- 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
- Fair-Food-Markt für die Mitarbeitenden der Messe Stuttgart: Seit 2019 besitzt die Messe Stuttgart einen hausinternen Fair-Food-Markt, sprich einen Kühlschrank sowie ein Regal für ein hausinternes „Foodsharing“. Über ein Workspace im Intranet SIMS werden die Mitarbeitenden über Lebensmittel und Produkte informiert, die gerade im Fair-Food-Markt der Messe Stuttgart abzuholen sind. Der Anstoß wurde von einer Kollegin gegeben im Nachgang an den ersten Nachhaltigkeitstag gegeben
- 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 Messe Stuttgart 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. 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. Merkwürdig verankert sich das Thema Nachhaltigkeit zusehends stärker in den Köpfen aller Mitarbeitenden. Dies ist u. a. auch auf die verstärkte interne als auch externe Kommunikation zurückzuführen.

Ausblick:

Die oben genannten Aktivitäten sollen kontinuierlich ausgebaut und verstetigt werden.

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
- Klimaneutraler Strom (erzeugt durch Wasserkraft)
- Überwachung des Energieverbrauches
- Schichtlüftungssystem: Reduzierung des Stromverbrauches
- Ozonfreie Drucker
- EnBW-Stromtankstelle auf dem Messegelände
- SHARENOW-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 für anstehende Bauprojekte sind energiesparende Baumaßnahmen in Planung.

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

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. 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 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 im letzten Jahr durch die Abteilung Einkauf erweitert. Neu in der Einkaufsrichtlinie war der Hinweis auf die WIN-Charta und die Verlinkung auf die 12 Leitsätze. Bei der Abfrage ergänzt zum „Stellenwert des Umweltschutzes“ wurde 2019 die Frage nach dem konkreten Beitrag des Unternehmens im Rahmen der Erfüllung des Vertragsverhältnisses mit der Messe zur Nachhaltigkeit und zum Umweltschutz. Außerdem wurde die Frage ergänzt, welche konkreten Maßnahmen (z. B. zur Reduktion des CO₂-Footprints) im Unternehmen durchgeführt werden.
- Bei Marktabfragen (= Ausschreibungen) werden potenzielle Lieferanten über das „Green Statement“ der Messe Stuttgart informiert und aufgefordert, ihren Beitrag zum nachhaltigen Handeln darzustellen. Im Entscheidungsprozess spielt neben weiteren Kriterien auch das Umweltbewusstsein des jeweiligen Unternehmens eine wichtige Rolle.

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, in diesem Jahr wurden diese Werte auf eine erhebliche Probe gestellt.

Maßnahmen und Aktivitäten:

Das Jahr 2020 war für alle Unternehmen ein herausforderndes Jahr. Besonders in der Messebranche galt es, schnell nach Alternativen zu suchen, welche es trotz personenlimitierter Auflagen möglich machten, Messen auf andere Wege weiterhin stattfinden zu lassen. Mehr denn je waren Mitarbeitende gefordert, die sich ständig wandelnden Anforderungen des Messebetriebs flexibel anpassen konnten und in der Lage waren, digitale und hybride Formate umzusetzen und zu entwickeln.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Es ist davon auszugehen, dass sich der normale Geschäftsbetrieb auch im kommenden Jahr nicht wieder einstellen wird, daher hat die Messe Stuttgart ihr Geschäftsmodell durch die Entwicklung von digitalen Ergänzungen erweitert. Präsenzmessen sind und bleiben Kern des Geschäftsmodells, jedoch muss die Messe dieses Kerngeschäft schneller als bislang durch digitale Ergänzungen aufwerten und für digitale Teilnehmer zugänglich machen. Bereits Anfang Juli konnten wir als erste deutsche Messegesellschaft vollausgestattete, hybridfähige TV-Studios auf unserem Gelände für Eigenveranstaltungen, Gastveranstaltungen und Unternehmen aus der Region anbieten, um Live-Streams zu senden oder Inhalte aufzuzeichnen.

Folgende Veranstaltungen wurden bereits bzw. werden durch digitale Bestandteile ergänzt:

- AMB Technologieforum (hybrid)
- IN.Stand_digital (rein digital)
- R+T_digital (rein digital)
- KREATIV@home (rein digital)
- Geschmacksabo (rein digital)
- INTERGASTRA digital (rein digital)



WEITERE AKTIVITÄTEN

Ausblick:

Durch die geführten Gespräche und generierten „Learnings“ hat es sich herauskristallisiert, dass kein Ersatz der klassischen Präsenzmesse gefragt ist, sondern eine auf die jeweilige Messe zugeschnittene digitale Ergänzung. Diese Ergänzung soll allen Teilnehmern verfügbar gemacht werden – unabhängig davon, ob diese physisch, virtuell oder hybrid teilnehmen. Ein Partner für digitale Events wurde noch im Herbst 2020 gefunden. Erste Messen werden bereits ab Januar 2021 über diese Plattform stattfinden. Eine stetige Weiterentwicklung der digitalen Plattform ist zwingend notwendig, um auf den agilen Markt im digitalen Umfeld schnell reagieren zu können.

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
- TV-Studios zur Durchführung virtueller Veranstaltungen

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 Bilanz-Presskonferenz informieren wir die Öffentlichkeit über die Unternehmensentwicklung und zukünftige Projekte.
- 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 Deka-Nachhaltigkeit Kommunal umbenannt. Folgende Änderungen sind bis 30. Dezember 2019 in Kraft getreten: Die Investition in Wertpapiere erfolgt seit dem 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

WEITERE AKTIVITÄTEN

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 WINI-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
- Regionale Partnerschaften bei Hallenbezeichnungen (Paul Horn, Oskar Lapp, L-Bank, Alfred Kärcher, Jacques Lanners, Mahle), 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.

WEITERE AKTIVITÄTEN

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. Gerade nach einem Jahr wie diesem ist es wichtig, die wirtschaftliche Stärkung der Region durch die Erweiterung von Geschäftsmodellen weiter im Fokus zu behalten.

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Zusätzlich zu den oben genannten Maßnahmen in der Schwerpunktsetzung gibt es bei der Messe Stuttgart folgende Maßnahmen und 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 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, INTERGASTRA)
- Zurverfügungstellung einer BahnCard Business zur Förderung von Dienstreisen mit dem ÖPNV

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.
- Seit einigen Jahren werden im Lifestyle&Freizeit-Team Projekte wie beispielsweise die Konfektionierung von Spielpässen bei der Spielemesse 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 Messemarketing. Das Rudolf-Sophien-Stift ist Teil der gemeindepsychiatrischen Versorgung der Landeshauptstadt Stuttgart und der angrenzenden Landkreise.

WEITERE AKTIVITÄTEN

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: Messe Stuttgart intern, 2020.

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Mit unserem WIN!-Projekt wollen wir, wie auch im vergangenen Jahr die Kinderhilfsaktion von SWR, SR und Sparda-Bank „Herzenssache“ unterstützen. Im Rahmen des CMT-Schultages am 15. Januar 2020 wollen wir den Herzenssache e. V. gerne mit finanziellen und auch mit personellen Mitteln unterstützen. Am CMT-Schultag können SchülerInnen 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 SchülerInnen an einer Verlosung teil. Die teilnehmenden Aussteller spenden für jeden Schüler auf dem Messegelände einen Betrag von 20 Cent.

Die Spenden helfen dabei, die vielfältigen Projekte des Herzenssache 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.

UNSER WIN!-PROJEKT

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Es soll sich nicht nur um eine finanzielle Unterstützung in diesem Projekt handeln: Insbesondere das CMT-Team ist in dieses Projekt eingebunden, indem es sich an der Gesamtorganisation des CMT-Schultages beteiligt – die Planung des Projektes geschieht während der Arbeitszeit. Die Mitarbeitenden kümmerten sich um die Organisation der Rallye, haben potentiell 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 SchülerInnen, die an der Rallye teilnahmen, stellte die Messe Stuttgart kostenlose Eintrittskarten zur Verfügung.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Am CMT-Mittwoch – dem traditionellen Schultag – zog es erneut jede Menge Schulklassen aus dem gesamten Land auf das Stuttgarter Messegelände. Die Schüler stürmten los und erkundeten das Messegelände, zudem sammelten sie Geld für einen guten Zweck. Der Kinderhilfsaktion „Herzessache“ von SWR, SR und Sparda-Bank konnten auf diese Weise insgesamt 1.044 € überreicht werden. Messe-Geschäftsführer Roland Bleinroth und Sparda-Bank Vorstandsmitglied Martin Buchstockten den Betrag zusätzlich auf mehr als 5.000 € auf.

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

AUSBLICK

Die Aktion der Herzessache wird künftig nicht mehr in das WIN-Charta Projekt der Messe Stuttgart aufgenommen. Es wird ersetzt von dem Projekt „Spende dein Pfand“.

7. Kontaktinformationen

Mitten im Markt

Messe Stuttgart



Ansprechpartnerin

Herausgegeben am 21.01.2021 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
Messepiazza 1, 70629 Stuttgart (Germany)
Telefon: 0711 18560-0
Fax: 0711 18560-2440
E-Mail: info@messe-stuttgart.de
Internet: www-messe-stuttgart.de

Änderungen vorbehalten, das Copyright des Bildmaterials obliegt der Messe Stuttgart

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 2019 zum dritten 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, der Halle 10, des ICS Kongresszentrums und der Eingänge Ost und West im Nicht-Messe-Betrieb. Die Landesmesse Stuttgart hatte im Jahr 2019 489 Mitarbeiter.

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 2019.

	Gesamtergebnis (t CO ₂)	Mitarbeiter (Anzahl)	Emissionen je Mitarbeiter (t CO ₂ / Mitarbeiter)
2019	3.600,5	489	7,36
2018	3.586,6	472	7,60

Die Emissionen entsprechen...



... einer Fahrt von rund

11,2 Mio.

km mit dem PKW



... dem jährlichen CO₂-
Fußabdruck von

428

europäischen Bürgern



... der jährlichen CO₂-
Bindung von

288.000

Buchen

Ergebnisse der CO₂-Bilanz 2019 und Vergleich zum Vorjahr

Insgesamt wurden durch die Geschäftsaktivitäten des Unternehmens am Standort Stuttgart Emissionen in Höhe von 3.600,5 t CO₂ verursacht.

Davon sind 1.642,8 t CO₂ direkte Emissionen (Scope 1) und 1.957,7 t CO₂ andere indirekte Emissionen (Scope 3). Durch den Bezug von Ökostrom, wurden keine indirekten Emissionen durch leitungsgebundene Energie (Scope 2) verursacht.

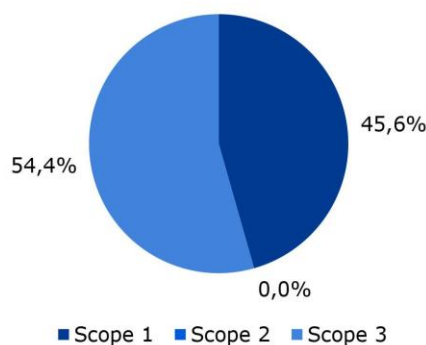
Im Vergleich zum Vorjahr sind die Emissionen um 0,4% gestiegen.

Tabelle 1: CO₂-Emissionen der Landesmesse Stuttgart GmbH im Jahr 2019

Emissionsquelle	2019		2018		Δ	
	t CO ₂	%	t CO ₂	%	t CO ₂	%
Scope 1						
Wärme	1.539,6	42,8%	1.595,9	44,5%	-56,3	-3,5%
Fuhrpark	74,8	2,1%	62,2	1,7%	+12,6	+20,3%
Kältemittelleckagen	28,4	0,8%	28,4	0,8%	-	-
Zwischensumme Scope 1	1.642,8	45,6%	1.686,5	47,0%	-43,7	-2,6%
Scope 2						
Strom	0,0	0,0%	0,0	0,0%	-	-
Zwischensumme Scope 2	0,0	0,0%	0,0	0,0%	-	-
Scope 3						
Anfahrt Mitarbeiter	943,1	26,2%	848,3	23,7%	+94,8	+11,2%
Vorkette Strom	377,3	10,5%	404,3	11,3%	-27,0	-6,7%
Vorkette Wärme	340,6	9,5%	349,5	9,7%	-8,9	-2,5%
Flüge	232,3	6,5%	241,2	6,7%	-8,9	-3,7%
Bahnfahrten	17,7	0,5%	11,4	0,3%	+6,3	+55,3%
Vorkette Kraftstoffe	14,0	0,4%	11,3	0,3%	+2,7	+23,9%
Druckerzeugnisse	13,4	0,4%	14,4	0,4%	-1,0	-6,9%
Büropapier	7,5	0,2%	6,7	0,2%	+0,8	+11,9%
Wasser	6,4	0,2%	7,0	0,2%	-0,6	-8,6%
Entsorgung	4,6	0,1%	4,8	0,1%	-0,2	-4,2%
Miet- und Privatfahrzeuge	0,8	0,0%	1,2	0,0%	-0,4	-33,3%
Zwischensumme Scope 3	1.957,7	54,4%	1.900,1	53,0%	57,6	3,0%
Summe	3.600,5	100,0%	3.586,6	100,0%	13,9	0,4%

Abweichungen in den Summen ergeben sich rundungsbedingt.

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



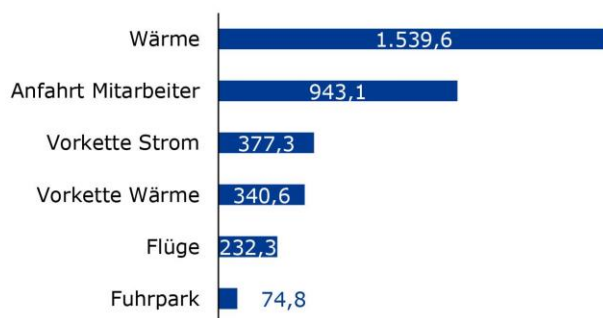
Die größte Emissionsquelle stellt Wärme (42,8 %) dar. Der zweitgrößte Posten sind Emissionen, die durch die Anfahrt der Mitarbeiter entstehen (26,2 %). An dritter Stelle stehen mit 10,5 % die Emissionen aus der Vorkette Strom.

Der Posten Kältemittel wurde für die Jahre 2018 und 2019 aus dem Jahr 2017 übernommen.

Tabelle 2: CO₂-Emissionen der Landesmesse Stuttgart GmbH im Jahr 2019 in Tonnen – Aufteilung nach Hallen

Emissionsquelle		Ver- waltung	Halle 1	Halle 3-9	Halle 10	ICS	Eingan- g Ost/ West
Scope 1	Wärme	173,1	174,9	211,9	33,1	748,3	198,3
	Fuhrpark	74,8	-	-	-	-	-
	Kältemittel	0,8	3,1	7,7	5,0	6,4	5,4
Zwischensumme Scope 1		248,7	178,0	219,7	38,2	754,7	203,7
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	943,1	-	-	-	-	-
	Vorkette Strom	28,1	50,9	165,3	18,8	90,1	24,1
	Vorkette Wärme	38,6	38,7	46,8	7,3	165,4	43,8
	Flüge	232,3	-	-	-	-	-
	Bahnfahrten	17,7	-	-	-	-	-
	Vorkette Kraftstoffe	14,0	-	-	-	-	-
	Druckerzeugnisse	13,4	-	-	-	-	-
	Büropapier	7,5	-	-	-	-	-
	Wasser	6,4	-	-	-	-	-
	Entsorgung	0,2	0,4	2,7	0,8	0,3	0,2
	Miet- und Privatfahrzeuge	0,8	-	-	-	-	-
Zwischensumme Scope 3		1.302,1	90,0	214,8	27,0	255,8	68,1
Summe		1.550,7	268,1	434,5	60,1	1.010,5	271,7

Abbildung 2: Die größten Emissionsquellen in Tonnen CO₂



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 basiert insgesamt auf einer guten Datenlage.

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

Juli 20

Copyright

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

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