



# Messe Stuttgart WIN-Charta Zielkonzept





# WIN-Charta Zielkonzept Landesmesse Stuttgart GmbH

Ansprechpartnerin: Frau Carolin Pulverich, Unternehmensentwicklung

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

Oktober 2016.

Inhalt:

1. Unsere Schwerpunktthemen	3
2. Zielsetzung hinsichtlich der Schwerpunkt-Themen	5
Schwerpunktthema 1: Energie und Emissionen	5
Schwerpunktthema 2: Anreize zum Umdenken	7
Schwerpunktthema 3: Mitarbeiterwohlbefinden	9
3. Weitere Aktivitäten im Rahmen der Leitsätze der WIN-Charta	11
4. Unser WIN!-Projekt	13



## 1. Unsere Schwerpunktthemen

Im kommenden Jahr konzentrieren wir uns schwerpunktmäßig auf die folgenden Leitsätze der WIN-Charta

### Kategorie „Verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt“

#### **Leitsatz 7: Energie und Emissionen**

Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken THG-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral.

### Kategorie „Regionale Identifikation und Verankerung“

#### **Leitsatz 11: Anreize zum Umdenken**

Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen (z.B. Kunden, Lieferanten etc.) in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.

#### **Leitsatz 12: Mitarbeiterwohlbefinden**

Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter.



## 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 CO<sub>2</sub>-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, welches zweifelsfrei einer vergleichsweise ressourcenintensiven Branche zuzuordnen ist, bei sich selbst Verbesserungspotenzial aufdecken und umsetzen sowie darüber hinaus Bewusstsein schaffen: bei unseren Mitarbeitern, Ausstellern, Besuchern, aber auch bei einer breiten Öffentlichkeit. Wir wollen mit gutem Beispiel vorangehen, indem wir unter anderem unseren CO<sub>2</sub>-Ausstoß beziehungsweise unseren Ressourcenverbrauch stetig messbar senken und dies auch öffentlich kommunizieren.

### Anreize zum Umdenken

Wie bereits erwähnt, wollen wir als Unternehmen nicht nur selbst etwas an unserer Wirtschaftsweise ändern, sondern auch Akteure in unserer geschäftlichen Umgebung sowie im privaten Umfeld unserer Mitarbeiter dazu anregen, sich ganz persönlich mit dem Themenfeld der Nachhaltigen Entwicklung auseinanderzusetzen.

Auch wollen wir verstärkt sämtliche unserer Stakeholder in unsere Planungsprozesse einbeziehen – hiervon erhoffen wir uns nicht nur fachlich wertvollen Input, sondern auch robuste und überlegte Entscheidungen, die von allen Anspruchsgruppen getragen werden.

Zudem ist es uns ein Anliegen, den gesamten Wertschöpfungsprozess unserer Dienstleister im Auge zu behalten (z.B. verstärkte Überprüfung der Arbeitsweise).

### Mitarbeiterwohlbefinden

Die Motivation und Zufriedenheit unserer Mitarbeiter werden in unserem Unternehmen als wichtige Bausteine für den Unternehmenserfolg angesehen. Zur Steigerung dieser beiden Faktoren ist es notwendig, dass sich die Mitarbeiter 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 Mitarbeiter 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 Mitarbeiter liegt uns genau so am Herzen, wie deren Wohl-

befinden. Daher ist es essentiell, den engen Kontakt zu den Mitarbeitern 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 Mitarbeiter stetig zu erhöhen.



## 2. Zielsetzung hinsichtlich der Schwerpunkt-Themen

### Schwerpunktthema 1: Energie und Emissionen

#### Wo stehen wir?

Leitsatz Nummer sieben der WIN Charta, dem sich die Messe Stuttgart hierbei verstärkt widmet, lautet: „Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken THG-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral.“

Nachhaltiges Handeln ist in allen gesellschaftlichen Bereichen zu einem zentralen Thema geworden. Die Messe Stuttgart und das Internationale Congresscenter Stuttgart (ICS), ein Geschäftsbereich der Landesmesse Stuttgart GmbH, sind seit der Eröffnung im Oktober 2007 mit ihrem nachhaltigen Engagement zukunftsweisend. Bereits im Jahr 2010 hat die Messegesellschaft mit dem Green Statement (siehe <http://www.messe-stuttgart.de/das-unternehmen/wir-ueber-uns/verantwortung/>) einen richtungsweisenden Standard für die Branche gesetzt. Unsere zentralen Anliegen sind der schonende Einsatz von Ressourcen sowie ein umweltgerechtes Verhalten auf Gesamtunternehmens- aber auch auf Individualebene.

Im Folgenden werden nun knapp die sieben Bereiche des Green Statement inklusive ihrer Kerninhalte skizziert werden:

#### 1. Energie

- Durch Solarkollektoren auf den Hallendächern, des ICS sowie des BOSCH-Parkhauses werden jährlich rund 4,32 Mio. kWh Strom erzeugt – die CO<sub>2</sub>-Einsparung liegt bei jährlich 2.375 Tonnen.
- Viel Tageslicht in den Räumlichkeiten sorgt für einen geringen Stromverbrauch.
- Seit 2010 werden sukzessive energiesparende LED-Leuchtmittel eingesetzt.

#### 2. Klima

- Durch den Einsatz hocheffizienter Gas-Brennwerttechnik erfolgt eine intelligente Wärmerückgewinnung.
- Mit preiswertem Strom wird nachts Eis hergestellt, welches tagsüber zur Kühlung der Räumlichkeiten genutzt wird.
- Das Schichtlüftungssystem sorgt für Energieersparnis bei erhöhtem Komfort. Statt die ganze Luft umzuwälzen und auszutauschen, wird nur der untere Hallenbereich bis zu einer Höhe von etwa vier Metern zugluftfrei mit Frischluft versorgt.

#### 3. Entsorgung

- Auf dem gesamten Gelände werden Restmüll, Wertstoffe und Papier getrennt.
- Das Recycling erfolgt durch einen erfahrenen Entsorgungspartner.

#### 4. Wasser

- Alle Sanitäreanlagen verfügen über wassersparende Armaturen.
- Einsatz ökologisch zertifizierter Reinigungsmittel.
- Niederschlagswasser auf befestigten Flächen gelangt über ein Leitungssystem in ein Rückhaltebecken. Dort reinigt es sich innerhalb weniger Tage selbst und wird über einen Bachlauf wieder dem natürlichen Wasserkreislauf zugeführt.



## 5. Catering

- Der Catering-Partner ARAMARK GmbH ist bereits seit 2004 Bio-zertifiziert. Auf Kundenwunsch erfolgt die Verpflegung auf Basis von nachhaltigen Kriterien.
- Fleisch-/Wurstwaren sowie Obst und Gemüse werden von regionalen Erzeugergemeinschaften bzw. lokalen Anbietern bezogen.
- Verzicht auf Einweggeschirr/-besteck.
- Lieferantenauswahl folgt strikten Kriterien (z.B. Abfallvermeidung bei Verpackungen).
- Speisereste werden zum Betrieb einer Biogasanlage zur regenerativen Stromerzeugung verwendet. Verbrauchtes Speiseöl wird zu umweltfreundlichem Bio-Diesel aufbereitet.

## 6. Mobilität

- Für alle unsere eigenen Fachmessen und die Aussteller unserer Publikumsmessen ist die kostenlose Nutzung des ÖPNV im Veranstaltungsticket inkludiert.
- Stand jetzt kann die Messe innerhalb von 25 Minuten aus dem Stuttgarter Stadtkern per ÖPNV erreicht werden. Im Bereich der Erreichbarkeit durch öffentliche Verkehrsmittel sind derzeit weitere Verbesserungen in Planung (z.B. Verlängerung der Stadtbahnlinie U6 zu den Eingängen West und Ost).
- Vor dem Eingang Ost befinden sich drei Strom-Ladesäulen der EnBW. Mit diesen Stromzapfstationen lassen sich Elektroautos und strombetriebene Zweiräder (z.B. E-Bikes, Pedelecs) innerhalb kürzester Zeit aufladen.
- Direkt an der Stromtankstelle haben car2go-Kunden die Möglichkeit, die Elektrofahrzeuge des Stuttgarter Mobilitätsanbieters anzumieten oder abzustellen. An den Ladesäulen sind vier von sechs Stellplätzen exklusiv für car2go-Fahrzeuge reserviert.

## 7. Mitarbeiter

- Ein Arbeitskreis (bestehend aus sachkundigen Mitarbeitern) befasst sich mit Möglichkeiten eines effizienteren Energieeinsatzes.
- Unsere Mitarbeiter erhalten vergünstigte Jahreskarten und einen Zuschuss für den ÖPNV.

Anfang November 2012 hat sich die Messe Stuttgart und das ICS zudem dem vom Europäischen Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. und German Convention Bureau ins Leben gerufene Branchenkodex „fairpflichtet“ (siehe <http://www.messe-stuttgart.de/das-unternehmen/nachhaltigkeit/>) angeschlossen. Er bietet den Unterstützern praktische Orientierung, um ihrer unternehmerischen Verantwortung gerecht werden zu können.

Leitsatz fünf dieses Kodex, zu dem sich unser Unternehmen verpflichtet hat, lautet:

„Verantwortlicher Umgang mit Ressourcen und Energie heißt 1. Vermeiden, 2. Vermindern und 3. Regenerierbar einsetzen.“



## Wie wir Veränderungen herbeiführen wollen

Ziel dieser Maßnahme ist zunächst eine fundierte Analyse sämtlicher mobilitätsrelevanter Felder, die Anknüpfungspunkte zur Messe Stuttgart besitzen.

So ist beispielsweise die Analyse des Mobilitätsverhaltens der Mitarbeiter (An- und Abreise zum Arbeitsplatz, Realisierung von Kundenterminen, etc.) geplant.

Doch nicht nur das individuelle Mobilitätsverhalten der Mitarbeiter soll erfasst werden, sondern auch der allgemeine Informations- und Wissenstand der Beschäftigten rund um das Thema Mobilität.

Des Weiteren wird der bestehende Fahrzeug-Pool der Messe Stuttgart näher betrachtet. Es wird unter anderem folgenden Fragen nachgegangen: Wie sind die Nutzungsgewohnheiten der Mitarbeiter? Wie hoch ist der dadurch entstehende CO<sub>2</sub>-Ausstoß schätzungsweise? Wie hoch sind die durchschnittlichen (monatlichen / jährlichen) Kosten des Fahrzeug-Pools und können diese ggf. durch alternative Mobilitätskonzepte gesenkt werden? Um diese Fragen beantworten zu können, werden u.a. Fahrtenbücher ausgewertet, punktuelle Interviews geführt etc. Alternative Mobilitätskonzepte zum bestehenden Fahrzeugpool sollen recherchiert werden.

## Daran wollen wir uns messen

Wir wollen uns daran messen lassen, ob bis Mitte 2017 die oben genannten Analysen (Online-Mitarbeiterbefragung zum Thema „Individuelles Mobilitätsverhalten“, Fahrzeug-Pool-Analyse etc.) sowie die angekündigte Recherche (alternative, CO<sub>2</sub>-reduzierte Mobilitätskonzepte zum bestehenden Fahrzeug-Pool) durchgeführt wurden.

Die Konzepte sowie die Ergebnisse der Analysen und Recherchen werden schriftlich festgehalten.

## Schwerpunktthema 2: Anreize zum Umdenken

### Wo stehen wir?

Leitsatz elf der WIN-Charta, dem sich unser Unternehmen in Zusammenhang mit Schwerpunktthema zwei verpflichtet, heißt: „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.“

Wie bereits erwähnt, sind die Messe Stuttgart sowie das ICS seit Anfang November 2012 dem Branchenkodex „fairpflichtet“ angeschlossen. Leitsatz zehn des Kodex, nach dem wir unser Handeln bereits ausrichten, greift die Thematik von Leitsatz elf der WIN Charta auf: „Der „nachhaltige Unternehmer“ setzt Anreize zum Umdenken und Handeln, um Mitarbeiter und Partner in einen ständigen Verbesserungsprozess der Nachhaltigkeit einzubeziehen.“

Ebenfalls passend in diesem Zusammenhang lautet Leitsatz drei des „fairpflichtet“-Kodex: „Der „nachhaltige Unternehmer“ erfüllt seine Verantwortung in der Region zur Steigerung des Gemeinwohls.“

Durch das öffentliche Bekenntnis durch die Geschäftsführung der Messe Stuttgart zu diesen Leitsätzen, will das Unternehmen signalisieren, dass Nachhaltigkeit auf allen Organisationsebenen gelebt werden soll. Nicht nur die eigenen Handlungen sollen stetig überprüft und entsprechend verbessert, sondern auch andere Unternehmer der Branche sowie unsere Aussteller, Besucher und die breite Öffentlichkeit zum Umdenken ermutigt und der Dialog angeregt werden.



Unsere Mitarbeiter werden regelmäßig über das Social Intranet (SIMS), Betriebsversammlungen und Info-Talks mit der Geschäftsführung über Planungen und Veränderungen, die das Unternehmen betreffen, informiert.

Durch die Auswahl unserer Messen (bspw. Fair Handeln, SlowFood, i-Mobility) leisten wir einen wichtigen gesellschaftlichen Beitrag, indem wir eine Plattform bieten, auf der sich Akteure zu gesellschaftlich und umweltrelevanten Themengebieten austauschen können.

## Wie wir Veränderungen herbeiführen wollen

Durch die Priorisierung dieser Thematik verfolgen wir maßgeblich folgendes Ziel: Die Schaffung einer Plattform zum Austausch nachhaltig handelnder und wirtschaftender Akteure in Baden-Württemberg.

Im diesem Zusammenhang werden zunächst folgende Maßnahmen ergriffen:

**1. In Zusammenarbeit mit der Nachhaltigkeitsstrategie des Landes Baden-Württemberg erging eine Einladung an sämtliche Akteure, die sich bis einschließlich 30.03.2016 mit einem Aktionsbeitrag zu den Nachhaltigkeitstagen des Landes am 03. und 04. Juni 2016 online registrieren** (siehe

[www.n-netzwerk.de](http://www.n-netzwerk.de)): Jede angemeldete Aktion erhielt zwei Freikarten für den Auftakt der Frühjahrs-

messen am Donnerstag, 31. März 2016, bei denen das Thema Nachhaltigkeit großen Raum einnimmt.

Es gab einen ca. 20minütigen Bühnenbeitrag geben, bei dem sich die Organisatoren der Nachhaltigkeitstage, Vertreter der Nachhaltigkeitsstrategie (Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg und / oder Jugendbeirat der Nachhaltigkeitsstrategie Baden-Württemberg) sowie ein bis zwei Akteure der Nachhaltigkeitstage 2015 präsentierten. Hierdurch soll das öffentliche Interesse an den Nachhaltigkeitstagen in ganz Baden-Württemberg, v.a. aber generell an Nachhaltigem Handeln geweckt werden.

**2. Durchführung eines WIN-Forums**, d.h. einer Veranstaltung der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit (siehe <http://www.win-bw.com/startseite.html>), am 01. April 2016 im Rahmen der Frühjahrs-messen in den Räumlichkeiten der LMS. Diese Veranstaltung richtete sich besonders an interessierte Unternehmen aus Baden-Württemberg, die bislang noch nicht Unterzeichner der WIN Charta sind. Über den Event wurde vorab per Verteiler der Messe Stuttgart informiert. Ein Austausch hinsichtlich Nachhaltigem Wirtschaften über sämtliche Unternehmensbranchen und -größen hinweg wird durch diese Maßnahme gefördert, eine öffentlichkeitswirksame Darstellung wird angestrebt.

Die Schaffung einer Kommunikationsplattform und die damit verbundene Förderung des persönlichen und auf Langfristigkeit angelegten Austausches von Akteuren sehen wir als wichtigen Beitrag im Zusammenhang mit der Schaffung von Anreizen zum Umdenken auf allen gesellschaftlichen Ebenen.

Auch unsere Mitarbeiter möchten wir verstärkt für die Thematik „Nachhaltiges Handeln im Privat- und Berufsleben“ sensibilisieren und erarbeiten in diesem Zusammenhang eine gesonderte Weiterbildungs- / Schulungsmaßnahme (siehe Schwerpunktthema 3).





## Daran wollen wir uns messen

Wir wollen zum einen nachverfolgen, wie viele Akteure aufgrund der Registrierung auf der Homepage der Nachhaltigkeitstage und dem damit verbundenen Gewinn von Freikarten am 31. März 2016 bei der Eröffnung der Frühjahrmessen (u.a. Fair Handeln und SlowFood) auf dem Messegelände sind.

Zudem wird der Bühnenvortrag am 31.03.2016 ebenso wie das WIN-Forum am 01.04.2016 dokumentiert.

Gemeinsam mit Vertretern der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit soll im Anschluss an das WIN-Forum eruiert werden, ob bzw. wie viele Unternehmen sich im weiteren zeitlichen Verlauf ernsthaft für eine Unterzeichnung der WIN-Charta interessieren.

Im Idealfall sollen weitere Maßnahmen der Zusammenarbeit zwischen der Messe Stuttgart und der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit, aber auch der gesamten Nachhaltigkeitsstrategie erörtert werden.

## Schwerpunktthema 3: Mitarbeiterwohlbefinden

### Wo stehen wir?

Bezüglich unseres dritten Schwerpunktthemas konzentrieren wir uns auf Leitsatz zwölf, welcher folgendermaßen lautet: „Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter.“

Die Messe Stuttgart verfügt über außergewöhnliche Arbeitgeberqualitäten. Hierfür erhielt das Unternehmen im Juni 2015 das anerkannte „Top Job“-Siegel (siehe <http://www.messe-stuttgart.de/das-unternehmen/karriere-neu/auszeichnung-top-job/>) aus den Händen des ehemaligen Bundeswirtschaftsministers Wolfgang Clement. Entscheidend für die Vergabe des Siegels sind insbesondere drei Faktoren: die Zufriedenheit der Belegschaft mit ihrem Arbeitsumfeld, ihre Identifikation mit dem Unternehmen und die Qualität der Führung. Ermittelt wurden die Werte von Prof. Dr. Heike Bruch und ihrem Team vom Institut für Führung und Personalmanagement der Universität St. Gallen im Rahmen einer anonymisierten Befragung der Mitarbeiter und der Personalabteilung. In dem seit 2002 ausgerichteten Arbeitgebervergleich „Top Job“ hat die LMS vor allem mit der Vielzahl und der Qualität der Personalmanagement-Instrumente überzeugt. Das Unternehmen unterstützt seine 417 Mitarbeiter bei der Kinderbetreuung, bei der Hilfe für pflegebedürftige Angehörige und bietet die Möglichkeit eines Sabbaticals und Mobiles Arbeiten an.

Die Mitarbeiter sind unser wichtigster Erfolgsfaktor. Deshalb fördern wir unter dem Motto FIT & FAIR (siehe <http://www.messe-stuttgart.de/das-unternehmen/jobs-und-karriere/messe-stuttgart-als-arbeitgeber/was-wir-bieten/arbeit-freizeit-gesundheit/>) die Gesundheit und das Wohlbefinden aller Beschäftigten. Hierbei geht es um mehr als nur das Verhindern von Krankheiten und Unfällen. Beruflicher Erfolg und ein glückliches Privatleben hängen eng miteinander zusammen. Die Messe Stuttgart trägt mit ihrem Gesundheitsmanagement zu einer guten Work-Life-Balance bei. An einem Tag im Jahr steht die Gesundheit besonders im Vordergrund: Tests und Übungen helfen die eigene Gesundheit zu reflektieren und sich dabei die Wirkung des eigenen Handelns auf die Gesundheit wieder ins Bewusstsein zu rufen. Zusätzlich werden regelmäßig Aktionstage angeboten, die Themen rund um die Gesundheit in den Messealltag integrieren.



Die Messe Stuttgart stellt als Ansprechpartner für alle gesundheitsrelevanten Fragen einen Betriebsarzt, für eine sichere Arbeitsumgebung eine Fachkraft für Arbeitssicherheit und für alle persönlichen Anliegen eine seelsorgerliche Beratung zur Verfügung. Betriebssport fördert nicht nur die Gesundheit, die gemeinsame Bewegung stärkt auch den Zusammenhalt in der Belegschaft, verbessert das Betriebsklima, baut Stress ab und motiviert zu eigenen Höchstleistungen. Deshalb bieten Mitarbeiter der Messe Stuttgart für ihre Kolleginnen und Kollegen ein umfassendes Betriebssport-Programm an. Dieses umfasst Angebote wie Fußball, Tennis und Laufgruppen.

Unser Unternehmen ist nur durch die Schaffenskraft, Kreativität und Loyalität unserer Mitarbeiter überlebensfähig – daher wollen wir diesen Personen in ihren privaten und beruflichen Belangen besondere Aufmerksamkeit schenken.

Unser Ziel ist vor allem die Mitarbeitersensibilisierung und Qualifikation im Bereich Nachhaltige Entwicklung sowie Vermittlungskompetenz an Dritte für die Nachhaltigkeitsaktivitäten der Messe Stuttgart.

Diese Maßnahme enthält folgende Teilaktivitäten:

- **Online-Mitarbeiterbefragung** zur Identifikation potentieller Handlungsfelder und konkreter Maßnahmen im Bereich Nachhaltiges Wirtschaften sowie Ideen für das ex-terne WIN-Projekt.
- **Interviews mit Schlüsselpersonen** (Mitarbeiter der Messe Stuttgart) bzgl. ihrer Einschätzungen hinsichtlich der Aktivitäten der LMS im Bereich Nachhaltige Entwicklung sowie des Wissensstandes der Mitarbeiter in diesem Bereich.
- Erarbeitung einer **Mitarbeiterschulung** (Format, Titel bzw. spezielle Inhalte gilt es noch herauszuarbeiten), die in den Schulungspool der Messe Stuttgart aufgenommen wird. Der Titel, das spezifische Format (Tagesschulung oder mehrere kürzere Schulungsmodulare über einen längeren Zeitraum verteilt) sowie die Inhalte werden durch enge Abstimmungen mit der Geschäftsführung, der Personalabteilung sowie einem externen Experten(team) in einem gesonderten Konzept erarbeitet.

### Daran wollen wir uns messen

Die Konzepte sowie die Ergebnisse der Online-Mitarbeiterbefragung sowie der Befragung der Schlüsselpersonen werden schriftlich dokumentiert. Die darin enthaltenen Anregungen sollen nachweislich Eingang in die weiteren Planungen der Nachhaltigkeitsaktivitäten der Messe Stuttgart finden.

Das Konzept für die Mitarbeiterschulung wird bis Mitte des Jahres 2016 erarbeitet und finalisiert werden.

Ein erster Schulungsdurchlauf wird für das vierte Quartal 2016 angestrebt. Bis Ende 2016 sollen die Mitarbeiter eine Schulungsmaßnahme mit Bezug zur Nachhaltigen Entwicklung besucht haben. Die Veranstaltung findet planmäßig innerhalb der regulären Arbeitszeit findet. Die Teilnahme an der Schulungsmaßnahme wird als Arbeitszeit angerechnet.

Es wird überlegt, ob im zweiten oder dritten Quartal des Jahres 2017 eine erneute On-line-Mitarbeiterbefragung (mit gleichen / ähnlichen) Inhalten sinnvoll ist, um eine etwaige Wissens-, Haltungs- und / oder Handlungsänderung bei den Mitarbeitern zu verzeichnen ist.



### 3. Weitere Aktivitäten im Rahmen der Leitsätze der WIN-Charta

#### Was wir außerdem erreichen wollen

Im Folgenden soll dargestellt werden, welche Bemühungen das Unternehmen bezüglich der verbleibenden neun Leitsätze, welche bislang noch nicht ausführlich adressiert wurden, bereits verfolgt bzw. plant:

- **Leitsatz 01: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze**

19.847 Aussteller, davon fast 30 Prozent aus dem Ausland, 1.13 Millionen Besucher und 58 Veranstaltungen (Stand: 31.12.2015): Das ist der aktuelle Erfolgsstatus der Messe Stuttgart allein am Standort Stuttgart. Der Gebäudekomplex befindet sich nur drei Gehminuten entfernt vom Stuttgarter Flughafen und bietet damit optimale Bedingungen für An- und Abreise. Mit einem Hallenumschlagfaktor von 13,9 im Jahr 2015 zählte das Stuttgarter Messezentrum wie der zu den am besten ausgelasteten Einrichtungen dieser Art in Deutschland. Zudem werden von Lateinamerika über Europa bis nach Asien internationale Leitmesse „Made in Stuttgart“ in die ganze Welt getragen. Seit 2010 führt das Unternehmen eigene Auslandsniederlassungen in China, in der Türkei und seit 2013 auch in den Vereinigten Staaten. Insgesamt ist die Messe Stuttgart inzwischen in weltweit über 50 Ländern aktiv. In einem regional verwurzelten, mittelständischen Unternehmen wie unserem besitzt die Sicherung des Unternehmenserfolges bzw. der Arbeitsplätze hohe Relevanz. Für das Geschäftsjahr 2016 werden erneut Bestmarken bei allen relevanten Kennzahlen angestrebt. Wir wollen uns einen Rekord-Umsatz und ein Ergebnis von 20 Millionen erarbeiten.

- **Leitsatz 02: Menschen- und Arbeitnehmerrechte**

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

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

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

- **Leitsatz 03: Nachhaltige Innovationen**

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.



- **Leitsatz 04: Finanzentscheidungen**

Jährlich werden den Mitarbeitern die Geschäftsentwicklungen des vergangenen Jahres transparent in der Betriebsversammlung dargestellt. Direkt nach den Aufsichtsratssitzungen werden die Mitarbeiter im Rahmen des Info-Talks mit der Geschäftsführung über aktuelle Entwicklungen und Entscheidungen informiert.

In der jährlich stattfindenden Pressekonferenz informieren wir die Öffentlichkeit über die Unternehmensentwicklung und zukünftige Projekte. Darüber hinaus sind die Beteiligungsberichte der Stadt Stuttgart und des Landes Baden-Württemberg jederzeit online verfügbar und einsehbar.

- **Leitsatz 05: Anti-Korruption**

Neben den gesetzlichen Vorgaben hat die Messe Stuttgart einen für alle Mitarbeiter verbindlichen Verhaltenskodex zur Vermeidung von Korruption entwickelt. Zudem wurde im Jahr 2014 eine Compliance Board etabliert. Das Compliance Board nimmt präventive Aufgaben wahr. Hierzu gehört insbesondere die Identifikation von unternehmensspezifischen Compliance-Themen und die Beratung der Geschäftsführung wie mit diesen Themen umzugehen ist. Gleichzeitig ist das Compliance Board zentrale Anlauf- und Beratungsstelle für Fragen und Anregungen zum Thema Compliance für die Mitarbeiter der Messe Stuttgart.

- **Leitsatz 06: Ressourcen**

Folgende Ziele möchten wir durch umfassende und stetige Information der Mitarbeiter erreichen:

Wir wollen energiesparende Handlungen aufzeigen (beim Verlassen des Arbeitsplatzes nach Feierabend den PC herunterfahren, Bildschirm ganz ausschalten, Fenster schließen, Licht ausschalten etc.).

Die Mitarbeiter werden zudem dazu angehalten, so wenig wie möglich zu drucken. Farbdrucke sollen lediglich getätigt werden, wenn diese wirklich notwendig sind (wobei die Notwendigkeit zunächst im Ermessen jedes einzelnen liegt).

Fehlerhaft bedrucktes Papier wird für interne Ausdrücke und eigene Notizen wiederverwendet werden.

Auch wenn diese Handlungsschritte klein erscheinen mögen, so haben sie dennoch das Potenzial, die Denk- und Verhaltensweise der Mitarbeiter nachhaltig zu beeinflussen.

- **Leitsatz 08: 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 unsere Veranstaltungen fokussieren sich auf das Thema Nachhaltigkeit, wie z. B. Slow Food, 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.

- **Leitsatz 09 Regionaler Mehrwert**

Wo möglich und sinnvoll, werden langfristige Kooperationsbeziehungen mit regionalen Zulieferern und Dienstleistern angestrebt, z.B. wird ein großer Teil des Caterings von regionalen Anbietern bezogen.

Im Rahmen des WIN!-Projektes plant das Unternehmen die Unterstützung einer regionalen Stiftung.

- **Leitsatz 10 Anspruchsgruppen**

Unsere Mitarbeiter stellen eine sehr wichtige Anspruchsgruppe dar. Mit ihnen sind wir bspw. durch regelmäßige Mitarbeitergespräche, den Info-Talk mit der Geschäftsführung, Strategietage zur Weiterentwicklung der Messen und ein systematisiertes Ideenmanagement in engem Austausch und sind bemüht, ihre Interessen und Wünsche möglichst adäquat in unseren Planungsprozessen zu berücksichtigen. Wo dies nicht möglich ist, wird transparent dargestellt, warum bspw. die Umsetzung eines gewissen Vorschlags nicht möglich war.

Externe Anspruchsgruppen informieren wir regelmäßig in Pressekonferenzen und über Pressemitteilungen zu aktuellen Entwicklungen und Themen. Darüber hinaus treten wir kontinuierlich in den Dialog mit unseren Besuchern und Ausstellern, 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 Halle 10 haben wir beispielsweise alle interessierten Bürger und Bürgerinnen zu einem Informationsgespräch eingeladen und berichten kontinuierlich auf unsere Homepage (<http://www.messe-stuttgart.de/das-unternehmen/wir-ueber-uns/bauvorhaben-halle-10/>) über den aktuellen Baufortschritt.

## 4. Unser WIN!-Projekt

### Dieses Projekt wollen wir unterstützen

Mit unserem WIN!-Projekt wollen wir die Kinderhilfsaktion von SWR, SR und Sparda-Bank „Herzenssache“ (siehe <http://www.swr.de/herzenssache>) unterstützen.

Im Rahmen des CMT-Schultages am 18. Januar 2017 wollen wir den Herzenssache e.V. gerne mit finanziellen und auch mit personellen Mitteln unterstützen. Am CMT-Schultag können Schüler bei einer Wissensrallye Baden-Württemberg spielerisch entdecken. Kleine Aufgaben rund um Baden-Württemberg müssen dabei gelöst werden. Die Antworten finden die Schüler an den verschiedenen Ständen der teilnehmenden Aussteller. Am Ende der Rallye nehmen alle Schüler an einer Verlosung teil. Die teilnehmenden Aussteller spenden für jeden Schüler, der ihren Messestand besucht, einen Betrag von 20 Cent.



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

Es soll sich jedoch nicht nur um eine finanzielle Unterstützung in diesem Projekt handeln: Insbesondere die Mitarbeiter der CMT sind in dieses Projekt eingebunden, indem sie sich an der Gesamtorganisation des CMT-Schultages beteiligen – die Planung des Projektes geschieht während der Arbeitszeit.

Die Messe Stuttgart plant eine langfristige Durchführung dieser Aktion und wird die Herzessache auch über die CMT 2017 hinaus unterstützen.

### **Art und Umfang der geplanten Unterstützung**

Der CMT-Schultag wird durch die Mitarbeiter der Messe Stuttgart, insbesondere das CMT-Team, organisiert. Die Mitarbeiter kümmern sich dabei um die Organisation der Rallye, sprechen potentiell teilnehmenden 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 der Herzessache die Möglichkeit auf ihren Verein und die aktuellen Projekte aufmerksam zu machen. Für Schüler, die an der Rallye teilnehmen, stellt die Messe Stuttgart kostenlose Eintrittskarten zur Verfügung.