



# WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

12/2022

LANDESMESSE STUTTGART GMBH



## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Über uns</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Die WIN-Charta</b> .....	<b>3</b>
<b>3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement</b> .....	<b>5</b>
<b>4. Unsere Schwerpunktthemen</b> .....	<b>7</b>
Leitsatz 05: Energie und Emissionen .....	8
Leitsatz 08: Nachhaltige Innovationen.....	11
Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken .....	13
<b>5. Weitere Aktivitäten</b> .....	<b>17</b>
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange .....	17
Umweltbelange.....	21
Ökonomischer Mehrwert.....	26
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption .....	27
Regionaler Mehrwert.....	28
<b>6. Unser WIN!-Projekt</b> .....	<b>30</b>
<b>7. Kontaktinformationen</b> .....	<b>32</b>
Ansprechpartnerin.....	32
Impressum .....	32
<b>8. Anhang</b> .....	<b>33</b>

## 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 Stadtbahn, S-Bahn, Flughafen und Autobahn ist ein Alleinstellungsmerkmal, das eine schnelle und zugleich entspannte Anreise ermöglicht.

Nachhaltiges Handeln ist in allen gesellschaftlichen Bereichen zu einem zentralen Thema geworden. Die Messe Stuttgart und das ICS Internationales Congresscenter Stuttgart, ein Geschäftsbereich der 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 UnterstützerInnen praktische Orientierung, um ihrer unternehmerischen Verantwortung gerecht werden zu können. 2015 trat die Messe Stuttgart der WIN-Charta bei – mit dieser freiwilligen Selbstverpflichtung dokumentiert sie transparent ihr Engagement für nachhaltiges Wirtschaften. Seit 2019 investiert die Messe Stuttgart in Klimaschutzprojekte zum Ausgleich restlicher CO<sub>2</sub>-Emissionen. Die Basis für diesen Ausgleich bildet die CO<sub>2</sub>-Bilanz des Nicht-Messebetriebs, welche seit 2017 jährlich erhoben wird. Die Klimaschutzprojekte sind nach einem der höchsten internationalen Standards, dem „Verified Carbon Standard“ (VCS), zertifiziert.

Die Gesellschafterstruktur der Messe Stuttgart setzt sich zu 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 39 Absagen bzw. Verschiebungen verkraften. Insgesamt 74 Veranstaltungen konnten jedoch unter Einhaltung von Hygienemaßnahmen durchgeführt werden.

# ÜBER UNS

## 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 – Mitarbeitendenwohlbefinden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden."*

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

#### **Umweltbelange**

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

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

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

#### **Ökonomischer Mehrwert**

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

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

#### **Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption**

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

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

# DIE WIN-CHARTA

## **Regionaler Mehrwert**

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

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

## **ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG**

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren UnterzeichnerInnen 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 type="checkbox"/>
Leitsatz 2	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 3	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 4	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>
Leitsatz 7	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 8	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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:** Gemeinsam für mehr Lebensmittelwertschätzung, Schwäbische Tafel e.V.

#### Schwerpunktbereich:

- Energie und Klima       Ressourcen       Bildung für nachhaltige Entwicklung  
 Mobilität       Integration

#### Art der Förderung:

- Finanziell       Materiell       Personell

**Umfang der Förderung:** Die südback ist eine der begehrtesten und wichtigsten Trendmessen für das Bäckerei- und Konditorei-Gewerbe in Europa. Die Ausstellenden haben neben innovativen

## CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

Technologien auch frisch zubereitetes Gebäck mit dabei. Doch was passiert mit den Lebensmitteln, die am Ende eines Tages übrig bleiben? Um Lebensmittelverschwendung zu verhindern und die Gebäckstücke zu retten, wurden diese am Ende des Messtages an den Verein Schwäbische Tafel gespendet. Die darüber hinaus übriggebliebenen Lebensmitteln wurden von engagierten Mitarbeitenden der Messe Stuttgart eingesammelt und von den Kirchlichen Diensten, den ServicepartnerInnen sowie den Mitarbeitenden der Messe Stuttgart gerettet. Auch AbholerInnen von foodsharing waren an der Aktion beteiligt und so konnten gemeinsam viele Backwaren gerettet, Ressourcen geschont und für einen nachhaltigen Umgang mit Lebensmitteln sensibilisiert werden.



## 4. Unsere Schwerpunktthemen

### ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- **Kategorie Umweltbelange**

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

- **Kategorie Ökonomischer Mehrwert**

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

- **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 Privatpersonen, Kleinstunternehmen, mittelständische Unternehmen oder Großkonzerne. Ganzheitlicher Klimaschutz ist entscheidend für die Übernahme von unternehmerischer Verantwortung und zur Erreichung des 1,5 Grad Ziels des Pariser Klimaabkommens. Daher überprüfen wir das eigene Handeln laufend, berechnen unsere Emissionen und suchen nach Möglichkeiten Emissionen kontinuierlich zu vermeiden und zu reduzieren. Erneuerbare Energien sind ausschlaggebend für eine nachhaltige Entwicklung und daher wollen wir diese in größtmöglichem Umfang fördern und nützen. 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 Mitarbeitenden, Ausstellenden, Besuchenden, aber auch bei einer breiten Öffentlichkeit. Auch in diesem Jahr legen wir mit unserem WIN-Charta-Bericht einen Schwerpunkt auf den Leitsatz 5 „Energie und Emissionen“.

#### **Nachhaltige Innovationen**

Um auch die Bedürfnisse zukünftiger Generationen decken zu können, muss die Ressourceninanspruchnahme auf ein für die Erde auch langfristig verträgliches Maß minimiert werden. Um eine nachhaltige Entwicklung voranzutreiben, bedarf es der Förderung nachhaltiger Lösungen, Produkte und Dienstleistungen. Wir bringen Menschen zusammen und auf unseren Messen, Kongressen und Events entstehen interessante Kooperationen und neue Geschäftsfelder.

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Diese Plattform wollen wir nutzen, um nachhaltige Innovationen zu fördern und die Öffentlichkeit über die bereits entwickelten Möglichkeiten informieren. Wir legen einen Schwerpunkt auf den Leitsatz 8 „Nachhaltige Innovationen“, weil wir großes Potenzial darin sehen, die Bühne bzw. den Marktplatz, den unsere Messe bietet, zur Förderung nachhaltiger Lösungen zu nutzen.

## **Anreize zum Umdenken**

Das Thema Nachhaltigkeit stieß in den letzten Jahren bei den Mitarbeitenden und anderen Stakeholdern nicht mehr nur vermehrt auf Akzeptanz, sondern wird konkret gefordert. Dies ist vor allem der internen als auch externen Transparenz sowie dem vermehrten Involvement aller zu verdanken. Ohne ein Umdenken ist eine nachhaltige Entwicklung nicht möglich und daher setzen wir einen Schwerpunkt auf den Leitsatz 12 „Anreize zum Umdenken“ und sind fortlaufend bemüht sowohl intern als auch extern durch sensibilisieren, motivieren und Bewusstsein schaffen Nachhaltigkeit voranzutreiben.

## **Leitsatz 05: Energie und Emissionen**

### **ZIELSETZUNG**

Wir wollen einen umfassenden Beitrag zum Erreichen der UN-Nachhaltigkeitsziele leisten, indem wir unsere Emissionen berechnen, kontinuierlich vermeiden und reduzieren sowie restliche Emissionen durch zertifizierte Klimaschutzprojekte ausgleichen. Wir wollen weiterhin den Ausbau unserer erneuerbaren Energien vorantreiben und daher ein Konzept zur energetischen Transformation, welche innerhalb der nächsten 10 Jahre erfolgen soll, erstellen. Des Weiteren setzen wir uns mit der Anschaffung weiterer Ladestationen für Elektrofahrzeuge auseinander und möchten nachhaltige Mobilität fördern. Wir wollen uns klare Ziele und Maßnahmen setzen, sodass Emissionseinsparungen messbar gemacht werden. Hierfür wollen wir die Klimaschutz-Roadmap zur validierten und quantifizierten Dokumentation unserer Nachhaltigkeitsmaßnahmen finalisieren, sobald das Konzept zur energetischen Sanierung des Messegeländes final beschlossen ist.

### **ERGRIFFENE MASSNAHMEN**

- Berechnung aller im Nicht-Messebetrieb entstandenen CO<sub>2</sub>-Emissionen für das Geschäftsjahr 2021
- Ausgleich der im Nicht-Messebetrieb entstandenen CO<sub>2</sub>-Emissionen für das Geschäftsjahr 2021 über international zertifizierte Klimaschutzprojekte
- Analyse der Emissionsquellen und Vorbereitung der Klimaschutz-Roadmap mit Unterstützung der Klimaschutz- und Energieagentur Baden-Württemberg (KEA-BW)
- Umfangreiche Analyse zu Möglichkeiten der energetischen Gebäudesanierung und konzeptionelle Vorarbeit
- Jobradleasing: bis zum 31.12.2022 von 36 Mitarbeitenden in Anspruch genommen
- ÖPNV-Zuschuss: von 51 Mitarbeitenden beantragt (Stand Dezember 2022)

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

- Erarbeitung einer Klimaschutzstrategie: In einem Workshop wurden Grundlagen zur Erarbeitung einer einheitlichen Klimaschutz-Roadmap entwickelt. Anhand des berechneten Corporate Carbon Footprints wurden 5- und 10-Jahresziele erarbeitet sowie dafür benötigte Maßnahmen zusammengestellt. Die Klimaschutzstrategie wird finalisiert, sobald das Konzept zur energetischen Sanierung erstellt und dadurch die Grundlage für Ziele im Scope 1 und Scope 2 Bereich geschaffen ist.
- Ausgleich aller im Nicht-Messebetrieb entstandenen CO<sub>2</sub>-Emissionen: Seit 2019 gleicht die Messe Stuttgart Emissionen von Geschäftsaktivitäten über international anerkannte Klimaschutzprojekte aus. Der Nicht-Messebetrieb bezieht sich auf die Verbräuche außerhalb der Messelaufzeiten, also während sich die Messehallen im Leerlauf befinden.
- Ausbau alternativer Mobilitätsangebote: Die Messe Stuttgart und das ICS sind sowohl mit der S-Bahn mit Haltestelle im Flughafen als auch der Stadtbahn U-6 an den Stationen Eingang Ost und West erreichbar. Um die Anreise per öffentlichen Verkehrsmitteln so attraktiv wie möglich zu gestalten, werden zusammen mit dem Verkehrs- und Tarifverbund günstige Kombitickets angeboten, welche für das gesamte Verbundsgebiet gelten. Am Eingang West befindet sich außerdem eine RegioRad-Station für ein zusätzliches umweltfreundliches Angebot speziell für RadfahrerInnen. Die RegioRad-Station ist mit drei Fahrrädern, zwei Pedelecs, vier Abstellplätzen für Fahrräder und zwei Aufbewahrungsplätzen für Pedelecs ausgestattet sowie einem Terminal zum Aufladen der E-Fahrräder. Dazu gibt es einen sog. Charger Cube am Messeingang Ost



mit Aufladestationen für E-Bikes und Pedelecs. Außerdem stehen sechs öffentlich zugängliche Ladepunkte für E-Autos vor dem Eingang Ost zur Verfügung und für Dienstreisen in der Region können Mitarbeitende auf eigene E-Fahrzeuge zurückgreifen. Darüber hinaus verfügt die Messe Stuttgart über 15 mobile Ladepunkte, welche bei Bedarf für Ausstellende bereitgestellt werden können.

- Wertstoffmanagement: Zur Reduktion der aus der Entsorgung resultierenden Emissionen wurde ein Arbeitskreis ins Leben gerufen, welcher sich aus Mitarbeitenden der relevanten Fachbereiche sowie einem externen Beratungsunternehmen zusammensetzt. Es wurde eine Roadmap erarbeitet mit diversen Maßnahmen, welche dazu beitragen sollen, dass Abfallaufkommen zu reduzieren, eine sortenreinere Trennung der Abfallqualitäten zu erreichen, eine erhöhte Recyclingquote zu garantieren und damit eine Reduktion der Emissionen zu bewirken.

## INDIKATOREN

### Berechnung und Ausgleich aller im Nicht-Messebetrieb entstandenen CO<sub>2</sub>-Emissionen

## UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

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 2021 375 Mitarbeitende.

Insgesamt wurden durch die Geschäftsaktivitäten des Unternehmens am Standort Stuttgart Emissionen in Höhe von 3.287,41 t CO<sub>2</sub> verursacht. Davon sind 1.886,86 t CO<sub>2</sub> direkte Emissionen (Scope 1) und 1.400,54 t CO<sub>2</sub> andere indirekte Emissionen (Scope 3). Durch den Bezug von CO<sub>2</sub>-neutralem Strom aus Wasserkraft, wurden keine indirekten Emissionen durch leitungsgebundene Energie (Scope 2) verursacht. Im Vergleich zum Vorjahr sind die Emissionen um 21 % gestiegen. Als Grund für den erhöhten CO<sub>2</sub>-Fußabdruck ist aufzuführen, dass im Jahr 2021 460 Surface Laptops angeschafft wurden, wobei es sich um einen einmalig angefallenen CO<sub>2</sub>-Ausstoß handelt. Außerdem ist zu erwähnen, dass im Jahr 2021 weniger Veranstaltungen stattgefunden haben und der Erdgasverbrauch somit weniger auf den Messebetrieb verteilt wurde, sondern entsprechend dem Nicht-Messebetrieb zu teil wurde. Im Vergleich zum Jahr 2019 sind die Emissionen um 8,7 % gesunken.

Folgende Tabelle veranschaulicht die Gegenüberstellung der Emissionen aus den Geschäftsjahren 2019 bis 2021 (Quelle: ClimatePartner):

Emissionsquelle	2019		2020		2021	
	t CO <sub>2</sub>	%	t CO <sub>2</sub>	%	t CO <sub>2</sub>	%
Scope 1 Wärme	1.539,6	42,8	1.294,5	49,8	1.839,29	55,9
Fuhrpark	74,8	2,1	39,1	1,5	10,28	0,3
Kältemittelleckagen	28,4	0,8	28,4	1,1	37,30	1,1
Zwischensumme Scope 1	1.642,8	45,6	1.362,0	52,4	1.886,86	57,3
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 Mitarbeitende	943,1	26,2	476,2	18,3	488,33	14,9
Homeoffice*	0,0	0,0	78,5	3,0	69,41	2,1
Vorkette Strom	377,3	10,5	322,7	12,4	309,16	9,4
Vorkette Wärme	340,6	9,5	286,9	11,0	314,81	9,6
Flüge	232,3	6,5	33,7	1,3	25,94	0,8
Bahnfahrten	17,7	0,5	3,1	0,1	2,81	0,1
Hotelübernachtungen*	0,0	0,0	0,0	0,0	2,30	0,1
Vorkette Kraftstoffe	14,0	0,4	6,8	0,3	6,54	0,2
Elektronische Geräte*	0,0	0,0	0,0	0,0	112,45	3,4
Druckprodukte	13,4	0,4	8,1	0,3	5,12	0,2
Büropapier	7,5	0,2	1,9	0,1	0,0	0,0
Wasser	6,4	0,2	4,7	0,2	1,32	0,0
Entsorgung	4,6	0,1	11,4	0,4	15,04	0,5
Miet- u. Privatfahrzeuge	0,8	0,0	1,0	0,0	47,33	1,4
Zwischensumme Scope 3	1.957,7	54,4	1.235,0	47,5	1.400,54	42,7
Summe	3.600,5	100,0	2.597,1	100,0	3.287,41	100,0

\*neu ab 2021

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Die Erstellung der gesamtheitlichen Klimaschutzstrategie wurde aus Gründen der derzeitigen Konzeptausarbeitung zur energetischen Sanierung auf das folgende Jahr, 2023 vertagt. Die gesamte Aufstellung der CO<sub>2</sub>-Bilanz aus dem Jahr 2021 ist im Anhang dieses Berichtes zu finden.

## AUSBLICK

Die Berechnung der CO<sub>2</sub>-Bilanz und deren Ausgleich 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 die Berechnung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks auf einzelne Produkte also Eigenveranstaltungen ausweiten. Weiterhin steht die Reduktion der Emissionen im Vordergrund, die Kompensation dient als letzte Instanz. Der derzeitige Fokus liegt auf dem Ausbau der Erneuerbaren Energien rund um das Verwaltungsgebäude sowie des Messegeländes und die damit verbundene energetische Transformation. Wir möchten künftig, sobald die Klimaschutz-Roadmap ausgearbeitet wurde, 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 CO<sub>2</sub>-Fußabdruckes für das Geschäftsjahr 2022
- Finalisierung des Konzepts zur energetischen Sanierung und Beginn mit der Implementierung der Maßnahmen
- Fertigstellung der gesamtheitlichen Klimaschutzstrategie in Form einer Klimaschutz-Roadmap

### Unser Ziel:

Die Berechnung des CO<sub>2</sub>-Fußabdruckes für die Emissionen des Nicht-Messebetriebs 2022 soll bis Juli 2023 geschehen. Die Finalisierung des energetischen Transformationsprozesses bis zum Ende des 2. Quartals. Dieses dient als Grundlage für die Fertigstellung der Klimaschutz-Roadmap.

## Leitsatz 08: Nachhaltige Innovationen

### ZIELSETZUNG

Nachhaltige Geschäftsmodelle, grüne Produkte, ressourceneffiziente Lösungen – die Entwicklung alternativer Angebote, welche eine nachhaltige Entwicklung vorantreiben und fördern, nimmt kontinuierlich zu. Auf der anderen Seite stehen Konsumentinnen und Konsumenten, welche nach Lösungen suchen oder Netzwerke zur Weiterentwicklung von Ideen aufbauen wollen. Die Messe Stuttgart bietet eine geeignete Plattform, um die Menschen zusammenzubringen und so die Entwicklung, die Forschung, die Nutzung und die Bewusstseinsbildung für zukunftsfähige, nachhaltige und ressourcensparende Lösungen, Produkte und Dienstleistungen voranzutreiben.

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Dieses Potenzial soll weiter gestärkt werden. Ziel ist es nachhaltige Innovationen durch den Messestandort als Präsentationsfläche zu fördern.

## ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Durchführung von Messen mit direktem Bezug zur Nachhaltigkeit, welche nachhaltigen Produkten/Dienstleistungen eine Plattform bieten und dadurch nachhaltige Entwicklung fördern
- Aufbereitung und Präsentation von nachhaltigen Lösungen in Form von Sonderflächen oder im Rahmenprogramm auch bei Messen ohne direkten Nachhaltigkeitsbezug
- Investitionen in nachhaltige Produkte z. B. Nutzung von Handtuchpapier aus recycelten Getränkekartons in allen Sanitäreinrichtungen

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

- Das Portfolio der Messe Stuttgart umfasst bereits diverse Eigenveranstaltungen, welche direkt zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen. Dazu gehören beispielsweise die Veranstaltungen Fair Handeln, i-Mobility, GARTEN, SlowFood – Markt des guten Geschmacks, veggie & frei von und hy-fcell. Das Portfolio wird laufend ausgebaut und so findet im Jahr 2023 zum ersten Mal die Volta-X statt Die neue, internationale Energieplattform für Produkte, Services und Lösungen zur Energiewende.
- Aber auch Messen ohne direkten Nachhaltigkeitsbezug greifen das Thema auf und platzieren beispielsweise zertifizierte Ausstellende prominent oder bereiten es messespezifisch im Rahmen einer Sonderschau oder im Rahmenprogramm auf. Im folgenden vier Beispiele hierzu:
  - Invest: begleitende Messe Grünes Geld rund um das Thema ethische und nachhaltige Geldanlagen, Female Finance Day – ein Angebot speziell für Frauen
  - FACHDENTAL Südwest: Sonderbereich Green Lab mit nachhaltigen Produkten und Lösungen, Best-Practice-Vorträgen und Awardverleihung für nachhaltigste Lösung
  - interbad: Kennzeichnung ressourcenschonender Produkte und Lösungen mit interbad Sustainable-Logo, Guided Tours zum Thema Sustainability
  - AMB: Präsentation von nachhaltigen Innovationen und Technologien durch Zusammenschluss von Unternehmen des europäischen Maschinen- und Anlagenbaus unter dem Namen „Blue Competence“
- Neben der Nutzung des Potenzials von Messen als Plattform für nachhaltige Innovationen werden diese auch direkt durch die eigene Beschaffung gefördert. Bei der Ausstattung der Sanitäreinrichtungen wurde beispielsweise auf ressourcenschonendes Handtuchpapier umgestellt. Diese stammen aus Zellulosefasern, welche aus dem Recycling von Getränkekartons gewonnen wird, wodurch die Kreislaufwirtschaft gefördert wird.



# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## INDIKATOREN

Derzeit verfügt das Portfolio der Messe Stuttgart über sechs Eigenveranstaltungen, welche thematisch einen direkten Nachhaltigkeitsbezug aufweisen. Im Jahr 2023 kommt mit der Volta-X ein Neuprodukt dazu.

## AUSBLICK

Die Suche nach weiteren Neuprodukten mit Nachhaltigkeitsbezug ist fester Bestandteil der Unternehmensentwicklung, aber auch die Integration in die bereits bestehenden Veranstaltungen wird laufend ausgeweitet.

### Geplante Aktivitäten:

- Umsetzung des Neuprodukts Volta-X
- Suche nach weiteren potenziellen Neuproduktthemen, welche nachhaltigen Lösungen eine geeignete Plattform bieten können
- Aktionen im Rahmen der bestehenden Messen, um für besonders nachhaltige Vorgehensweisen, Lösungen, Geschäftsmodelle, Technologien, Produkte und/oder Dienstleistungen der jeweiligen Branche zu sensibilisieren

### Unser Ziel:

- Eine Plattform bieten, um nachhaltige Entwicklung voranzutreiben
- Nachhaltige Innovationen und Netzwerke fördern

## Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken

### ZIELSETZUNG

Die unternehmerische Nachhaltigkeit hat sich über die letzten Jahre verstärkt in den Köpfen aller Mitarbeitenden verankert und die Anforderungen der Stakeholder nehmen stetig zu. Die Erfahrung hat uns gezeigt, dass das Nachhaltigkeitsengagement ein fortwährender Prozess ist und ein Umdenken in diversen Abläufen bedarf. Daher wollen wir auch in diesem Jahr weiterhin Anreize zum Umdenken schaffen und die Mitarbeitenden als auch die restlichen Anspruchsgruppen in das unternehmerische Engagement eng mit einbeziehen. Das Ziel ist es, die interne sowie die externe Kommunikation fortlaufend zu stärken und den Dialog mit den Stakeholdern zu fördern.

Die Ziele lassen sich wie folgt formulieren:

- Wir weiten die interne Kommunikation zum Thema Nachhaltigkeit noch weiter aus, um die Mitarbeitenden transparent über laufende Nachhaltigkeitsbemühungen zu informieren und rufen verstärkt zum Engagement nachhaltigkeitsinteressierter Kolleginnen und Kollegen auf

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Wir setzen verstärkt Anreize bei unseren Stakeholdern, um die nachhaltige Entwicklung voranzutreiben
- Wir greifen Nachhaltigkeit im Rahmen unserer Eigenveranstaltungen thematisch passend noch stärker auf und fördern eine Sensibilisierung und eine Bewusstseinssteigerung beispielsweise durch entsprechende Sonderschauen oder das Rahmenprogramm
- Wir setzen ein neues WIN-Charta Projekt um

## ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Durchführung des vierten internen Nachhaltigkeitstages
- Diverse Blogbeiträge rund um das Thema nachhaltige Entwicklung der Messe Stuttgart im Intranet SIMS für die Mitarbeitenden
- Kampagne #gemeinsamnachhaltig mit Interviews von nachhaltigkeitsengagierten Mitarbeitenden mit spannenden Impulsen im Social Intranet SIMS
- Hinweise sog. Green Nudges im Verwaltungsgebäude
- WIN-Projekt zu Lebensmittelrettung im Rahmen der südback
- Messe als Plattform für nachhaltige Lösungen, Produkte und Dienstleistungen
- Sonderschauen oder Rahmenprogramm mit Bezug zu messespezifischen Nachhaltigkeitsthemen
- Einspielung einzelner nachhaltigkeitsbezogener Fakten über die Digital Signage-Bildschirme und Stelen im Messerundgang
- Anreize für Ausstellende durch Informationen in Newsletter oder während Telefonaten z.B. zur Buchung von mehreren Abfallqualitäten statt ausschließlich Restmüll etc.
- Leitfaden zur nachhaltigen Veranstaltungsorganisation für Gastveranstalter

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

- Interner Nachhaltigkeitstag: Seit 2019 findet jährlich ein Nachhaltigkeitstag für die Mitarbeitenden statt und am 26. September 2022 damit bereits zum vierten Mal. Das Programm setzte sich aus informativen Vorträgen und Ideen für das private Nachhaltigkeitsengagement zusammen. Der Tag begann mit einem Vortrag zum Thema Nachhaltigkeit sowie einem Workshop zu den Sustainable Development Goals (SDGs). Anschließend erhielten die interessierten Mitarbeitenden Einblicke in die Welt des Bikesharings und erfuhren dadurch spannendes rund um das Projekt RegioRad in Stuttgart. Der letzte Vortrag rückte das unverpackt einkaufen in den Fokus und eine Kollegin berichtete vom Unverpackt-Laden "Tante Filda", den sie selbst mitbetreibt. Eine Führung zu den Solaranlagen auf dem Bosch-Parkhaus rundete das Programm ab. Am Veranstaltungstag wurde außerdem ein Quiz





## UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

veröffentlicht, das sich mit den SDGs beschäftigte. Alle Mitarbeitenden hatten die Möglichkeit sich an einer Aufforstungsaktion zu beteiligen und über Waldemarie das Pflanzen von Bäumen zu veranlassen. Dadurch konnten insgesamt 800m<sup>2</sup> Wald aufgeforstet werden.

- Abgesehen vom Nachhaltigkeitstag finden regelmäßig kleine Aktionen statt, um die Mitarbeitenden über die Nachhaltigkeitsbemühungen der Messe zu informieren, sie miteinzubinden oder durch kleine Impulse zu sensibilisieren. Über das Social Intranet SIMS werden die Mitarbeitenden über Maßnahmen informiert oder zum Mitmachen aufgefordert. Ebenso erzählten Mitarbeitende in der Reihe #gemeinsamnachhaltig von ihrem privaten Nachhaltigkeitsengagement und konnten dadurch den ein oder anderen Austausch über das Thema anregen. Über sog. Green Nudges, also kleine Hinweise, welche im Verwaltungsgebäude verteilt sind, erhalten Mitarbeitende auf humorvolle Art und Weise Anreize nachhaltig zu agieren. Beispielsweise soll die Darstellung des Kalorienverbrauchs und die damit bereits verbrannten Erdbeeren oder Tomaten pro Stockwerk als Anreiz dienen, die Treppe statt den Aufzug zu wählen.
- Neben den Mitarbeitenden werden auch andere Stakeholdergruppen wie Gastveranstalter, Ausstellende oder Besuchende durch kleine Aktionen angesprochen. So bietet die Messe Stuttgart ihren Gastveranstaltern beispielsweise einen Leitfaden zur nachhaltigen Veranstaltungsorganisation mit Punkten, welche bei der Planung mitgedacht bzw. umgesetzt werden sollten. Zudem wird die Bühne, welche die Messe bietet verstärkt dazu genutzt, um Anreize zum Umdenken zu platzieren. Hierzu mehr unter Leitsatz 8 „nachhaltige Innovationen“.

### INDIKATOREN

Zwei interne und ein externer Vortrag sowie ein Workshop und eine Begehung fanden im Rahmen des vierten Nachhaltigkeitstages statt. Durch die Baumpflanzaktion über Waldemarie konnten 800m<sup>2</sup> Wald aufgeforstet werden. Die Teilnahme am Nachhaltigkeitstag ist für alle Teilnehmenden freiwillig und während der allgemeinen Arbeitszeit. Daher ist es schwierig, eine Zielsetzung für die Steigerung der Kennzahlen zu finden. Zusammengefasst lässt sich sagen, dass die Aktion einen nachhaltigen Beitrag zum Involvement aller Teilnehmenden leistet und daher wird das Ziel verfolgt auch für das Jahr 2023 wieder ein spannendes Programm auf die Beine zu stellen, um noch mehr Mitarbeitende zu erreichen.

### 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. Neben den internen Stakeholdern wollen wir verstärkt den Dialog zu den externen Anspruchsgruppen suchen und Anreize für eine nachhaltige Veranstaltungsdurchführung liefern.

#### **Geplante Aktivitäten:**

- Durchführung des fünften Nachhaltigkeitstages in Q3

## UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Aufbau einer Landingpage zum Thema Nachhaltigkeit im Social Intranet SIMS, um interessierte Mitarbeitende noch besser informieren zu können und das Mitarbeitendenengagement auszubauen
- Gezielte Anreize und Möglichkeiten für einen nachhaltigen Messebesuch sowohl als Ausstellende, Besuchende und Gastveranstalter bieten und fördern

### **Unser Ziel:**

- Involvement und transparente Information unserer Mitarbeitenden
- Anreize für eine nachhaltige Veranstaltungsdurchführung bei all unseren Stakeholdern schaffen

## 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 mussten.

#### 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

## WEITERE AKTIVITÄTEN

und dynamische Vergütung. Leistungsbezogene Komponenten berücksichtigen darüber hinaus individuelles Engagement und Höchstleistungen

- Sozialeleistungen und Vergünstigungen: Umfangreiche Sozialeleistungen 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 Kolleginnen und 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 Brötchenservice – die Mitarbeitenden entscheiden Tag für Tag, wo und wie sie sich verpflegen möchten
- Mobilität: Wir möchten, dass unsere Mitarbeitenden mobil sind. Sie können von unserem Firmenticket und einem Zuschuss für ihre Jahresfahrkarte des Stuttgarter Verkehrsverbunds profitieren oder unsere kostenfreien Mitarbeitendenparkplätze nutzen
- Betriebsrat für Mitarbeitendenbelange/JAV für die Belange von jungen Mitarbeitenden

# WEITERE AKTIVITÄTEN

- Lernprogramm AGG

## **Ergebnisse und Entwicklungen:**

- Flexible Arbeitszeitmodelle werden genutzt und ermöglichen eine gute Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- Außenwahrnehmung der Messe Stuttgart als innovatives und mitarbeitendenfreundliches Unternehmen (u. a. auch durch Auszeichnungen wie TOP JOB)

## **Ausblick:**

- Kontinuierliche Anpassungen an aktuelle Arbeitsmarktentwicklungen zum Vorteil unserer Mitarbeitenden
- 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
- Nach Jahren der Pandemie, welche geprägt waren von Isolation, Home Office und Kurzarbeit muss der Fokus wieder vermehrt auf ein empathisches und wertschätzendes Miteinander gesetzt werden

## **LEITSATZ 02 – MITARBEITENDENWOHLBEFINDEN**

### **Maßnahmen und Aktivitäten:**

- Gesundheit (Betriebssport, ergonomischer Arbeitsplatz etc.)
- Regelmäßige Morgenandachten mit anschließendem Gesprächsangebot von den kirchlichen Diensten für Mitarbeitende
- Seelsorge sowie weitere kirchliche Dienste
- 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
- Bereichsinterne Weihnachtsfeier sowie Teambuildingmaßnahmen
- Betriebsarzt

## WEITERE AKTIVITÄTEN

- Diverse Mitarbeitendenbefragungen (z. B. Zufriedenheit, wesentliche Nachhaltigkeitsthemen, 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

### **Ausblick:**

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

### **LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN**

Unsere Beschäftigten stellen eine sehr wichtige Anspruchsgruppe dar. Wir sind daher mit ihnen in engem Austausch und bemüht, ihre Interessen und Wünsche möglichst adäquat in unseren Planungsprozessen zu berücksichtigen. Wo dies nicht möglich ist, wird transparent dargestellt, warum beispielsweise die Umsetzung eines gewissen Vorschlags nicht möglich war. Externe Anspruchsgruppen informieren wir regelmäßig zu aktuellen Entwicklungen und Themen. Darüber hinaus treten wir kontinuierlich in den Dialog mit externen Stakeholdern, um Wünsche und Anregungen in Erfahrung zu bringen, z. B. durch Befragungen und persönliche Gespräche. Auch unsere NachbarInnen 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
- 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 Besuchenden/Ausstellenden
- Stakeholder-Veranstaltungen (z. B. Informationsgespräche, Presseveranstaltungen)
- Einbeziehung der Stakeholder bei neuen Bauvorhaben

## WEITERE AKTIVITÄTEN

- Regelmäßige Befragungen der Anspruchsgruppen: Ausstellende, Besuchende, 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 bauliche Barrierefreiheit des Messegeländes

### Ergebnisse und Entwicklungen:

- Durch die regelmäßige und systematische Einbindung sämtlicher Stakeholder erhöht sich die Glaubwürdigkeit der Unternehmenshandlungen
- Durch die frühzeitige Einbindung von Stakeholder werden Mehrwerte für das Unternehmen geschaffen, u. a. steigt dadurch die Akzeptanz für Unternehmensentscheidungen

### Ausblick:

Die oben genannten Aktivitäten sollen kontinuierlich ausgebaut und verstetigt werden. Zur Entwicklung der ganzheitlichen Nachhaltigkeitsstrategie der Messe Stuttgart wird eine Stakeholderbefragung stattfinden. Die Einschätzung zur Relevanz der einzelnen Nachhaltigkeitsthemen für die Messe Stuttgart aus Sicht der Stakeholder ist für die Entwicklung von großer Bedeutung. Die Anforderungen der einzelnen Anspruchsgruppen sollen aufgezeigt werden, um diesen langfristig nachzukommen. Zudem sollen die Ziele, und Maßnahmen, wann immer möglich, messbar gemacht werden, sodass der Fortschritt transparent an die Anspruchsgruppen kommuniziert werden kann.

## 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, CO<sub>2</sub>-neutralen Rohstoff Holz umgesetzt. Aber nicht nur beim Bau der Halle 10 sondern auch für weitere geplante Baumaßnahmen spielt das Thema eine zentrale Rolle. Zudem hat sich die Messe Stuttgart zum Ziel gesetzt die Mitarbeitenden und Stakeholder, wie Ausstellende und Besuchende für einen bewussten Umgang mit Ressourcen zu sensibilisieren und wann immer es möglich ist ressourcenschonend zu agieren.

# WEITERE AKTIVITÄTEN

## Maßnahmen und Aktivitäten:

- Moderne Bauweise bei Neubauten (z. B. der Paul Horn Halle (Halle 10))
- 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
- Tageslicht in den Messehallen und in den Tagungsräumen des ICS-Kongresszentrums
- Keine Klimaanlage im Verwaltungsgebäude (Betonkernaktivierung)
- Rückführung des Niederschlagswassers in den Wasserkreislauf
- Nutzung von Speiseresten und -öl für die Herstellung von Biogas und Biodiesel
- Arbeitskreis zur Weiterentwicklung des Wertstoffmanagements und zur Erhöhung der Recyclingquote
- Separate Pfandflaschen-Sammelbehälter in den Eingangsbereichen Ost- und West
- 3 Retentionsbecken mit insgesamt 10.860 m<sup>3</sup> Rückhaltevolumen zur natürlichen Säuberung des Niederschlagswassers
- Nutzung eines Teils des Dachregenwassers, um Verdunstungsmenge der Wasserarkaden auszugleichen und in Trockenzeit Grünflächen zu bewässern
- Dachbegrünung auf allen Hallen
- 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 und die Anzahl der Farbdrucke soll stark reduziert werden. Fehlerhaft bedrucktes Papier soll für eigene Notizen wiederverwendet werden und die Voreinstellung der Drucker ist auf doppelseitigen Druck
- Bei Eigenveranstaltungen weitestgehend keine Teppichverlegung mehr in den Gängen der Messehallen
- Ökologisch zertifizierte Reinigungsmittel
- Kombiticket für die Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln
- Abfallinseln zur Trennung von Müll auf dem gesamten Messegelände
- 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



## WEITERE AKTIVITÄTEN

über Lebensmittel und Produkte informiert, die gerade im Fair-Food-Markt der Messe Stuttgart abzuholen sind.

- 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 Ausstellenden 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:**

Es werden laufend Maßnahmen implementiert, um den Ressourcenverbrauch zu verringern und wenn möglich auf nachwachsende Rohstoffe zurückzugreifen. Merkwürdig verankert sich das Thema Nachhaltigkeit stärker in den Köpfen aller Mitarbeitenden und sie bringen eigenen Ideen und Maßnahmen ein.

### **Ausblick:**

Die oben genannten Aktivitäten sollen kontinuierlich ausgebaut und verstetigt werden. Dazu wird laufend überprüft, wie darüberhinaus Ressourcen geschont werden können. Für das Wertstoffmanagement wurde innerhalb eines Arbeitskreises beispielsweise eine Roadmap erstellt, um das Ziel zu erreichen, eine sortenreinere Abfalltrennung zu erhalten, sodass die Recyclingquote erhöht werden kann. Hierfür befinden sich diverse Projekte für 2023 in Planung. Für die Mitarbeitenden und ServicepartnerInnen der Messe Stuttgart ist eine Handysammelaktion geplant. Ausrangierte Smartphones und Tablets sollen abgegeben werden können, um eine Wiederverwertung bzw. ein fachgerechtes Recycling sowie eine Sensibilisierung für einen schonenden Umgang mit Ressourcen zu erreichen.

## 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

## WEITERE AKTIVITÄTEN

- Bezug von CO<sub>2</sub>-neutralem Strom aus Wasserkraft
- Fortlaufende Überwachung des Energieverbrauches
- Innovatives Schichtlüftungssystem: Reduzierung des Stromverbrauches
- Ökologisch fortschrittliche Kältespeicheranlagen: nächtliche Eisherstellung mittels CO<sub>2</sub> - neutralem Strom zur Entlastung der Kältemaschinen während Spitzenlastzeiten
- Abgaswärmetauscher zur Wärmeerzeugung
- Wärmerückgewinnungsanlagen an Lüftungsanlagen
- Geringer Energieaufwand für Beleuchtungszwecke durch bevorzugte Tageslichtnutzung in ICS-Räumen und teilverglaste Fassaden und umlaufendes Lichtband in Messehallen und Rundgang
- Sukzessive Umstellung der Beleuchtungstechnik auf LED
- Ausstattung der Arbeitsplätze mit energiesparenden Mini PCs
- Ozonfreie Drucker
- EnBW-Stromtankstelle auf dem Messegelände sowie 15 weitere mobile Ladepunkte für Ausstellende
- Seit 2020 ist der Paketversand über unseren Partner GLS KlimaProtect zu 100 % klimaneutral

### **Ergebnisse und Entwicklungen:**

Die sich in der Fertigstellung befindende Klimaschutz-Roadmap wird uns dabei unterstützen sukzessive weitere Maßnahmen gegen einen erhöhten Energie- und Emissionsverbrauch zu ergreifen.

### **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. Ziel ist es die negativen Umwelteinflüsse zu reduzieren, den ökologischen Fußabdruck zu minimieren und die soziale Gerechtigkeit sowie den wirtschaftlichen Erfolg zu erhöhen.

### **Maßnahmen und Aktivitäten:**

- Leitfaden / Checkliste für nachhaltige Veranstaltungsorganisation
- Implementierung diverser Projekte zur Ressourcenschonung z. B. Arbeitskreis Werstoffmanagement, welcher sich um Maßnahmen/Anreize für sortenreinere Abfallqualitäten kümmert; Konzeptausarbeitung für energetische Sanierung; Toiletten- und Handtuchpapier aus recycelten Tetra-Packs; weitestgehende Einsparung von Teppichen in den Messegängen während Eigenveranstaltungen etc.

## WEITERE AKTIVITÄTEN

- Lieferantenabfrage durch den Zentraleinkauf
- Veröffentlichung der Ergebnisse aus Ausstellenden- und Besuchendenbefragungen
- Zertifizierung der Messen durch die FKM

### **Ergebnisse und Entwicklungen:**

Eine nachhaltige Entwicklung in der Veranstaltungsorganisation wird Schritt-für-Schritt vorangetrieben. So laufen derzeit mehrere Projekte, welche eine Ressourcenschonung erbringen sollen. Desweiteren bringen Mitarbeitende während der Projektplanung eigene Ideen ein.

Die Beschaffungen der Messe Stuttgart erfolgen auf Basis der „Einkaufsgrundsätze der Messe Stuttgart“ der allgemeinen Einkaufsrichtlinie. Der darin enthaltene Grundsatz „Umweltbewusstsein“ weist bei Produkt- und Dienstleistungseinkäufen auf den effizienten Umgang mit Ressourcen hin und fordert die Mitarbeitenden im Sinne des „Green Statement“ auf, bei der Produkt- und Dienstleistungsauswahl die Themen Recycling, Entsorgung, Verpackung und Transport angemessen zu berücksichtigen. Diese Einkaufsgrundsätze wurden 2019 durch die Abteilung Einkauf erweitert. Neu in der Einkaufsrichtlinie war der Hinweis auf die WIN-Charta und die Verlinkung auf die 12 Leitsätze. Bei der Abfrage ergänzt zum „Stellenwert des Umweltschutzes“ wurde 2019 die Frage nach dem konkreten Beitrag des Unternehmens im Rahmen der Erfüllung des Vertragsverhältnisses mit der Messe zur Nachhaltigkeit und zum Umweltschutz. Außerdem wurde die Frage ergänzt, welche konkreten Maßnahmen (z. B. zur Reduktion des CO<sub>2</sub>-Footprints) im Unternehmen durchgeführt werden.

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

### **Ausblick:**

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

## 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 2022 startete, wie das Vorjahr, für alle Unternehmen herausfordernd. Besonders in der Messebranche galt es, weiter 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. Das Jahr hat aber auch gezeigt, dass unser Veranstaltungsgelände nach coronabedingter Pause wieder gefragt ist.

#### Ergebnisse und Entwicklungen:

Mit der AMB konnte im September endlich wieder eine Eigenveranstaltung mit vollbelegtem Gelände stattfinden und Fachmessen wie die südback, die VISION oder die hy-fcell konnten mit nahezu identischen oder sogar größeren Besucherzahlen als in den Vor-Corona-Jahren bestechen. Auch die Publikumsmessen, der Stuttgarter MesseHerbst und die COMIC CON Stuttgart, sorgten an zwei aneinander folgenden Wochenenden für insgesamt knapp 140.000



Gäste auf unserem Gelände. Dazu kommen einige weitere Events von Gastveranstaltern, wie die LogiMAT, aber auch Events wie der Muddy Angel Run oder die Motek.

#### Ausblick:

Da nun der Großteil der coronabedingten Einschränkungen wegfällt, freuen wir uns auf ein Stück mehr „Normalität“ und ein Jahr mit zahlreichen Veranstaltungen auf unserem Messgelände.

### LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Siehe Schwerpunktthema 2.

## 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 Stakeholdern 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 Mitarbeitenden 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-Board zentrale Anlauf- und Beratungsstelle für Fragen und Anregungen zum Thema Compliance für die Mitarbeitenden der Messe Stuttgart

## WEITERE AKTIVITÄTEN

- 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) und Grünanlagen (Rothauspark, Teinacher Kaskaden)
- Vermehrter Einkauf von Werbegeschenken aus der Region
- TOP-JOB-Arbeitgeber in der Region Stuttgart, Schaffung von Arbeitsplätzen

#### **Ergebnisse und Entwicklungen:**

Die Beziehung zu unseren regionalen Anspruchsgruppen ist von großem gegenseitigem Respekt geprägt. Dies hat beispielsweise sehr gut funktionierende und langfristige Lieferantenbeziehungen zur Folge.

Generell erfolgt eine Stärkung der Region durch Regional- als auch Publikumsmessen. Mit der Lage „Mitten im Markt“ sowie der Erweiterung des Geländes hat die Messe Stuttgart eine gute Basis zur Weiterentwicklung von Messen zur Wirtschaftsförderung Baden-Württembergs. Zudem lässt sich die

## WEITERE AKTIVITÄTEN

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**

Siehe Schwerpunktthema 3.

## 6. Unser WIN!-Projekt

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

### DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Die südback ist eine der begehrtesten und wichtigsten Trendmessen für das Bäckerei- und Konditorei-Gewerbe in Europa. Vom 22. bis 25. Oktober 2022 fand die Fachmesse wieder auf unserem Gelände statt, mit dabei hatten unsere rund 600 AusstellerInnen zahlreiche frisch zubereitete Feinheiten, die sie präsentieren konnten.

Als Messe stellt sich uns dabei immer wieder die Frage, wie wir mit den Lebensmitteln umgehen, die am Ende eines Messtages übrig bleiben. Denn das Wegwerfen noch verzehrbare Lebensmittel ist nicht nur ein ethisches, sondern auch ein ökologisches und ökonomisches Problem. Immerhin werden sowohl für die Erzeugung als auch für die Vernichtung von Waren Rohstoffe, Energie und Wasser benötigt. Mit jedem Lebensmittel, das weggeworfen wird, werden also wertvolle Ressourcen verschwendet.

Einige engagierte Mitarbeitende unseres Hauses haben sich dem Thema angenommen und ein tolles Projekt auf die Beine gestellt. Sie haben eine Kooperation mit der Schwäbischen Tafel organisiert und eine Vielzahl an HelferInnen mobilisiert. Am Ende jedes Messtages haben Mitarbeitende der Schwäbischen Tafel übriggebliebene Backwaren von ausgewählten Ausstellenden abgeholt. Im Anschluss haben Mitarbeitende der Messe Stuttgart die Stände abgeklappert und die restlichen Backwaren gesammelt. An einem Sammelplatz wurden die geretteten Lebensmittel an die Kirchlichen Dienste, die ServicepartnerInnen und unsere Mitarbeitenden verteilt. Wenn nicht alle Backwaren verteilt werden konnten, wurden zudem Mitglieder von foodsharing zur Abholung herbeigerufen.

Durch die Lebensmittelrettung konnten sowohl Ressourcen geschont werden, als auch leckere Backwaren an Tafelläden gespendet werden. Darüber hinaus haben sich viele weitere Personen über die Brötchen und Gebäckstücke gefreut und es konnte für eine Lebensmittelwertschätzung sensibilisiert werden.





# UNSER WIN!-PROJEKT

## ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Personell wurde die Aktion durch zahlreiche Mitarbeitenden unterstützt, aber auch die kirchlichen Dienste, ServicepartnerInnen, Mitglieder von Foodsharing und die Schwäbische Tafel waren beteiligt. Es wurden große Mengen an Backwaren und sonstigen Lebensmitteln gerettet. Der Großteil der Lebensmittel konnte in Tafelläden an bedürftige Menschen weitergegeben werden.

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Wir können leider keine genauen Zahlen nennen, wie viele kg Backwaren gerettet und verteilt werden konnten. Allerdings haben zahlreiche Ausstellende die am Abend übriggebliebenen Lebensmittel abholen lassen und so konnten an allen vier Abenden eine Vielzahl an Kartons und Säcke voller Gebäck verteilt werden. Ein Einblick zu den Mengenverhältnissen bieten die folgenden Fotos.



## AUSBLICK

Wir wollen uns auch künftig für die Rettung von Lebensmitteln und eine Erhöhung der Lebensmittelwertschätzung einsetzen. Daher wollen wir weitere Foodsharing-Aktionen nach Veranstaltungsende unserer Gastronomie- und Foodmessen organisieren und durchführen.

## 7. Kontaktinformationen

Mitten im Markt

Messe Stuttgart



### **Ansprechpartnerin**

Ines Steinacher, Managerin Nachhaltigkeit & Neuproduktentwicklung

Telefon: 0711 18560-2249

E-Mail: [ines.steinacher@messe-stuttgart.de](mailto:ines.steinacher@messe-stuttgart.de)

Internet: [www.messe-stuttgart.de](http://www.messe-stuttgart.de)

### **Impressum**

Herausgegeben am 17. Februar 2023 von

Landesmesse Stuttgart GmbH

Messeplazza 1, 70629 Stuttgart (Germany)

Telefon: 0711 18560-0

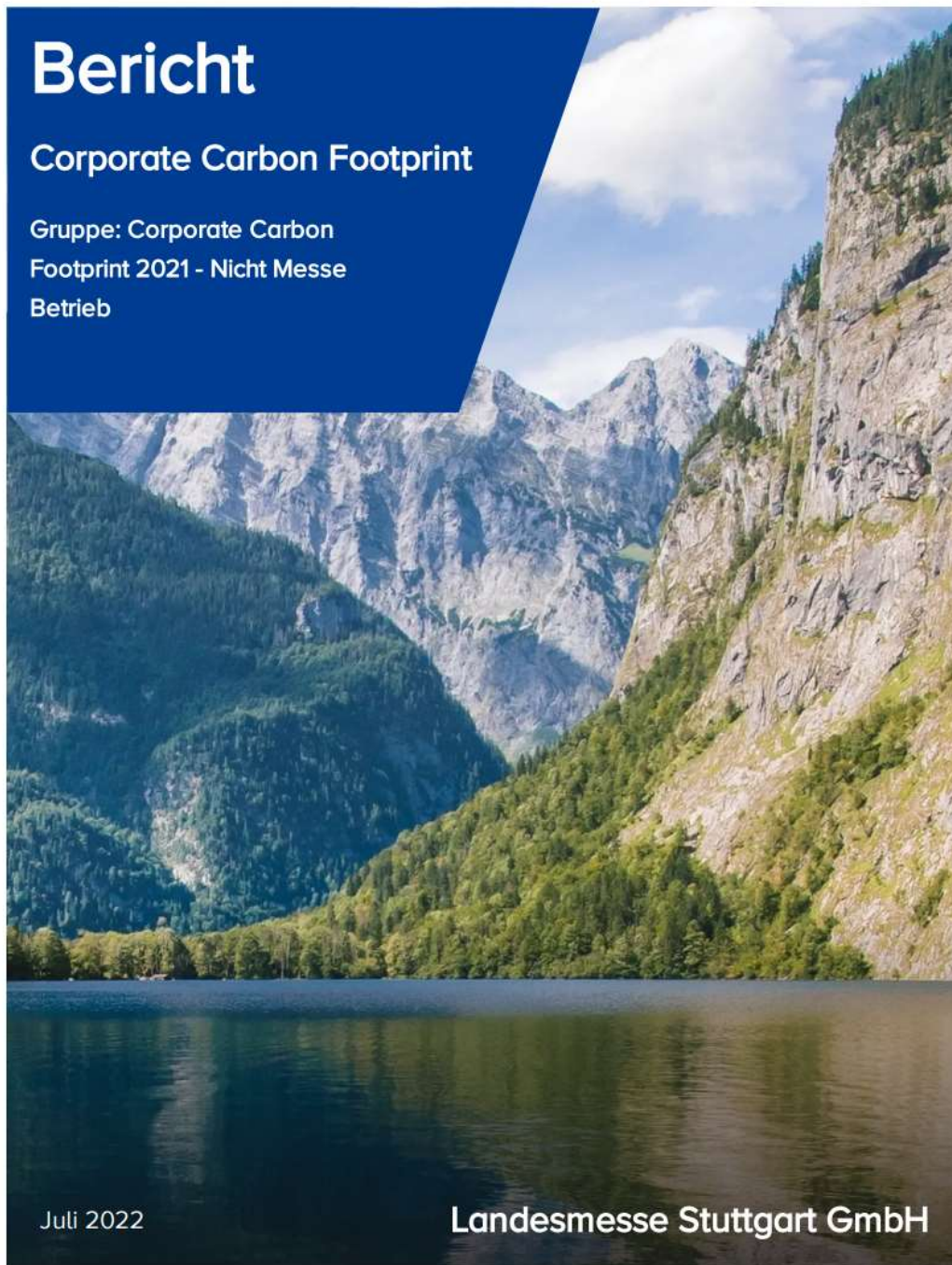
Fax: 0711 18560-2440

E-Mail: [info@messe-stuttgart.de](mailto:info@messe-stuttgart.de)

Internet: [www-messe-stuttgart.de](http://www-messe-stuttgart.de)

Änderungen vorbehalten, das Copyright des Bildmaterials obliegt der Landesmesse Stuttgart GmbH.

## 8. Anhang



## Corporate Carbon Footprint

Landesmesse Stuttgart GmbH hat gemeinsam mit ClimatePartner für sein Unternehmen mehrere Corporate Carbon Footprints (CCFs) berechnet.

Ein CCF ist der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck eines Unternehmens: Er ist die Summe der CO<sub>2</sub>-Emissionen, die das Unternehmen in einem festgelegten Zeitraum innerhalb der definierten Systemgrenzen verursacht hat. In diesem Bericht werden die verschiedenen CCFs als Gruppe **Corporate Carbon Footprint 2021 - Nicht Messe Betrieb** zusammengefasst und beinhalten folgende Einzelberechnungen: **Eingang Ost und West, Halle 1, Halle 10, Halle 3-9, Kongresszentrum ICS und Verwaltung**.

Die Berechnungen erfolgten in Anlehnung an die Richtlinien des Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard (GHG Protocol).

## CCF – die Grundlage für Klimaschutz

Berechnen, reduzieren, ausgleichen – das ist entscheidend für Klimaschutz im Sinne des Pariser Abkommens.

Die Grundlage für konkretes Handeln im Klimaschutz ist somit die Berechnung: Wer den Carbon Footprint kennt, weiß, wo CO<sub>2</sub>-Emissionen entstehen und wie hoch diese sind. Werden die verursachten Emissionen ausgeglichen, wird das Unternehmen dadurch klimaneutral. Gleichzeitig ermöglicht es der Carbon Footprint, Vermeidungs- und Reduktionspotenziale zu erkennen, Reduktionsziele festzulegen sowie entsprechende Maßnahmen zu entwickeln und umzusetzen. In den Folgejahren lässt sich anhand des Berichts überprüfen, ob die gesetzten Ziele erreicht wurden, in welchen Bereichen Fortschritte erzielt wurden und wo Emissionen noch stärker reduziert werden sollten.

## Gesamtergebnis

Dies ist das Ergebnis der Emissionsberechnung für die Geschäftsaktivitäten der Gruppe **Corporate Carbon Footprint 2021 - Nicht Messe Betrieb**.

## CO<sub>2</sub>-Emissionen

### Ergebnis

---

Gesamtergebnis	3.287,41t CO <sub>2</sub>
----------------	---------------------------

---

Zum Vergleich



Die Emissionen entsprechen dem CO<sub>2</sub>-Fußabdruck von 378 Europäerinnen und Europäern. Eine Person in Europa verursacht im Jahr durchschnittlich 8,7 t CO<sub>2</sub>.<sup>1</sup>

## CCF Ergebnistabelle: Landesmesse Stuttgart GmbH

Gesamtergebnis für die Gruppe Corporate Carbon Footprint 2021 - Nicht Messe Betrieb

Emissionsquellen	t CO <sub>2</sub>	%
<b>Scope 1</b>	<b>1.886,86</b>	<b>57,4</b>
Direkte Emissionen aus Einrichtungen des Unternehmens	1.876,58	57,1
Wärme (eigenerzeugt)	1.839,29	55,9
Kältemittelleckagen	37,30	1,1
Direkte Emissionen des Firmenfuhrparks	10,28	0,3
Fuhrpark	10,28	0,3
<b>Scope 2</b>	<b>0,00</b>	<b>0,0</b>
Eingekaufter Strom für den Eigenbedarf <sup>3</sup>	0,00	0,0
Strom (stationär)	0,00	0,0
Strom (Fuhrpark)	0,00	0,0
<b>Scope 3</b>	<b>1.400,54</b>	<b>42,6</b>
Brennstoff- und energiebezogene Emissionen	630,51	19,2
Vorkette Wärme	314,81	9,6
Vorkette Strom	309,36	9,4
Vorkette Fuhrpark	6,54	0,2
Anfahrt Mitarbeitende	557,73	17,0
Anfahrt Mitarbeitende	488,33	14,9
Home Office	69,41	2,1
Eingekaufte Güter und Dienstleistungen	118,88	3,6
Elektronische Geräte	112,45	3,4
Druckprodukte	5,12	0,2
Wasser	1,32	0,0
Geschäftsreisen	78,38	2,4
Miet- und Privatfahrzeuge	47,33	1,4
Flüge	25,94	0,8
Bahn	2,81	0,1
Hotelübernachtungen	2,30	0,1
Abfälle aus dem Betrieb	15,04	0,5
Betriebsabfall	15,04	0,5
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>3.287,41</b>	<b>100,0</b>

## CCF Ergebnistabelle: Landesmesse Stuttgart GmbH

Zum Vergleich die Gesamtemissionen aller Einzelberechnungen

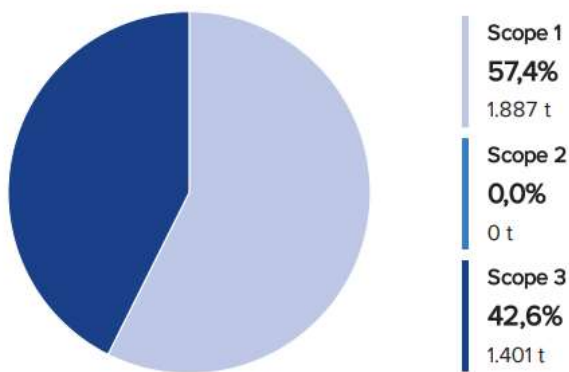
Corporate Carbon Footprint 2021 - Nicht Messe Betrieb	t CO <sub>2</sub>	%
Eingang Ost und West	218,41	6,6
Halle 1	201,18	6,1
Halle 10	50,85	1,5
Halle 3-9	446,52	13,6
Kongresszentrum ICS	1.438,24	43,7
Verwaltung	932,21	28,4

## Größte Emissionsquellen – größtes Reduktionspotenzial

Der CCF ermöglicht, die größten Emissionsquellen der Gruppe **Corporate Carbon Footprint 2021 - Nicht Messe Betrieb** von **Landesmesse Stuttgart GmbH** zu erkennen. Diese sind die wichtigsten Handlungsfelder, um Emissionen zu reduzieren und zu vermeiden.

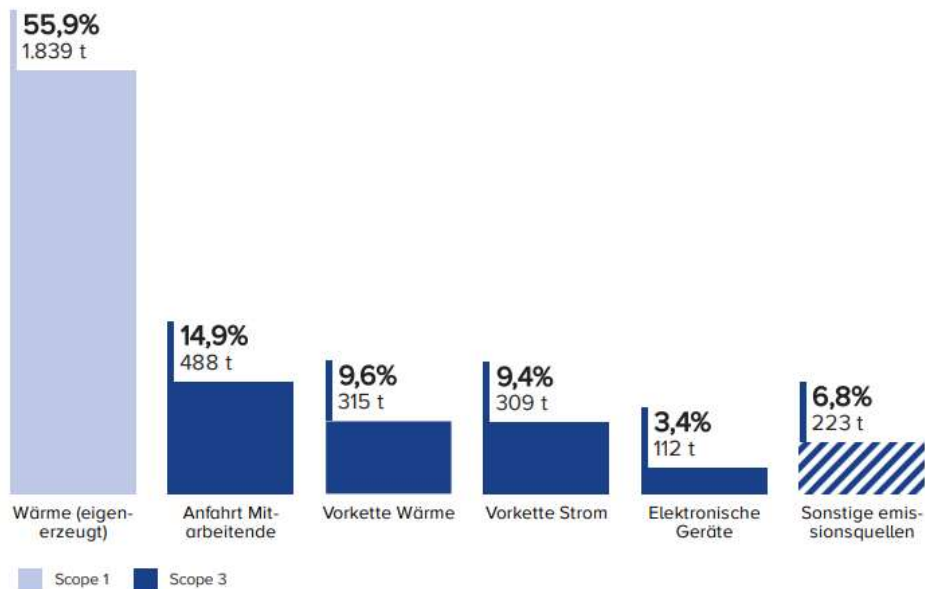
### Abbildung

Aufteilung der CO<sub>2</sub>-Emissionen auf Scope 1, 2 und 3



### Abbildung

Die größten CO<sub>2</sub>-Emissionsquellen



## Die nächsten Schritte

Jetzt gilt es, die Erkenntnisse für wirkungsvollen Klimaschutz zu nutzen. Dazu gehört, Emissionen kontinuierlich zu reduzieren – genauso wie die restlichen Emissionen auszugleichen. Durch den Ausgleich wird das Unternehmen klimoneutral und kann als solches gekennzeichnet werden.

## Emissionen reduzieren

Die Konzentration von Treibhausgasen in der Atmosphäre ist verantwortlich für die Erderwärmung. Es ist also erforderlich, die Emissionen so stark wie möglich zu reduzieren. Damit das gelingt, ist es sinnvoll, klare und messbare Reduktionsziele zu definieren – sowie entsprechende Maßnahmen und Verantwortlichkeiten festzulegen.

Kreativität und Mut sind gefragt! Die Reduktionsziele sollten ambitioniert sein und an den aktuellen wissenschaftlichen Stand angepasst werden. ClimatePartner empfiehlt, zwischen kurz-, mittel- und langfristigen Reduktionszielen zu unterscheiden. Denn einige Maßnahmen lassen sich schnell umsetzen, andere benötigen Zeit, da beispielsweise Prozesse und Produkte neu gedacht oder die Lieferkette einbezogen werden muss. Reduktion muss somit ein stetiger Prozess und also solcher Teil der Unternehmensstrategie sein.

## Reduktionsleitfaden

Generell gilt: Die Reduktionsmaßnahmen sollten den Bedürfnissen des Unternehmens entsprechen. Einheitliche Lösungen gibt es nicht. Der Corporate Carbon Footprint ermöglicht es **Landesmesse Stuttgart GmbH**, Reduktionspotenziale abzuleiten und individuelle Reduktionsmaßnahmen festzulegen.

Grundsätzlich gibt es zwei Möglichkeiten, Emissionen zu verringern:

**Aktivität einschränken**, indem die Verbrauchswerte gesenkt werden, zum Beispiel bei Energie, Rohstoffen und Anzahl der Dienstreisen.

**Intensität reduzieren**, indem klimafreundlichere Bezugsquellen für Dienstleistungen, Rohstoffe und Energie gewählt werden. Einfach ist beispielsweise der Wechsel zu Ökostrom.

Im Folgenden geben wir eine Auswahl möglicher Klimaschutzmaßnahmen.<sup>10</sup>

## Scope 1 + 2

- **Nutzung regenerativer Energiequellen** durch den Wechsel zu Biogas, Ökostrom etc.
- **Nutzung klimafreundlicherer Kältemittel** durch den Wechsel zu Ammoniak, Propan etc.
- **Steigerung der Energieeffizienz** durch neuere Maschinen etc.
- **Optimierung von Prozessen und Produkten** durch neue Verfahren, verbessertes Produktdesign etc.

## Scope 3

- **Schonung von Ressourcen** durch Vermeidung, also weniger Dienstreisen, weniger Verpackung, weniger Drucke etc.
- **Klimafreundlichere Rohstoffe** durch die Verarbeitung von pflanzlichen, regionalen und recycelten Rohstoffen.
- **Klimafreundlicheres Handeln im Alltag** durch den Umstieg von Flugzeug auf Bahn, von Print auf Digital etc.
- **Lieferanten zu mehr Klimaschutz motivieren** durch Austausch von Best Practices, Wissensvermittlung etc.
- **Mitarbeitende zu Reduktionspartnern machen** durch Anreize, klimafreundlichere Maßnahmen umzusetzen, kontinuierlichen Wissensaustausch etc.

## Emissionen ausgleichen

Wir müssen jetzt handeln, um die Erderwärmung auf 1,5 °C zu begrenzen. Die Umsetzung von CO<sub>2</sub>-Reduktionsmaßnahmen erfolgt aber meist Schritt für Schritt über einen längeren Zeitraum hinweg. Daher empfiehlt ClimatePartner parallel dazu, die restlichen Emissionen über zertifizierte Klimaschutzprojekte auszugleichen. Auf diese Weise übernehmen Unternehmen Verantwortung für die Emissionen, die sie heute noch ausstoßen, während sie ihre Emissionen kontinuierlich reduzieren.

## Darum funktioniert der Ausgleich

Treibhausgase wie CO<sub>2</sub> verteilen sich gleichmäßig in der Atmosphäre. Die Treibhausgaskonzentration ist somit überall auf der Erde ähnlich hoch. Deshalb ist es für die globale Treibhausgaskonzentration und den Treibhauseffekt unerheblich, an welchem Ort auf der Erde Emissionen verursacht – oder vermieden werden. Emissionen, die bei **Landesmesse Stuttgart GmbH** heute noch nicht vermieden werden können, lassen sich also durch Klimaschutzprojekte an einem anderen Ort ausgleichen.

## Mehr als nur Klimaschutz

Klimaschutzprojekte entziehen der Atmosphäre CO<sub>2</sub> zum Beispiel durch Aufforstungsprojekte, oder sie vermeiden, dass weiteres CO<sub>2</sub> ausgestoßen wird wie beispielsweise mit dem Ausbau erneuerbarer Energien.

Hochwertige Klimaschutzprojekte fördern darüber hinaus die wirtschaftliche, soziale und nachhaltige Entwicklung der Region. Die Projekte müssen nach internationalen Standards zertifiziert sein. Damit ist klar: Klimaschutzprojekte verbessern sowohl das Leben der Menschen vor Ort als auch das Klima. Nachweislich.

## Geprüfte Einsparungen

Die genaue Höhe der CO<sub>2</sub>-Einsparung von Klimaschutzprojekten wird von unabhängigen Organisationen kontrolliert. Anschließend können Projektentwicklerinnen und Projektentwickler diese CO<sub>2</sub>-Einsparungen in Form von zertifizierten Emissionsminderungen verkaufen, um das Projekt zu finanzieren. Weitere Informationen dazu gibt es unter:

<https://www.climatepartner.com/de/klimaschutzprojekte>



## Klimaneutralität

Durch den Ausgleich der verursachten Emissionen wird **Landesmesse Stuttgart GmbH** klimaneutral.

Um sicherzustellen, dass alle entstandenen Emissionen innerhalb der Systemgrenzen ausgeglichen werden, wird ein Sicherheitsaufschlag von 10% auf das Gesamtergebnis erhoben. Auf diese Weise werden Unsicherheiten der zugrunde liegenden Daten ausgeglichen, die sich durch die Verwendung von Datenbankwerten, Annahmen oder Schätzungen naturgemäß ergeben.

## CO<sub>2</sub>-Ausgleich

	t CO <sub>2</sub>
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>3.287,41</b>
Bisher nicht klimaneutral	3.287,41
Bereits klimaneutral	0,00
<b>Ausgleichende CO<sub>2</sub>-Emissionen inkl. 10% Sicherheitsaufschlag</b>	<b>3.616,15</b>

## Wirkungsvoll Klimaschutz betreiben

Wir bei ClimatePartner sind gerne für Sie da, um Sie bei weiteren Schritten zu unterstützen!

## Ihr Kontakt

+49 89 1222875-0 oder [support@climatepartner.com](mailto:support@climatepartner.com).

## Impressum

### Herausgeber

ClimatePartner Deutschland GmbH  
St.-Martin-Straße 59  
81669 München

[+49 89 1222875-0](tel:+498912228750)  
[support@climatepartner.com](mailto:support@climatepartner.com)  
[www.climatepartner.com](http://www.climatepartner.com)

### Im Auftrag von

Landesmesse Stuttgart GmbH  
Messeplazza 1  
70629 Stuttgart

[+49 711 18560-0](tel:+49711185600)  
[info@messe-stuttgart.de](mailto:info@messe-stuttgart.de)  
<http://www.messe-stuttgart.de>

### Copyright

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

Juli 2022

[www.climatepartner.com](http://www.climatepartner.com)