



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

12/2021

LANDESMESSE STUTTGART GMBH



Inhaltsverzeichnis

1. Über uns	1
2. Die WIN-Charta	3
3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement	5
4. Unsere Schwerpunktthemen	7
Leitsatz 05: Energie und Emissionen	8
Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken	11
5. Weitere Aktivitäten	14
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange	14
Umweltbelange	18
Ökonomischer Mehrwert	22
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	24
Regionaler Mehrwert	25
6. Unser WIN!-Projekt	28
7. Kontaktinformationen	30
Ansprechpartnerin	30
Impressum	30
8. Anhang	31

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. Der Aufsichtsratsvorsitzende ist Thomas Fuhrmann. 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 auch in diesem Jahr zu einer Vielzahl an Veranstaltungs- bzw. Messeabsagen. So musste die Messe Stuttgart insgesamt über 82 Absagen bzw. Verschiebungen verkraften. Insgesamt 47 Veranstaltungen konnten jedoch unter Einhaltung von Hygienemaßnahmen durchgeführt werden.

WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

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

2. Die WIN-Charta

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

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

DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

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

Leitsatz 02 – 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 weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf <https://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft/win-charta/win-charta-unternehmen>.

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 07. September 2015

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWER- PUNKTSETZUNG	QUALITATIVE DOKUMENTATION	QUANTITATIVE DOKUMENTATION
Leitsatz 1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 12	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

ES WURDEN FOLGENDE ZUSATZKAPITEL BEARBEITET:

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

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN-Projekt: Spende Dein Pfand, trott-war

Schwerpunktbereich:

- Energie und Klima Ressourcen Bildung für nachhaltige Entwicklung
 Mobilität Integration

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

Umfang der Förderung: Die Umwelt sauber halten und gleichzeitig etwas spenden? Nichts leichter als das! Rechtzeitig zum Stuttgarter MesseHerbst wurden in den Eingangsbereichen Ost und West jeweils drei Flaschen-Sammelbehälter von Trott-war e.V. aus der Initiative „Spende Dein

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

Pfand“ bereitgestellt, um leere Getränkeflaschen sowie Dosen aufzunehmen. Mitarbeitende von Trott-war leeren die Behälter nach Absprache und führen die gesammelten Flaschen dem Recycling-Kreislauf zu. Der Pfanderlös dient dazu, neue Arbeitsplätze zu schaffen und kommt damit zu 100 Prozent Trott-war zugute. Gegründet wurde Trott-war 1994 als Verein von Journalisten und Privatleuten in Stuttgart die nach Möglichkeiten suchten, um Arbeitsplätze für sozial Benachteiligte zu schaffen.

4. Unsere Schwerpunktt Themen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- **Kategorie Umweltbelange**

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

- **Kategorie 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. Auch in diesem Jahr legen wir mit unserem WIN-Charta-Bericht einen Schwerpunkt auf den Leitsatz 5 „Energie und Emissionen“ und bearbeiten in diesem Zusammenhang das Zusatzkapitel Klimaschutz (s. Kapitel 8).

Anreize zum Umdenken

Das Thema Nachhaltigkeit stieß in den letzten Jahren bei den Mitarbeitenden und anderen Stakeholdern vermehrt auf Akzeptanz. Dies ist vor allem der internen als auch externen Transparenz sowie dem vermehrten Involvement aller zu verdanken. 2019 organisierte die Messe Stuttgart ihren ersten internen Nachhaltigkeitstag, welcher in den folgenden Jahren fortgeführt wurde. Mit dem neuen WIN-Charta-Projekt „Spende Dein Pfand“ unterstützt die Messe Stuttgart eine soziale Initiative, die durch gemeinsames Anpacken einen wertvollen Beitrag für das gesellschaftliche Wohl leistet.

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 weiterhin klimaneutraler Messestandort sein und nachhaltige Mobilität fördern. Wir möchten eine Klimaschutz-Roadmap zur validierten und quantifizierten Dokumentation unserer Nachhaltigkeitsmaßnahmen erstellen.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Berechnung und Kompensation aller im Nicht-Messebetrieb entstandenen CO₂-Emissionen für das Geschäftsjahr 2020
- Implementierung einer RegioRad-Station
- Zwei neue Haltestellen für die Stadtbahn U6
- Klimaschutzstrategie-Workshop und Erarbeitung einer Klimaschutzstrategie

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

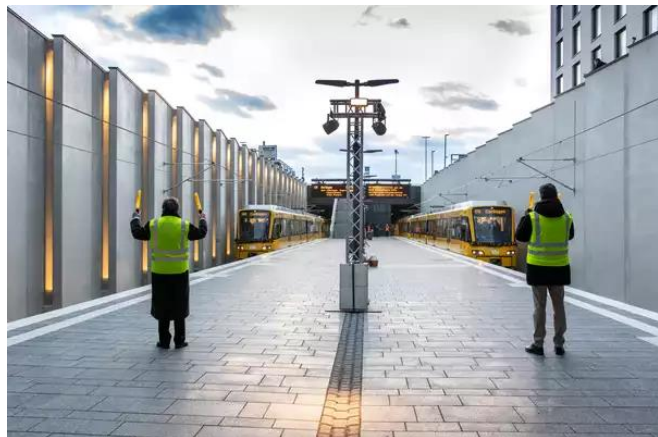
- Berechnung und Kompensation aller im Nicht-Messebetrieb entstandenen **CO₂-Emissionen**: Seit 2019 gleicht die Messe Stuttgart Emissionen von Geschäftsaktivitäten vollständig über international anerkannte Klimaschutzprojekte aus. Der Messestandort Stuttgart ist somit klimaneutral. Neben dem konsequenten Einsatz von CO₂-neutralem Strom ist die Kompensation ein weiterer Beitrag zum Klimaschutz.
- Implementierung einer **RegioRad-Station**: Die neue RegioRad-Station ist ein weiterer Baustein für die Mobilitätsstrategie der Messe Stuttgart und ein zusätzliches umweltfreundliches Angebot speziell für Radfahrer. Die mehr als 150 Stationen der „RegioRadStuttgart“ bekamen in diesem Jahr zwei neue Abgabe- und Abholstellen auf dem „Campus Flughafen Messe“ hinzu. Für die Messe Stuttgart bedeutet dies, dass sie eine RegioRad-Station mit drei Fahrrädern, zwei Pedelecs, vier Abstellplätzen für Fahrräder und zwei Aufbewahrungsplätzen für Pedelecs auf dem Gelände erhält. Hinzu kommt ein Terminal zum Aufladen der E-Räder. Die Station des Fahrrad- und Pedelec-Verleihsystems der Deutschen Bahn Connect GmbH wurde beim Messeeingang West integriert und hat somit einen direkten Anschluss zur neuen Stadtbahnhaltestelle der U6.“ Die zweite Fahrrad-Station ließ der Flughafen Stuttgart beim internationalen Busterminal errichten. Zusammen mit dem



UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Flughafen hatte die Messe einen Förderantrag beim Verband Region Stuttgart für das Einrichten der beiden RegioRad Stationen gestellt. Dessen Verkehrsausschuss bewilligte im Rahmen des RegioRadStuttgart-Förderprogramms „Zwei für eine“ eine Fördersumme von maximal 37.933 Euro für die beantragten Projekte. Das Fahrradverleihsystem RegioRadStuttgart ist Mitglied der Call a Bike-Family und verfügt über einen Fundus von rund 1.400 Fahrrädern, darunter 560 Pedelecs. Das RegioRad komplettiert das Zusammenspiel von ÖPNV, Carsharing und Bikesharing in Stuttgart und Umgebung.

- Zwei neue **Stadtbahn Stationen** an den Eingängen Ost und West: Seit vergangenem Jahr ist es möglich, vom Hauptbahnhof direkt mit der Stadtbahn U6 zur Messe zu fahren. „Diese Anbindung an das Stuttgarter Schienen-Netz macht den öffentlichen Nahverkehr für unsere BesucherInnen und AusstellerInnen noch attraktiver. Gab es bisher nur die S-Bahn, stehen mit diesem zusätzlichen Angebot noch mehr Verbindungsmöglichkeiten zur Verfügung. Planbare Fahrtzeiten, staufreies und zudem umweltfreundliches Reisen kommt bei unseren Kundinnen und Kunden sehr gut an“, so Stefan Lohnert, Geschäftsführer der Messe Stuttgart. Mit der Inbetriebnahme des neuen Streckenabschnittes wird zudem der Mobilitätspunkt an der neuen Haltestelle Stadionstraße in Echterdingen eröffnet. Der Mobilitätspunkt bündelt das umfassende Angebot an umweltfreundlichen Verkehrsmitteln. Dort stehen Bus und Bahn, RegioRadStuttgart, Sammelgaragen und Fahrradboxen, Kiss and Ride, Carsharing und E-Lademöglichkeiten zur Verfügung. Mit dem Bau solcher Mobilitätspunkte will das Land Baden-Württemberg die Mobilitätswende und in diesem Zuge den Klimaschutz weiter voranbringen. Überdies wird die Lebensqualität in Stuttgart und den angrenzenden Gemeinden verbessert. Der Mobilitätspunkt an der Stadionstraße wurde gefördert vom Verband Region Stuttgart und ist der erste der bisher 13 geplanten Mobilitätspunkte in Leinfelden-Echterdingen.



- Klimaschutzstrategie-Workshop und Erarbeitung einer **Klimaschutzstrategie**: Der erste Workshop fand am 26. August im internen Kreis statt. Erarbeitet wurden Grundlagen zur Erarbeitung einer einheitlichen Klimaschutz-Roadmap. Die Finalisierung des Konzeptes wurde auf Sommer 2022 gelegt.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

INDIKATOREN

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

Betrachtet wurden, wie im Vorjahr, die Verbrauchswerte des Verwaltungsgebäudes sowie die Verbrauchswerte der Halle 1, der Hallen 3-9, der Halle 10, des ICS Kongresszentrums und der Eingänge Ost und West im Nicht-Messe-Betrieb. Die Messe Stuttgart hatte im Jahr 2020 456 Mitarbeitende.

Insgesamt wurden durch die Geschäftsaktivitäten des Unternehmens am Standort Stuttgart Emissionen in Höhe von 2.597,1 t CO₂ verursacht. Davon sind 1.362,0 t CO₂ direkte Emissionen (Scope 1) und 1.235,0 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 27,9 % gesunken. An dieser Stelle ist zu erwähnen, dass die Bilanz in einem Pandemiejahr erstellt wurde und sich so hohe Abweichungen erklären lassen.

Folgende Tabelle veranschaulicht die Gegenüberstellung der Emissionen aus den Geschäftsjahren 2020 und 2019 (Quelle: ClimatePartner):

	Emissionsquelle	2020		2019		Δ	
		t CO ₂	%	t CO ₂	%	t CO ₂	%
Scope 1	Wärme	1.294,5	49,8%	1.539,6	42,8%	-245,1	-15,9%
	Fuhrpark	39,1	1,5%	74,8	2,1%	-35,7	-47,7%
	Kältemittel	28,4	1,1%	28,4	0,8%	0,0	0,1%
Zwischensumme Scope 1		1.362,0	52,4%	1.642,8	45,6%	-280,8	-17,1%
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	476,2	18,3%	943,1	26,2%	-466,9	-49,5%
	Vorkette Strom	322,7	12,4%	377,3	10,5%	-54,6	-14,5%
	Vorkette Wärme	286,9	11,0%	340,6	9,5%	-53,7	-15,8%
	Flüge	33,7	1,3%	232,3	6,5%	-198,6	-85,5%
	Bahnfahrten	3,1	0,1%	17,7	0,5%	-14,6	-82,3%
	Vorkette Kraftstoffe	6,8	0,3%	14,0	0,4%	-7,2	-51,3%
	Druckerzeugnisse	8,1	0,3%	13,4	0,4%	-5,3	-39,4%
	Büropapier	1,9	0,1%	7,5	0,2%	-5,6	-74,5%
	Wasser	4,7	0,2%	6,4	0,2%	-1,7	-27,0%
	Entsorgung	11,4	0,4%	4,6	0,1%	6,8	148,7%
	Homeoffice	78,5	3,0%	0,0	0,0%	78,5	100,0%
	Miet- und Privatfahrzeuge	1,0	0,0%	0,8	0,0%	0,2	21,6%
Zwischensumme Scope 3		1.235,0	47,6%	1.957,7	54,4%	-722,7	-36,9%
Summe		2.597,1	100,0%	3.600,5	100,0%	-1.003,4	-27,9%

Die Erstellung der gesamtheitlichen Klimaschutzstrategie wurde aus Zeit- und Kapazitätsgründen auf das folgende Jahr, 2022 vertagt. Die gesamte Aufstellung der CO₂-Bilanz aus dem Jahr 2020 ist im Anhang dieses Berichtes zu finden.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

AUSBLICK

Die Berechnung der CO₂-Bilanz und deren Kompensation im Nicht-Messebetrieb hat sich als Standard in der Unternehmensstrategie der Messe Stuttgart verankert. Als nächsten Schritt möchte die Messe Stuttgart eine gesamtheitliche Klimaschutz-Strategie in Form einer Klimaschutz-Roadmap erstellen und somit die gesamten Emissionen des Komplettbetriebes erfassen. Weiterhin steht die Reduktion der Emissionen im Vordergrund, die Kompensation dient als letzte Instanz. Mit dem Angebot der RegioRad Station, komplettiert durch die beiden Stadtbahnhaltestellen an den Eingängen Ost und West, geht die Messe einen weiteren Schritt im Bereich nachhaltige Mobilität. Wir möchten künftig das neue WIN-Charta Zusatzkapitel Klimaneutralität in unseren Nachhaltigkeitsbericht mit aufnehmen, damit wir unsere Aktivitäten noch transparenter und messbarer darstellen können. Die Klimaschutzstrategie soll hierfür als Basis dienen. Der Leitsatz 05 wird auch im kommenden Jahr unser Schwerpunktthema sein.

Geplante Aktivitäten:

- Berechnung des CO₂-Fußabdruckes für das Geschäftsjahr 2021
- Erstellen einer gesamtheitlichen Klimaschutzstrategie in Form einer Klimaschutz-Roadmap

Unser Ziel:

Die Berechnung des CO₂-Fußabdruckes für die Emissionen des Nicht-Messebetriebs 2021 soll bis Juni 2022 geschehen. Die die Erhebung relevanter Daten im Gesamtbetrieb bis Juni 2022. Diese dienen als Grundlage für die Erstellung der Roadmap.

Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken

ZIELSETZUNG

Die unternehmerische Nachhaltigkeit hat sich über die letzten Jahre verstärkt in den Köpfen aller Mitarbeitenden verankert. Die Erfahrung hat uns gezeigt, dass das Nachhaltigkeitsengagement ein stetiger Prozess ist und nicht über Nacht erfolgen kann. Daher wollten wir auch in diesem Jahr weiterhin Anreize zum Umdenken schaffen und die Mitarbeitenden in das unternehmerische Engagement eng mit einbeziehen. Das Ziel war es, die interne sowie die externe Kommunikation fortlaufend zu stärken und den Austausch zu fördern.

Die Ziele lassen sich wie folgt formulieren:

- Wir wollen das Thema CSR bei der Messe Stuttgart verstärkt aufgreifen und medial stärken
- Wir setzen ein neues WIN-Charta Projekt um

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Durchführung des dritten internen Nachhaltigkeitstages
- Neue Spendenaktion auf dem Messegelände: Spende Dein Pfand mit Trott-war

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

- Nachhaltigkeitstag mit **Aktionen für die Umwelt**: Nachhaltigkeit ist einer der wichtigsten Unternehmensgrundsätze der Messe Stuttgart. So wichtig, dass 2019 ein eigener Nachhaltigkeitstag für Mitarbeitende eingeführt wurde. Am 24. September 2021 fand er zum dritten Mal statt. Theorie und Praxis standen dabei gleichermaßen im Mittelpunkt. Am dritten Nachhaltigkeitstag beleuchtete eine Vortragsreihe Projekte, die sich positiv auf Umwelt und Gesellschaft auswirken und bei denen jeder und jede einen Beitrag leisten kann. Den Auftakt des Vortragsblocks machte Thomas Venugopal von Cleanup Network e.V. mit einer Kurzeinführung rund um das Thema „die eigene Umgebung sauber halten“. Im Anschluss stellte Martin Grunenberg von Trott-war e.V. das neue Kooperationsprojekt „Spende Dein Pfand“ vor. Darauf folgend wurden die neuesten Maßnahmen, mit denen die Messe Stuttgart auch in Zukunft weitere Standards in Sachen Nachhaltigkeit setzen will, präsentiert. Am



Nachmittag fand eine Clean Up-Aktion rund um das Messegelände und über die angrenzende Filderebene statt. MitarbeiterInnen der Messe Stuttgart befreiten gemeinsam die Natur von achtlos weggeworfenem Müll. Die Arbeitsutensilien, wie Handschuhe und Müllsäcke, stellten das CleanUp-Network und die Messe Stuttgart. Die Mitarbeitenden gaben ihre Arbeitskraft.

- **Flaschensammeln** für den guten Zweck: Rechtzeitig zum Stuttgarter MesseHerbst 2021 standen in den Eingangsbereichen Ost und West, und damit an zwei besonders frequentierten Stellen der Messe Stuttgart, Flaschen-Sammelbehälter von Trott-war e.V. aus der Initiative „Spende Dein Pfand“ bereit, um leere Getränkeflaschen sowie Dosen aufzunehmen. Die Aktion ist unser neues WIN-Projekt und wird Kapitel 6 näher beschrieben.

INDIKATOREN

Zwei externe und zwei interne Vorträge fanden im Rahmen des dritten Nachhaltigkeitstages statt, im Schnitt waren sie von 15 Mitarbeitenden besucht, die entweder live vor Ort waren oder sich

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

virtuell via Teams dazu schalteten. Je Vortrag gab es 20 Minuten Zeit, mit anschließender Fragerunde. Bei der CleanUp-Aktion beteiligten sich elf engagierte Mitarbeitende, beim anschließenden Get-Together wurde sich bei Butterbrezel und Kaffee unterhalten.

Sowohl die Vorträge als auch die CleanUp-Aktion kam bei allen sehr gut an. Dadurch, dass die Teilnahme am Nachhaltigkeitstag für alle Teilnehmenden freiwillig ist und während der allgemeinen Arbeitszeit passiert, ist es in dem Fall schwierig, eine Zielsetzung für die Steigerung der Kennzahlen zu finden. Zusammengefasst lässt sich sagen, dass die Aktion einen nachhaltigen Beitrag zum Involvement aller Teilnehmenden sorgt und positiv im Gedächtnis bleibt.

AUSBLICK

Auch im kommenden Jahr möchten wir an unserem Nachhaltigkeitstag festhalten und den Mitarbeitenden Möglichkeiten geben, sich zu informieren, aktiv einzubringen und offene Fragen beantwortet zu bekommen. Bei der CleanUp Aktion ist denkbar, diese auszuweiten und gegebenenfalls mit anderen am Flughafen ansässigen Unternehmen durchzuführen. Die Aktion *Spende Dein Pfand* wird von nun an fester Bestandteil unseres Beitrages, um weiterhin Anreize zum Umdenken bei unseren StakeholderInnen zu setzen.

- Durchführung des vierten Nachhaltigkeitstages in Q3
- Unser Ziel: Involvement unserer Mitarbeitenden und StakeholderInnen

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

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

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

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

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

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.

WEITERE AKTIVITÄTEN

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 Altersversorgung.
- **Weiterbildungsangebot**
Wir bieten unseren Mitarbeitenden ein breit gefächertes Weiterbildungsangebot, das ihre berufliche Entwicklung vorantreibt und unterstützt: Sprachtrainings, interne und externe Seminare, Wirtschaftsführerschein, EDV-Führerschein. Hinzu kommen Ausbildungsplätze in verschiedenen Berufen.
- **Gesundheitsmanagement**
365 Tage im Jahr unterstützt die Messe Stuttgart ihre Mitarbeitenden in Sachen Gesundheit. An einem Tag im Jahr steht das Thema ganz besonders im Vordergrund: Tests und Übungen helfen, die eigene Gesundheit zu reflektieren und sich dabei die Wirkung des eigenen Handelns auf die Gesundheit ins Bewusstsein zu rufen. Zusätzlich bieten wir Aktionstage, die Gesundheitsthemen in den Messealltag integrieren.
- **Freizeitaktivitäten**
Betriebssport fördert nicht nur die Gesundheit, die gemeinsame Bewegung stärkt den Zusammenhalt der Belegschaft, verbessert das Betriebsklima, baut Stress ab und motiviert zu Höchstleistungen. Deshalb bieten Mitarbeitende der Messe Stuttgart ihren Kollegen ein umfassendes Betriebssport-Programm. Dieses umfasst Angebote wie Fußball, Tennis und Laufgruppen.
- **Mobiles Arbeiten**
Wir bieten unseren Mitarbeitenden die Möglichkeit, mobil zu arbeiten. Dies trägt zu einer besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf bei.
- **Sabbatical**
Ein Sabbatical ermöglicht es den Mitarbeitenden, sich eine „Auszeit“ vom Arbeitsalltag zu nehmen. Das Sabbatical wird in Form eines Blockzeitmodells durchgeführt und setzt sich aus einer Aktiv- und Freistellungsphase zusammen. Wir freuen uns, ein solches Instrument als moderne Form der Arbeitszeitgestaltung anbieten zu können.
- **Leibliches Wohl**
Für jeden Geschmack etwas dabei: Eine Vielzahl von Verpflegungsmöglichkeiten garantiert Abwechslung und trifft jeden Geschmack. Unsere Messe-Restaurants, Bistros oder der mobile

WEITERE AKTIVITÄTEN

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 Zufriedenheit der Mitarbeitenden durch die vielseitigen betrieblichen (Sozial-)Leistungen
- Außenwahrnehmung der Messe Stuttgart als innovatives und mitarbeiterndenfreundliches 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 Befragung der Mitarbeitenden zu den Themen Angebote und Leistungen für ArbeitnehmerInnen der Messe Stuttgart durchgeführt (s. o.). Folgende Themen sind u. a. Bestandteil der Befragung: Arbeitssituation, Arbeitsplatz und Arbeitsbedingungen, Firmenkultur, interne Kommunikation, Karriere und Weiterentwicklung sowie die Unternehmensverbundenheit.

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Gesundheit (Betriebssport, ergonomischer Arbeitsplatz etc.)
- Jährlicher Betriebsausflug sowie ein jährlich stattfindendes Sommerfest
- Betriebskantine mit Zuschüssen für Mitarbeitende
- Weiterbildungsprogramme wie Seminare oder Workshops
- Diverse Mitarbeitendengespräche
- Intranet SIMS zum unternehmensinternen Austausch und Informieren
- Kostenloses Parken für Mitarbeitende auf dem Gelände

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Bereichsinterne Weihnachtsfeier sowie Teambuildingmaßnahmen
- Seelsorge sowie kirchliche Dienste
- Betriebsarzt
- Diverse Mitarbeiterbefragungen (z. B. Zufriedenheit, Mitarbeitermobilität)
- Arbeitskreis Nachhaltigkeit zum gemeinsamen Austausch
- Zurverfügungstellung kostenloser Corona-Tests und Corona-Masken
- Diverse Corona-Schutzmaßnahmen (z. B. Plexiglasscheiben zwischen den Schreibtischen und Türöffner)
- Durchführung der Corona-Schutzimpfung beim Betriebsarzt

Ergebnisse und Entwicklungen:

Insbesondere wurde in diesem Jahr der Fokus auf den Schutz der Mitarbeitende durch geeignete Corona-Schutzmaßnahmen gelegt

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 StakeholderInnen, 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 alle interessierten BürgerInnen zu einem Informationsgespräch eingeladen und berichten kontinuierlich auf unserer Homepage über den aktuellen Baufortschritt.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Regelmäßige Gespräche mit den Mitarbeitenden
- Info-Talk mit der Geschäftsführung, in diesem Jahr auch virtuell per Video
- Strategietage zur Weiterentwicklung der Messen

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Systematisiertes Ideenmanagement in Form einer Ideenwerkstatt
- Transparente Darstellung von Unternehmensentscheidungen
- Pressekonferenzen bzw. -mitteilungen
- Präsentation aktueller Themen und Entwicklungen auf der Homepage der Messe
- Kontinuierlicher Dialog mit BesucherInnen/AusstellerInnen
- StakeholderInnen-Veranstaltungen (z. B. Informationsgespräche, Presseveranstaltungen)
- Einbeziehung der StakeholderInnen bei neuen Bauvorhaben
- Regelmäßige Befragungen der Anspruchsgruppen: AusstellerInnen, BesucherInnen, JournalistInnen, Gastveranstaltungen, Imageanalyse in der Region sowie Befragungen der Mitarbeitenden
- Beiratssitzungen
- Regelmäßiger Austausch mit anderen Anspruchsgruppen (z. B. Flughafen, Stadt Stuttgart, Taxiunternehmen etc.) zu erwarteten Teilnehmerzahlen bei Messen, Sicherheitsstandards, Verkehrsaufkommen, Mobilitätsangebot etc.
- Optimierte Barrierefreiheit des Messegeländes

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Durch die regelmäßige und systematische Einbindung sämtlicher StakeholderInnen erhöht sich die Glaubwürdigkeit der Unternehmenshandlungen.
- Durch die frühzeitige Einbindung von StakeholderInnen 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 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.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Moderne Bauweise bei Neubauten (z. B. der Paul Horn Halle (Halle 10))
- Nachhaltige Werbegeschenke (z. B. Kugelschreiber aus recycelten PET-Flaschen, Bienenwachstücher)
- Aufzeigen energiesparender Handlungen: z. B. beim Verlassen des Arbeitsplatzes nach Feierabend den PC herunterfahren, Bildschirm ganz ausschalten, Fenster schließen, Licht ausschalten etc.
- Mitarbeitende werden angehalten, so wenig wie möglich zu drucken
- 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, wassersparende Armaturen, Austausch der Leuchtmittel in den Messehallen mit LED-Technik. Seit Jahren werden LED-Leuchtmittel in den Nebenräumen im Rahmen der Instandhaltung eingesetzt, bzw. getauscht. Die Paul Horn Halle (Halle 10) sowie der Eingang West wurden im Rahmen des Neubaus 2018 vollständig mit LED-Technik ausgestattet
- 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. Während der Pandemie wurde der Fair-Food-Markt aus energietechnischen Gründen pausiert
- Dachbegrünung auf allen Hallen und dem BOSCH-Parkhaus

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Die Ausstellenden haben die Möglichkeit, nach Messeschluss den Teppich und die Blenden mitzunehmen
- Motivation der Mitarbeitenden zum Nutzen der ökologischen Suchmaschine Ecosia – der Suchmaschine, die Bäume pflanzt
- Verwenden von ökologisch zertifizierten Toilettenpapieren und Papierhandtüchern: Beide Papiere bestehen zu 100 % aus recycelten Tetra Paks
- Kein Einweggeschirr bei Messen wie z. B. Markt des guten Geschmacks
- Die 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

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 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 auf den Messedächern
- Fortlaufende Überwachung des Energieverbrauches
- Schichtlüftungssystem: Reduzierung des Stromverbrauches
- Ozonfreie Drucker
- EnBW-Stromtankstelle auf dem Messegelände
- Sukzessive Umstellung auf LED-Lampen im Standbaupaket bei den Servicepartnern
- Seit 2020 ist der Paketversand über unseren Partner GLS KlimaProtect zu 100 % klimaneutral.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen:

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.

Ausblick:

Die oben genannten Aktivitäten sollen kontinuierlich ausgebaut und verstetigt werden.

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Viele unserer Veranstaltungen sind seit Jahrzehnten am Markt etabliert und zählen teilweise zu den Leitmesse in ihrer Branche. Die Messe Stuttgart strebt eine nachhaltige Entwicklung und kontinuierliche Weiterentwicklung ihrer Messen an. Zusätzlich übernehmen wir inhaltlich Verantwortung und einige unserer Veranstaltungen fokussieren sich auf das Thema Nachhaltigkeit wie z. B. f-cell, 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. Durch die Etablierung hybrider Events bietet die Messe Stuttgart vermehrt klimafreundliche Optionen für einen virtuellen Veranstaltungsbesuch von zuhause an.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Vermehrte Ausrichtung von Messen mit Bezug zum Thema nachhaltige Entwicklung (z. B. neu im Portfolio: Die f-cell - Hydrogen & Fuel Cell Conference and Trade Fair)
- Lieferantenabfrage durch den Zentraleinkauf
- Veröffentlichung der Ergebnisse aus Aussteller- und Besucherbefragungen
- Zertifizierung der Messen durch die FKM
- Angebot von virtuellen und hybriden Events

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 2019 durch die Abteilung Einkauf erweitert. Neu in der Einkaufsrichtlinie war der Hinweis auf die WIN-Charta und die Verlinkung auf die 12 Leitsätze. Bei der Abfrage ergänzt zum „Stellenwert des Umweltschutzes“ wurde 2019 die Frage nach dem konkreten Beitrag des Unternehmens im

WEITERE AKTIVITÄTEN

Rahmen der Erfüllung des Vertragsverhältnisses mit der Messe zur Nachhaltigkeit und zum Umweltschutz. Außerdem wurde die Frage ergänzt, welche konkreten Maßnahmen (z. B. zur Reduktion des CO₂-Footprints) im Unternehmen durchgeführt werden.

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

Ausblick:

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

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. Wie auch im letzten Jahr wurden in diesem Jahr diese Werte pandemiebedingt auf die Probe gestellt.

Maßnahmen und Aktivitäten:

Das Jahr 2021 war, wie das Vorjahr, für alle Unternehmen ein herausforderndes Jahr. Besonders in der Messebranche galt es, schnell nach Alternativen zu suchen, welche es trotz personenlimitierter Auflagen möglich machten, Veranstaltungen 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.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen:

Die Messe Stuttgart entwickelte erfolgreiche hybride Veranstaltungskonzepte, um auch während der Pandemiezeit Branchenplattformen bereitzustellen. Zu nennen ist das Beispiel der IN.STAND, welche als Präsenzmesse durch eine digitale Plattform ergänzt wurde und mittels Live-Stream virtuelle Teilnehmende abholte.



Ausblick:

Das Konzept Hybridveranstaltung hat gezeigt, dass auch trotz schwieriger Rahmenbedingungen Veranstaltungen möglich und erfolgreich sind. Wir freuen uns jedoch auf ruhigere Zeiten, in denen wieder ein bisschen Normalität einkehrt.

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.

Ergebnisse und Entwicklungen:

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

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

Ausblick:

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

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben
- Etablierung eines Verhaltenskodex zur Vermeidung von Korruption, der für alle Angestellten Verbindlichkeit 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-

WEITERE AKTIVITÄTEN

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
- 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

WEITERE AKTIVITÄTEN

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. 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 (f-cell, 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 schwäbischen 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 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 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.

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Die Umwelt sauber halten und gleichzeitig etwas spenden? Nichts leichter als das! Rechtzeitig zum Stuttgarter MesseHerbst standen in den Eingangsbereichen Ost und West jeweils drei Flaschen-Sammelbehälter von Trott-war e.V. aus der Initiative „Spende Dein Pfand“ bereit, um leere Getränkeflaschen sowie Dosen aufzunehmen. Mitarbeitende von Trott-war leeren die Behälter nach Absprache und führen die gesammelten Flaschen dem Recycling-Kreislauf zu. Der Pfanderlös dient dazu, neue Arbeitsplätze zu schaffen und kommt damit zu 100 Prozent Trott-war zugute. Gegründet wurde Trott-war 1994 als Verein von Journalisten und Privatleuten in Stuttgart die nach Möglichkeiten suchten, um Arbeitsplätze für sozial Benachteiligte zu schaffen. Die „Spende Dein Pfand“-Initiative setzt an diesem Punkt an. Die Idee entwickelt haben Studierende der Universität Hohenheim. Der Startschuss der Initiative fiel am Stuttgarter Flughafen am 4. September 2013. Seitdem sind rund zwei Millionen Pfandflaschen gesammelt und recycelt worden.

Das sagen die Beteiligten: Stefan Lohnert, Geschäftsführer der Messe Stuttgart: „Wir unterstützen diese Initiative von Herzen und wir hoffen auf zahlreiche Spenden unserer Besucherinnen und Besucher für Trott-war. Die Aktion passt sehr gut zur ‚Grünen Messe Stuttgart‘, denn als klimaneutraler Messestandort steht der Umweltgedanke ganz oben auf unserer Liste.“

Walter Schoefer, Sprecher der Geschäftsführung der Flughafen Stuttgart GmbH: „Am Flughafen Stuttgart ist die Pfandinitiative zu einer Erfolgsgeschichte geworden. Wir freuen uns, dass nun auch die Messe Stuttgart mit dabei ist.“

Martin Grunenberg, stellvertretender Geschäftsführer und Verwaltungsleiter bei Trott-war: „Durch das Spendenaufkommen des Flughafens Stuttgart konnten wir fünf Arbeitsplätze schaffen. Die Messe Stuttgart ist für uns ein sehr wichtiger Partner. Wir erhoffen uns zum einen ein hohes Pfandaufkommen durch die vielen Messebesuchenden. Und wir benötigen zum anderen die Nähe zum Flughafen Stuttgart, weil das Sammelgut dort sortiert und vom Grünen Punkt abgeholt wird. Eine industrielle Zählmaschine ermittelt anhand der Stückzahlen dann den Pfanderlös, der uns gutgeschrieben wird.“

UNSER WIN!-PROJEKT



Geschäftsführer Stefan Lohnert (r.) mit Martin Grunenberg und Walter Schoefer (l.) vor einem Behälter am Eingangsbereich Ost.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Gemeinsam mit den KollegInnen vom Stuttgarter Flughafen stellen wir unsere Infrastruktur für das Sammeln der Pfandflaschen. Pandemiebedingt kam es zum Ende des Jahres zu einigen Verschiebungen der Veranstaltungen, daher war der Umfang der gesammelten Pfandflaschen weitaus geringer als erwartet.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die Tonnen wurden im November 2021 während des Stuttgarter MesseHerbst gestellt. Eine [Pressemitteilung](#) hierzu ging am 23.11.2021 raus. Die erste Bilanz der gesammelten Flaschen wird im kommenden Jahr gezogen.

AUSBLICK

Je nach Entwicklung und Erfolg der Initiative auf unserem Gelände ist zu überlegen, die Anzahl und Verteilung der Sammelbehältnisse auf unserem Gelände zu erweitern. Bis dahin ist geplant, die Aktion durchgängig in diesem Umfang zu etablieren.

7. Kontaktinformationen

Mitten im Markt

Messe Stuttgart



Ansprechpartnerin

Kim Laber, Managerin Neuproduktentwicklung

Telefon: 0711 18560-2249

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

Internet: www.messe-stuttgart.de

Impressum

Herausgegeben am 6. Juli 2022 von

Landesmesse Stuttgart GmbH

Messeplazza 1, 70629 Stuttgart (Germany)

Telefon: 0711 18560-0

Fax: 0711 18560-2440

E-Mail: info@messe-stuttgart.de

Internet: www-messe-stuttgart.de

Änderungen vorbehalten, das Copyright des Bildmaterials obliegt der Messe Stuttgart

8. Anhang



Essen – Berlin – London – München – Wien – Zürich – Mailand – Den Haag

Übersicht

Die ClimatePartner GmbH („ClimatePartner“) hat im Auftrag der Landesmesse Stuttgart GmbH („Landesmesse Stuttgart“) für das Jahr 2020 zum vierten 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 2020 456 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 2020.

	Gesamtergebnis (t CO ₂)	Mitarbeiter (Anzahl)	Emissionen je Mitarbeiter (t CO ₂ / Mitarbeiter)
2020	2.597,1	456	5,70
2019	3.600,5	489	7,36

Die Emissionen entsprechen...



... einer Fahrt von rund

8,1 Mio.

km mit dem PKW



... dem jährlichen CO₂-
Fußabdruck von

309

europäischen Bürgern



... der jährlichen CO₂-
Bindung von

207.768

Buchen

Ergebnisse der CO₂-Bilanz 2020 und Vergleich zum Vorjahr

Insgesamt wurden durch die Geschäftsaktivitäten des Unternehmens am Standort Stuttgart Emissionen in Höhe von 2.597,1 t CO₂ verursacht.

Davon sind 1.362,0 t CO₂ direkte Emissionen (Scope 1) und 1.235,0 t CO₂ andere indirekte Emissionen (Scope 3). Durch den Bezug von Ökostrom, wurden keine indirekten Emissionen durch leitungsgebundene Energie (Scope 2) verursacht.

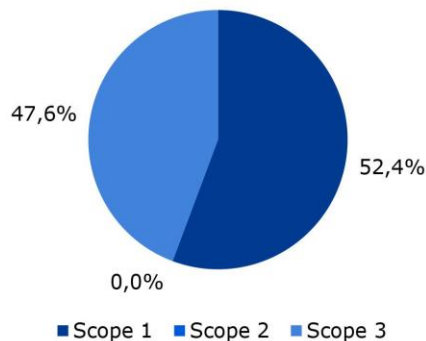
Im Vergleich zum Vorjahr sind die Emissionen um 27,9% gesunken.

Tabelle 1: CO₂-Emissionen der Landesmesse Stuttgart GmbH im Jahr 2020

	Emissionsquelle	2020		2019		Δ	
		t CO ₂	%	t CO ₂	%	t CO ₂	%
Scope 1	Wärme	1.294,5	49,8%	1.539,6	42,8%	-245,1	-15,9%
	Fuhrpark	39,1	1,5%	74,8	2,1%	-35,7	-47,7%
	Kältemittel	28,4	1,1%	28,4	0,8%	0,0	0,1%
<i>Zwischensumme Scope 1</i>		<i>1.362,0</i>	<i>52,4%</i>	<i>1.642,8</i>	<i>45,6%</i>	<i>-280,8</i>	<i>-17,1%</i>
Scope 2	Strom	0,0	0,0%	0,0%	0,0%	-	-
<i>Zwischensumme Scope 2</i>		<i>0,0</i>	<i>0,0%</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0%</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
Scope 3	Anfahrt Mitarbeiter	476,2	18,3%	943,1	26,2%	-466,9	-49,5%
	Vorkette Strom	322,7	12,4%	377,3	10,5%	-54,6	-14,5%
	Vorkette Wärme	286,9	11,0%	340,6	9,5%	-53,7	-15,8%
	Flüge	33,7	1,3%	232,3	6,5%	-198,6	-85,5%
	Bahnfahrten	3,1	0,1%	17,7	0,5%	-14,6	-82,3%
	Vorkette Kraftstoffe	6,8	0,3%	14,0	0,4%	-7,2	-51,3%
	Druckerzeugnisse	8,1	0,3%	13,4	0,4%	-5,3	-39,4%
	Büropapier	1,9	0,1%	7,5	0,2%	-5,6	-74,5%
	Wasser	4,7	0,2%	6,4	0,2%	-1,7	-27,0%
	Entsorgung	11,4	0,4%	4,6	0,1%	6,8	148,7%
	Homeoffice	78,5	3,0%	0,0	0,0%	78,5	100,0%
	Miet- und Privatfahrzeuge	1,0	0,0%	0,8	0,0%	0,2	21,6%
	<i>Zwischensumme Scope 3</i>		<i>1.235,0</i>	<i>47,6%</i>	<i>1.957,7</i>	<i>54,4%</i>	<i>-722,7</i>
Summe		2.597,1	100,0%	3.600,5	100,0%	-1.003,4	-27,9%

Abweichungen zum Bericht ergeben sich rundungsbedingt.

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

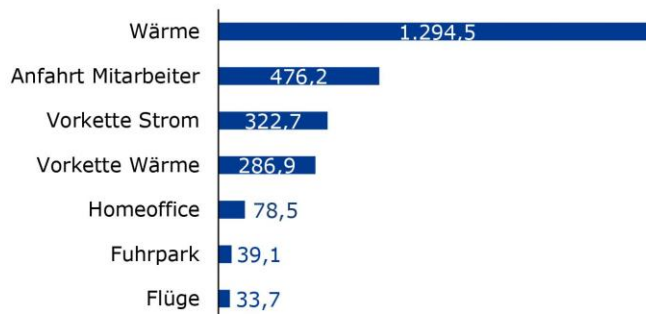


Die größte Emissionsquelle stellt Wärme (49,8%) dar. Der zweitgrößte Posten sind Emissionen, die durch die Anfahrt der Mitarbeiter entstehen (18,3%). An dritter Stelle stehen mit 12,4% die Emissionen aus der Vorkette Strom.

Tabelle 2: CO₂-Emissionen der Landesmesse Stuttgart GmbH im Jahr 2020 in Tonnen – Aufteilung nach Hallen

Emissionsquelle		Ver- waltung	Halle 1	Halle 3-9	Halle 10	ICS	Eingan- g Ost/ West
Scope 1	Wärme	76,2	95,8	193,4	17,1	798,1	113,9
	Fuhrpark	39,1	-	-	-	-	-
	Kältemittel	0,8	3,1	7,7	5,0	6,4	5,4
Zwischensumme Scope 1		116,1	98,9	201,1	22,1	804,5	119,4
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	476,2	-	-	-	-	-
	Vorkette Strom	26,9	38,9	114,8	15,1	106,7	20,3
	Vorkette Wärme	17,0	21,2	42,8	3,8	176,8	25,2
	Flüge	33,7	-	-	-	-	-
	Bahnfahrten	3,1	-	-	-	-	-
	Vorkette Kraftstoffe	6,8	-	-	-	-	-
	Druckerzeugnisse	8,1	-	-	-	-	-
	Büropapier	1,9	-	-	-	-	-
	Wasser	4,7	-	-	-	-	-
	Entsorgung	5,6	0,6	3,5	1,2	0,3	0,3
	Homeoffice	78,5	-	-	-	-	-
Miet- und Privatfahrzeuge	1,0	-	-	-	-	-	
Zwischensumme Scope 3		663,5	60,7	161,1	20,1	283,8	45,8
Summe		779,6	159,6	362,2	42,2	1.088,3	165,2

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 CO₂-Emissionen im Jahr 2020 für den Nichtmessebetrieb betragen in Summe (inklusive des Sicherheitsaufschlag von 10%) 2.856,8 t CO₂. Wird diese Menge kompensiert, kann sich die Landesmesse Stuttgart auch für das Jahr 2020 als „klimaneutraler Standort“ bezeichnen. Generieren Sie Ihr Klimaneutral-Label unter <http://www.climate-label.com/12990-1810-1001>. Das Label können Sie beispielsweise auf Ihrer Webseite und in Ihren E-Mail-Signaturen einsetzen. Es verweist auf unsere ID-Tracking Seite: www.climatepartner.com/12990-1810-1001. Dort sind Ihre Urkunde sowie Informationen zu Auftrag und Klimaschutzprojekt abrufbar.

Mit einem denkbaren Angebot von klimaneutralen Event- und Messeveranstaltungen Ihrer Veranstalter und klimaneutralen Messeauftritten Ihrer Aussteller 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.

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

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

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
Messeplatz 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

August 21

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.

Essen – Berlin – London – München – Wien – Zürich – Mailand – Den Haag