

NACHHALTIGKEITSBERICHT
MESSE BERLIN GMBH

BERICHTSJAHR 2022

DNK-ENTSPRECHENSERKLÄRUNG 2022

BERICHTSJAHR
2022

LEISTUNGSINDIKATOREN-SET
EFFAS: European Federation of Financial Analysts Societies

KONTAKT
Messe Berlin GmbH

Nachhaltigkeitsmanagerin
Esra Aoukal

030/30 38 - 4512
esra.aoukal@messe-berlin.de
<https://www.linkedin.com/in/esra-aoukal-a690381b3/>

Messedamm 22
14055 Berlin
Deutschland



Quelle: Unternehmensangaben. Für die Angaben der Unternehmen kann keine Haftung übernommen werden.
Die Angaben dienen nur zur Information. Bitte beachten Sie den Haftungsausschluss unter
www.nachhaltigkeitsrat.de/impressum-und-datenschutzerklaerung,
heruntergeladen von www.nachhaltigkeitsrat.de

INHALT

VORWORT	4
ALLGEMEINE INFORMATIONEN	6
Was bedeutet Nachhaltigkeit?	6
Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK)	7
Nachhaltigkeit in der Messewirtschaft	7
Das Geschäftsmodell Messe Berlin	7
Wirtschaftsmotor Messe Berlin	8
Krisenhelferin für die Stadt Berlin	9
Das Berichtsjahr 2022 – Das Veranstaltungsgeschäft nimmt wieder an Fahrt auf	9
STRATEGIE	12
1. Strategische Analyse und Maßnahmen	12
2. Wesentlichkeit	13
3. Ziele	15
4. Tiefe der Wertschöpfungskette	17
IMPLEMENTIERUNG	19
5. Verantwortung	19
6. Regeln und Prozesse	20
7. Kontrolle	21
8. Anreizsysteme	23
9. Beteiligung von Anspruchsgruppen	24
ÖKONOMIE UND GOVERNANCE	26
10. Innovations- und Produktmanagement	26
11. Politische Einflussnahme	27
12. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten	28
UMWELT	30
13. Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen	30
14. Ressourcenmanagement	34
15. Klimarelevante Emissionen	44
SOZIALES	47
16. Arbeitnehmerrechte	47
17. Chancengerechtigkeit	50
18. Qualifizierung	54
19. Menschenrechte	57
20. Gemeinwesen	58

VORWORT



Liebe Leserinnen und Leser,

wir freuen uns, Ihnen mit diesem zweiten Nachhaltigkeitsbericht der Messe Berlin GmbH einen umfassenden Einblick in unser nachhaltiges Wirtschaften geben zu können. Kern der Publikation ist die Entsprechenserklärung, die auf den Kriterien des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) basiert. Anhand der zwanzig DNK-Kriterien und mithilfe ergänzender Leistungsindikatoren nach der European Federation of Financial Analysts Societies (EFFAS) werden die Nachhaltigkeitsleistungen der Messe Berlin transparent und nachvollziehbar dargestellt. Die Inhalte der Entsprechenserklärung beziehen sich auf das Berichtsjahr 2022.

Das Berichtsjahr 2022 hat durch den russischen Angriffskrieg auf die Ukraine Nachhaltigkeitsthemen wie die Energieversorgung noch einmal aus einem ganz anderen Blickwinkel beleuchtet. Im Zuge des Risikos einer Gasmangellage hat die Messe Berlin noch einmal neue Stellschrauben identifiziert, um den Energieverbrauch zu reduzieren. Diese Bemühungen führen wir seitdem fort und gestalten gerade aktiv die Energiewende unterm Funkturm. In diesem Rahmen setzt die Messe Berlin seit 2022 zwei Leuchtturmprojekte um: Den Bau der größten Solardachanlage Berlins sowie die umfangreiche Modernisierung des Heiz- und Kühlsystems auf dem Messegelände.

Mit der Errichtung von Berlins größter 7,3-GWh-starken Photovoltaikanlage auf unseren Hallendächern werden wir künftig 2.900 Tonnen pro Jahr an CO₂-Emissionen einsparen und somit einen wichtigen Beitrag zur Dekarbonisierung und einem klimaneutralen Berlin leisten! Gleichzeitig haben wir in diesem Jahr die „Wärmewende“ eingeläutet und stellen sukzessive die gesamte Kälte- und Wärmeversorgung des Messegeländes auf nachhaltige, vorwiegend klimafreundliche Technologien um.

Neben signifikanten Kosteneinsparungen werden vor allem auch der Energieverbrauch und die CO₂-Emissionen jährlich um 5.400 Tonnen deutlich reduziert.

Die Messe Berlin betrachtet Nachhaltigkeit als unverzichtbaren Pfeiler ihrer Geschäftstätigkeit. 2022 beginnend, haben wir 2023 in einer Wesentlichkeitsanalyse die Kernthemen und Handlungsfelder identifiziert, an denen wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie ausrichten werden. Die Strategie wird als Leitfaden dienen, um unsere Bemühungen in Richtung Nachhaltigkeit systematisch und gezielt voranzutreiben. Unser Ziel ist es, nicht nur einen positiven wirtschaftlichen Beitrag zu leisten, sondern auch langfristig und verantwortungsvoll zu handeln.

Als landeseigenes Unternehmen sehen wir uns einer besonderen gesellschaftlichen Verantwortung verpflichtet und werden die Messe Berlin weiter zu einem nachhaltigen und zukunftsfesten Unternehmen ausbauen.

Wir laden Sie herzlich ein, uns auf diesem Weg zu begleiten!

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Mario Tobias
Vorsitzender der Geschäftsführung, CEO

Dirk Hoffmann
Geschäftsführer, COO



ALLGEMEINE INFORMATIONEN

Was bedeutet Nachhaltigkeit?

Nachhaltigkeit ist omnipräsent – und alternativlos. Die jüngsten Krisen haben einmal mehr ihre wirtschaftliche, ökologische und soziale Relevanz verdeutlicht. Nachhaltigkeit ist kein Nischenthema, sondern in der Mitte unserer Gesellschaft angekommen.

Dabei wurde der Nachhaltigkeitsgedanke bereits schon vor mehr als 300 Jahren von Hans Carl von Carlowitz in seinem Buch über die Forstwirtschaft beschrieben. Die bis heute gängigste Definition entstammt dem Brundtland-Bericht aus dem Jahr 1987, der Nachhaltigkeit als eine Entwicklung definiert, „die den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen und ihren Lebensstil zu wählen“.

Nachhaltigkeit ist als fortwährender Prozess zu verstehen, bei dem es um kontinuierliche Verbesserungen in allen drei Nachhaltigkeitsdimensionen – Ökonomie, Ökologie und Soziales – geht. Eine Maßnahme ist also erst dann nachhaltig, wenn sie sozial gerecht, ökologisch tragfähig und wirtschaftlich effizient ist.

DREI DIMENSIONEN DER NACHHALTIGKEIT



Im vorliegenden Bericht werden diese drei Dimensionen auf Grundlage der Kriterien des Deutschen Nachhaltigkeitskodex dargestellt.

Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex wurde vom Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE) entwickelt und ist ein international anerkannter Berichtsstandard für Nachhaltigkeitsleistungen von Unternehmen. Dabei sorgt er zum einen für mehr Transparenz und schafft zum anderen eine Vergleichbarkeit.

Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK)

Entlang der drei Dimensionen von Nachhaltigkeit unterteilt sich der DNK in zwanzig Kriterien, zu denen jeweils zu berichten ist – teilweise unter zusätzlicher Ergänzung von sogenannten nicht-finanziellen Leistungsindikatoren, welche Aufschluss über die aktuellen und künftig zu erwartenden wesentlichen Parameter des Geschäftsumfelds geben. Der folgende Bericht hat das Leistungsindikatoren-Set der European Federation of Financial Analysts Societies (EFFAS) gewählt.

Der DNK bietet einen Einstieg in die Nachhaltigkeitsberichterstattung und unterstützt darüber hinaus beim Aufbau einer Nachhaltigkeitsstrategie und deren Implementierung.

Nachhaltigkeit in der Messewirtschaft ist ein komplexes Thema. Bei der Planung und Durchführung von Messen sind eine Vielzahl von Menschen beteiligt. Dazu zählen Veranstalter, Aussteller, Servicepartner und viele mehr. Konzentriert auf wenige Veranstaltungstage bringt eine Messe – zumeist unter großem Zeitdruck beim Auf- und Abbau – einen hohen Bedarf an Logistik, Material sowie auch Arbeitskraft mit sich.

Nachhaltigkeit in der Messewirtschaft

Gleichzeitig sind Messen und Kongresse nicht nur ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für Länder und Kommunen, sondern auch Jobmotor. Als Innovationstreiber sind sie darüber hinaus zunehmend auch Teil der Lösung und Wegbereiter für nachhaltige Entwicklung in den jeweiligen Branchen.

Gemeinsam mit dem Verband der deutschen Messewirtschaft, AUMA e.V., arbeiten die größten deutschen Messegesellschaften daran, auch die Messebranche selbst kontinuierlich nachhaltiger aufzustellen.

Seit 200 Jahren ist Berlin Messestandort, seit vielen Jahrzehnten einer der wichtigsten weltweit. Als landeseigene Messegesellschaft konzipiert, vermarktet und veranstaltet die Messe Berlin jedes Jahr hunderte Live-Events. Der Anspruch ist es, auf allen Veranstaltungen den Besucherinnen und Besuchern eine herausragende Gastgeberin zu sein, bestmögliche Geschäftsimpulse zu geben und faire Bedingungen für jede und jeden zu gewährleisten. Dieses Selbstverständnis spiegelt sich im Unternehmensmotto: Messe Berlin – Hosting the World.

Das Geschäftsmodell Messe Berlin

Mit dem Gelände unter dem Funkturm verfügt die Messe Berlin über insgesamt 550.000 m² Geländefläche, davon 190.000 m² Hallenfläche. Die Fläche verteilt sich auf 26 Hallen sowie die Kongress- und Multifunktionshallen CityCube Berlin und hub27 Berlin.

Neben der Messe Berlin GmbH umfasst die Unternehmensgruppe insgesamt 16 direkte oder indirekte vollkonsolidierte Tochtergesellschaften. Dazu zählen die Servicetöchter Capital Catering GmbH, MB Capital Services GmbH sowie Capital Facility GmbH, die mit ihren Dienstleistungen (Catering, Aussteller- und Hostessenservice, technische und infrastrukturellen Betreuung der Liegenschaften) tragende Säulen bei der Erfüllung des Unternehmenszwecks sind.



Das Geschäft der Unternehmensgruppe unterteilt sich in Eigenveranstaltungen, welche die Messe Berlin resp. Tochtergesellschaften im eigenen Namen durchführen und Gastveranstaltungen (Kongresse, Corporate und Special Events) sowie veranstaltungsbezogenes Servicegeschäft.

Mit der InnoTrans, der ITB, der FRUIT LOGISTICA und der Internationalen Grünen Woche hat die Messe Berlin unter anderem vier globale Marken und Leitmessen in ihrem Portfolio. Darüber hinaus richtet sie diverse Kongressveranstaltungen aus, darunter internationale Großkongresse, Unternehmensveranstaltungen sowie Special Events.

**Wirtschaftsmotor
Messe Berlin**

Diskussionsplattform wie auch Schaufenster für Innovationen. Mit den jährlich stattfindenden Veranstaltungen ist sie nicht nur kommunale Arbeitgeberin und Ausbilderin, sondern auch Jobmotor für die gesamte Metropolregion Berlin-Brandenburg.

Messen und Kongresse sind nicht nur ein Instrument des Standortmarketings, sondern auch der Wirtschaftsförderung; sie sind nachhaltige Konjunkturtreiber, lösen Kaufkrafteffekte - insbesondere in der Hotellerie und Gastronomie sowie im Einzelhandel - aus und generieren darüber zusätzliche Steuereinnahmen für das Land Berlin. Dies belegt auch die Studie zur „Bedeutung der Messe- und Kongressveranstalter für den Wirtschaftsstandort Berlin“ der Investitionsbank Berlin (IBB) aus dem Jahr 2022, der zufolge ein Euro Messe- und Veranstaltungsumsatz sechs Euro zusätzliche Kaufkraft in Berlin auslöst.



In Berlin engagiert sich die Messe Berlin regelmäßig als Krisenhelferin für die Stadt. Während der Pandemie errichtete sie ein Corona-Behandlungszentrum und übernahm die Planung und Aufbau der landeseigenen Impfzentren. Zwei Impfzentren wurden direkt in den Messehallen untergebracht. Außerdem leistete sie einen wichtigen Beitrag zur Umsetzung der Impfkampagne in der Hauptstadt, indem sie die Impfzentren im laufenden Betrieb unterstützte. Zudem half die Messe Berlin bei der Versorgung der Geflüchteten nach dem russischen Angriff auf die Ukraine im Februar 2022. Zunächst unterstützte sie bei der Erstversorgung der Geflüchteten und richtete temporär ein Erstantkunftszentrum in den Messehallen ein. Seit Frühsommer 2022 engagiert sich die Messe als Partnerin vom Land Berlin im Aufbau und Betrieb des Ankunftszentrums in Tegel.

**Krisenhelferin
für die Stadt Berlin**

Die Jahre 2021 und 2022 waren geprägt von vielen Herausforderungen für die Messe Berlin. Die Pandemie und Vorgaben der SARS-CoV-2-Infektionsschutzmaßnahmenverordnung schränkten im Jahr 2021 das Veranstaltungsgeschäft weitestgehend ein, sodass im Jahr 2021 und im ersten Quartal 2022 so gut wie keine Veranstaltungen stattfinden konnten.

**Das Berichtsjahr 2022 –
Das Veranstaltungsgeschäft nimmt wieder
an Fahrt auf**

Erst mit dem Wegfall der rechtlichen Coronabeschränkungen ist das Veranstaltungsgeschäft bei der Messe Berlin ab April 2022 sofort und erfolgreich wieder angelaufen. Nach neun erfolgreichen Monaten schloss die Messe Berlin das Jahr 2022 mit einer positiven Jahresbilanz ab, was sich auch im positiven Geschäftsabschluss widerspiegelt.

Insgesamt wurden 119 Eigen- und Gastveranstaltungen konzipiert, vermarktet und durchgeführt. Mit mehr als 20.200 ausstellende Unternehmen und rund 1,3 Mio. Gästen generierte die Messe Berlin so einen Gesamtumsatz von 354,6 Millionen Euro. Im Jahr 2022 wurden entsprechend durch die Aussteller und Gäste der Messe Berlin gut 2,13 Mrd. Euro zusätzliche Konsumausgaben in Berlin getätigt; knapp 95 Mio. Euro Steuereinnahmen flossen darüber in den Berliner Landeshaushalt.

Zum Vergleich: Im Vorcorona-Jahr 2018 generierte die Messe Berlin insgesamt 130 Eigen- und Gastveranstaltungen mit insgesamt 40.000 ausstellenden Unternehmen und 2,5 Millionen Besuchern einen Gesamtumsatz von 352 Millionen Euro und eine Umwegrendite (Steuermehrereinnahmen für das Land Berlin) in Höhe von 84 Millionen Euro.

Neben monetärer Werten spiegelt sich das eingeschränkte Geschäftsjahr 2022 ebenfalls im Ressourcenverbrauch in Form von z.B. Energie- oder Abfallwerten wider. Ähnlich wie in der DNK-Entsprechenserklärung 2020 lassen sich auch in der folgenden Erklärung die Werte nicht mit einem „normalen“ Veranstaltungsjahr vergleichen.

Weiterhin beeinflussten der russische Angriffskrieg auf die Ukraine und die daraus resultierende Gasmangellage das Veranstaltungsjahr 2022. Dies stellte die Messe Berlin erneut vor Herausforderungen, insbesondere für die kalte Jahreszeit. Die Messe Berlin hat die verschiedenen gesetzlichen Vorgaben von Bund und Land zum Energiesparen umgesetzt und weitere eigene Einsparmaßnahmen entwickelt. In einer Sensibilisierungskampagne wurden die Mitarbeitenden zu dem Thema aufgeklärt und aufgerufen, die Einsparmaßnahmen zu unterstützen. Ein weiterer Fokus lag für die Messe Berlin 2022 auf dem Vorantreiben der Digitalisierung.



Ausgelöst von der Corona-Pandemie und den Restriktionen für physische Veranstaltung, hat die Messe- und Kongressbranche insgesamt einen Digitalisierungsschub erfahren. Auch nach Ende der Corona-Restriktionen liegt der Fokus auf die Entwicklung digitaler Tools, die physische Veranstaltungen ergänzen und erweitern können sowie eine bessere Zusammenarbeit mit Kund:innen und Geschäftspartner:innen.

KENNZAHLEN 2022

EEIGENVERANSTALTUNGEN 2022 - PHYSISCH



57
MESSEN, EVENTS,
AUSSTELLUNGEN



1.385.519
BRUTTOFLÄCHE
IN M²



14.496
AUSSTELLENDEN
UNTERNEHMEN



993.307
BESUCHER:INNEN /
TEILNEHMER:INNEN

EIGENVERANSTALTUNGEN 2022 - VIRTUELL



4
MESSEN, EVENTS,
AUSSTELLUNGEN



86
VIRTUELL
„AUSSTELLENDEN“
UNTERNEHMEN



64.220
BESUCHER:INNEN /
NUTZER:INNEN

GUEST EVENTS 2022 ¹



64
GUEST EVENTS
(DAVON 62 LIVE- UND
2 DIGITAL-EVENTS)



882.691
BRUTTOFLÄCHE
IN M²



5.787
AUSSTELLENDEN
UNTERNEHMEN
VOR ORT



274.082
TEILNEHMER:INNEN
VOR ORT

¹ Gastveranstalter Messen, Kongresse, Corporate Events

STRATEGIE

1. Strategische Analyse und Maßnahmen

Das Unternehmen legt offen, ob es eine Nachhaltigkeitsstrategie verfolgt. Es erläutert, welche konkreten Maßnahmen es ergreift, um im Einklang mit den wesentlichen und anerkannten branchenspezifischen, nationalen und internationalen Standards zu operieren. (DNK 1)

Das Thema Nachhaltigkeit ist bei der Messe Berlin fester und integraler Bestandteil der Unternehmenstätigkeit und bereits seit vielen Jahren im Code of Conduct (Verhaltenskodex) der Messe Berlin als Grundwert verankert:

Verantwortungsbewusstes wirtschaftliches Denken und Handeln, Sicherheit, Vertraulichkeit und Datenschutz, Integrität, Diversität und offene Kommunikation sowie gesellschaftliche Verantwortung und Nachhaltigkeit werden hier als die tragenden Unternehmenswerte definiert.

Bereits in vielen Unternehmensbereichen ist nachhaltiges Handeln und Wirtschaften fest verankert. Dazu zählen insbesondere die Handlungsfelder Energiemanagement, Innovation, Arbeitnehmerbelange, Verkehr und Logistik, gesellschaftliche Verantwortung etc. Bislang lag der Fokus stark auf der Umsetzung in den einzelnen Geschäftsbereichen. Jetzt gilt es, die Aktivitäten zusammenzuführen und strategisch auszurichten.

Mit der Ende 2022 verabschiedeten Unternehmensstrategie PINK wurde das Thema Nachhaltigkeit als tragende Säule an zentraler Stelle im Unternehmen verankert. Neben Produktportfolio (=P), Innovation (=I) und Kundenorientierung (=K) stellt Nachhaltigkeit (=N) eine von vier Säulen dar, die bei allen strategischen Entscheidungen zur Unternehmensausrichtung und -entwicklung berücksichtigt wird.

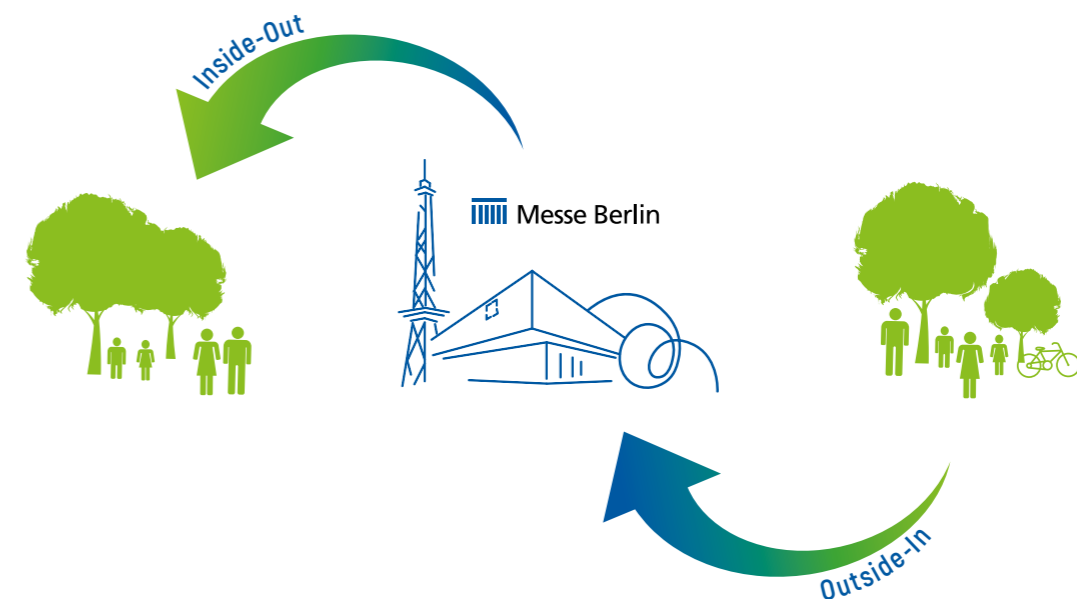


Seit der letzten DNK-Entsprechenserklärung für das Jahr 2020 wurden wichtige Weichen für die Erstellung einer Nachhaltigkeitsstrategie gestellt. 2022 hat die Messe Berlin eine Nachhaltigkeitsmanagerin eingestellt, um diesen Prozess systematisch gemeinsam mit der Geschäftsführung und den einzelnen Geschäftsbereichen zu entwickeln. Dazu wurde im Herbst 2022 eine Strategie-Roadmap verabschiedet. Diese besteht aus 3 Hauptphasen.

Die erste Phase bildet die Vorbereitung ab und beinhaltet Ressourcenplanung und -beschaffung. Hier werden u.a. auch personelle Ressourcen geplant, wie z.B. die Etablierung eines Nachhaltigkeitsteams (Sustainability Team). In der zweiten Phase wird eine Wesentlichkeitsanalyse erstellt. In der dritten Phase wird die Nachhaltigkeitsstrategie formuliert. Der Strategieprozess startete Ende 2022 mit der Vorbereitungsphase, bei der sich u.a. der Bedarf einer Unterstützung durch eine Nachhaltigkeitsagentur ergab. Die Nachhaltigkeitsstrategie soll bis Mitte 2024 erarbeitet werden und berücksichtigt alle relevanten internationalen Standards (SDG's, ISO 14001, GRI).

Das Unternehmen legt offen, welche Aspekte der eigenen Geschäftstätigkeit wesentlich auf Aspekte der Nachhaltigkeit einwirken und welchen wesentlichen Einfluss die Aspekte der Nachhaltigkeit auf die Geschäftstätigkeit haben. Es analysiert die positiven und negativen Wirkungen und gibt an, wie diese Erkenntnisse in die eigenen Prozesse einfließen. (DNK 2)

Die zweite Phase im Strategieprozess bildet die Analyse der wesentlichen messespezifischen Nachhaltigkeitsthemen ab. Die Analyse wird im Jahr 2023 unter Einbeziehung der wichtigsten Stakeholdergruppen erstellt. Der Prozess wird von der Nachhaltigkeitsmanagerin der Messe Berlin mit Unterstützung einer auf Nachhaltigkeit spezialisierten Consulting-Agentur gesteuert. In Interviews und Workshops werden interne und externe Stakeholder zu wichtigen Nachhaltigkeitsthemen der Messe Berlin befragt. Ziel ist es, externe Wirkeffekte, die die Geschäftstätigkeit beeinflussen (Outside-In), und Nachhaltigkeitsthemen, die aus der Geschäftstätigkeit der Messe Berlin resultieren (Inside-Out), zu identifizieren. Diese Themen werden dann nach Chancen und Risiken bewertet und von der obersten Führungsebene der Messe Berlin nach Relevanz gewichtet. Die Wesentlichkeitsanalyse bildet die wichtigste Grundlage für die Strategieformulierung und der Implementierung eines Nachhaltigkeitsmanagements. Bereits ohne die Wesentlichkeitsanalyse wurden grobe Themen eruiert, die auf die Outside-In bzw. Inside-Out-Perspektive einwirken. Diese werden im Folgenden beschrieben.



2. Wesentlichkeit

Outside-In- Perspektive

Die Messe Berlin agiert in einem äußerst dynamischen Umfeld mit ständig verändernden ökologischen, sozioökonomischen und politischen Rahmenbedingungen, die eine gewisse Adaptivität erfordern. Als Beteiligungsunternehmen des Landes Berlin ist die Messe Berlin GmbH verpflichtet, die Zielsetzungen des Landes vollumfänglich umzusetzen und damit ihrer Verantwortung gegenüber der Gesellschaft sowie der Stadt Berlin gerecht zu werden. Das Messegelände befindet sich in zentraler Lage in der Hauptstadt Deutschlands. Die gute Anbindung an den öffentlichen Verkehr und die Nähe zur Innenstadt bieten Vorteile für Beschäftigte, Besucher, Aussteller und die breite Öffentlichkeit. Globale Entwicklungen und Trends werden auf branchenspezifischen Messen der Messe Berlin abgebildet und Innovationen aufgezeigt. Auch auf gesellschaftliche Themen wie die demografische Entwicklung oder das Thema Chancengleichheit reagiert die Messe Berlin intern sowie extern.

Ein großes Thema, das die Messe Berlin durch die Corona-Pandemie noch stärker vorangetrieben hat, ist die Digitalisierung. Besonders die Portfolioerweiterung um digitale Angebote und hybride Formate von Messveranstaltungen betrachtet die Messe Berlin als Entwicklungschance, um weitere Zielgruppen anzusprechen und Prozesse effizienter zu gestalten. Neben der Digitalisierung des Messegeschäfts liegt ein weiterer Fokus auch auf der Digitalisierung der internen Arbeitsprozesse. Ein weiteres großes Thema ist der russische Angriffskrieg auf die Ukraine im Jahr 2022, der mit einer Gasmangellage sowie umfangreichen Reiserestriktionen einherging. Diese Zeit war für die komplette Veranstaltungsbranche eine zusätzliche Belastung. Das internationale Veranstaltungsgeschäft unterlag in dieser Zeit einer großen Unsicherheit, insbesondere bezüglich der marktwirtschaftlichen Entwicklungen. In dieser Zeit leistete die Messe Berlin große Unterstützung für das Land Berlin beim Bau und Betrieb eines Ankunftsentrums für geflüchtete Menschen. In der Energiekrise hat die Messe Berlin weitere Energiesparmaßnahmen ergriffen. Somit konnten hohe Energiekosten eingespart werden und gleichzeitig die Nachhaltigkeitsleistung im Bereich Energie erhöht werden.

Inside-Out-Perspektive

Die Geschäftstätigkeit der Messe Berlin generiert Kaufkraftzufluss für die Region. Damit einhergehen Steuererhöhungen für Berlin. Direkt und indirekt werden Arbeitsplätze gesichert und geschaffen. Im Rahmen von Messen und Kongressen erfährt der Standort Berlin darüber hinaus auf vielfältigste Art einen Mehrwert – als touristische Destination, als internationales Exzellenzzentrum von Wissenschaft und Forschung, als attraktiver Standort für Start-ups und Innovationstreibende, als Ort kultureller Vielfalt. Diese positiven Wirkeffekte bringen jedoch aus ökologischer Sicht auch wesentliche Risiken mit sich: Insbesondere bezüglich des Mobilitäts-, Energie- sowie Abfallaufkommens, welches unweigerlich beim Messe- und Kongressgeschäft entsteht. Dieser Tatsache ist sich die Messe Berlin bewusst. Hierzu werden bereits einige Gegenmaßnahmen entwickelt: Die Messe Berlin plant z.B. ihre Dächer großflächig mit Photovoltaik-Anlagen zu belegen. Außerdem soll das Energiemanagement weiterhin durch klimafreundliche Technologien optimiert werden.

Auch im Bereich Abfallmanagement wird in verschiedenen Arbeitsgruppen mit dem Entsorgungsunternehmen ALBA nach Lösungen gesucht, wie Abfall vermieden, recycelt und wiederverwendet werden kann. (Mehr zu den Maßnahmen im Kriterium 11). Im künftigen Strategieprozess soll deswegen die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit noch stärker einbezogen werden.

Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und/oder quantitativen sowie zeitlich definierten Nachhaltigkeitsziele gesetzt und operationalisiert werden und wie deren Erreichungsgrad kontrolliert wird. [DNK 3]

3. Ziele

Für die Messe Berlin ist es wichtig, Nachhaltigkeitsziele zu definieren. Hierzu benötigt die Messe Berlin eine Nachhaltigkeitsstrategie, die Handlungsfelder in allen drei Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales identifiziert und hieraus – entlang der siebzehn Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen (kurz: 17 SDGs) – konkrete Ziele und Maßnahmen definiert. Bislang beziehen sich unsere Ziele noch nicht auf die SDG's. Im Rahmen von Workshops zu der Messe Berlin Nachhaltigkeitsstrategie soll ein SDG-Mapping durchgeführt werden. Ziel ist es, SDG's festzulegen und unsere Nachhaltigkeitsziele entsprechend dieser auszurichten.

17 UN Sustainable Development Goals

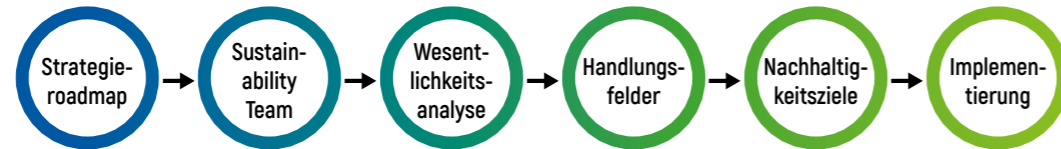


Quelle: Agenda für nachhaltige Entwicklung

Im Jahr 2022 wurde eine Nachhaltigkeitsmanagerin eingestellt, die für die Implementierung eines Nachhaltigkeitsmanagements verantwortlich ist. Aus der dazu entwickelten Strategieroadmap (siehe Kriterium 6.Regeln und Prozesse) geht als erstes Ziel die Gründung eines Nachhaltigkeitsteams (Sustainability Team) hervor. Dieses besteht aus je einer Ansprechperson aus den Fachbereichen der Messe Berlin, die für die Verankerung des Themas Nachhaltigkeit für ihren Bereich verantwortlich sind. Da die Messe Berlin noch über kein systematisches Nachhaltigkeitsmanagement verfügt, ist es zuerst wichtig zu analysieren, wie die Messe Berlin Nachhaltigkeit für sich definiert und umsetzen möchte.

Neben der Bildung des Sustainability Teams folgt daher die gemeinsame Erarbeitung einer Wesentlichkeitsanalyse. Daran anschließend werden Handlungsfelder definiert und eine daraus abgeleitete strategische Ausrichtung mit Nachhaltigkeitszielen formuliert. Das Executive Advisory Board ist als oberstes Steuerungsgremium der Messe Berlin für die Kontrolle der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie verantwortlich.

Prozess zur Messe Berlin Nachhaltigkeitsstrategie



Bei der Implementierung eines Nachhaltigkeitsmanagements ist ein übergeordnetes Ziel, Nachhaltigkeit zu einem integralen Bestandteil der Messe Berlin zu machen und in das tägliche operative Geschäft zu inkludieren. Dabei ist die Sensibilisierung und Einbeziehung der Mitarbeitenden ein wichtiger Bestandteil bei der Verankerung von Nachhaltigkeit bei der Messe Berlin. Das Ziel ist, eine aktive, transparente und regelmäßige Nachhaltigkeitskommunikation nach innen und außen zu betreiben und Möglichkeiten zur Partizipation zu schaffen. Ein transparenter und regelmäßiger Dialog mit den Mitarbeitenden ist dabei unabdingbar.

Neben den Zielen des Nachhaltigkeitsmanagements werden bereits in vielen Bereichen des Unternehmens Ziele definiert, die die drei Dimensionen abbilden. So wird beispielsweise auf ökologischer Ebene im Rahmen der ISO 50001-Zertifizierung eine kontinuierliche Verbesserung der Energieeffizienz verfolgt.

Auch auf der sozialen Ebene existieren im Unternehmen bereits zahlreiche Zielvorgaben wie beispielsweise eine Ausbildungsquote oder eine Frauenquote in Höhe von 50 Prozent, die durch den Frauenförderplan kontinuierlich weiterentwickelt wird. Auf der ökonomischen Ebene ist das Ziel, das Messegeschäft wieder auf das Vor-Corona-Niveau zu bringen und somit die positive Geschäftsentwicklung beizubehalten. Die Weiterentwicklung digitaler Formate und Prozesse sowie die Erschließung neuer Geschäftsfelder sind für eine Neuausrichtung der Messe Berlin ein übergreifendes Ziel.

Diese und weitere Ziele sollen mit den bereichsbezogenen Ansprechpartner:innen unter Federführung der Nachhaltigkeitsbeauftragten eruiert und in den Strategieprozess eingebunden werden. Dabei sollen bei der Erarbeitung der Nachhaltigkeitsziele alle drei Dimensionen gleichwertig betrachtet werden.

Das Unternehmen gibt an, welche Bedeutung Aspekte der Nachhaltigkeit für die Wertschöpfung haben und bis zu welcher Tiefe seiner Wertschöpfungskette Nachhaltigkeitskriterien überprüft werden. (DNK 4)

4. Tiefe der Wertschöpfungskette

Die Betrachtung der Wertschöpfungskette ermöglicht es, herauszufinden, welche Auswirkungen die Kerntätigkeit der Messe Berlin auf Umwelt und Mensch hat und somit die Inside-Out Perspektive näher in Betracht zu ziehen.

Dabei umfasst die Wertschöpfungskette der Messe Berlin die Entwicklung, Planung, Vermarktung und Durchführung von Eigenveranstaltungen sowie die Vermarktung von Fläche wie auch die Bereitstellung von veranstaltungsbezogenen Services wie Catering, Technik, Bühnen- und Standbauten, Facilityleistungen, Hostessen, Sicherheits- und Servicepersonal. Insbesondere die letzte Planungsphase kurz vor Veranstaltungsbeginn, die Auf- und Abbauphasen sowie der jeweilige Slot der tatsächlichen Veranstaltungsdurchführung sind für die beteiligten Beschäftigten mit einem entsprechenden Arbeitsvolumen verbunden.

Die Messe Berlin stellt sicher, dass dieser Mehraufwand für die Mitarbeitenden aufgefangen wird. Grundlage hierfür sind die Vorgaben aus dem TVöD, die Abstimmung von Dienstplänen mit dem Betriebsrat sowie Sonderzulagen und Freizeitausgleich und das besondere Engagement des Personalbereichs (HR), der unter anderem Angebote wie ein betriebliches Gesundheitsmanagement oder das mobile Bürgeramt auf dem Messegelände bereitstellt.

Auch Energieverbräuche und Abfallaufkommen hängen stark mit dem Veranstaltungsgeschehen auf dem Messegelände zusammen. Sowohl die Auf- und Abbauphasen als auch die Veranstaltungstage zeichnen sich durch einen deutlich erhöhten Energiebedarf aus und manifestieren sich je nach Jahreszeit in hohen Wärme- bzw. Kälteenergieverbräuchen. Gleiches gilt für das Abfallaufkommen, wobei hier die Spitze deutlich nach Veranstaltungsende / in der Abbauphase zu verorten ist.

Dabei sind Möglichkeiten der Einflussnahme bei den Eigenveranstaltungen, die von der Messe Berlin in Eigenregie konzipiert, geplant und umgesetzt werden, eher gegeben als im Gastveranstaltungsgeschäft. Letzteres ist durch ein wettbewerbsintensives Marktumfeld in Konkurrenz mit Veranstaltungsplätzen weltweit geprägt. In der Vergangenheit war die Bereitschaft, nachhaltigere Angebote und/oder Services zu nutzen und entsprechend (mehr) zu bezahlen, kundenseitig nur bedingt vorhanden. Diese Herausforderung gilt es in Zukunft mit entsprechenden Anreizmodellen anzugehen, um auch in diesem Bereich nachhaltiger zu werden.

Bei den Ausschreibungen der Messe Berlin (z.B. Bauleistungen, externe Dienstleistungen) verpflichtet das Berliner Ausschreibungs- und Vergabegesetz (BerlAVG) „alle öffentlichen Beschaffungsstellen des Landes Berlin, bei der Beschaffung ökologische Kriterien unter Berücksichtigung von Lebenszykluskosten anzuwenden“.

Darüber hinaus verpflichten sich alle unter Vertrag stehenden Lieferanten und Dienstleister über den Code of Conduct für Geschäftspartner zu den Grundsätzen und Anforderungen der Unternehmensgruppe Messe Berlin. Der Code of Conduct umfasst Umwelt-, Sozial- und Unternehmensführungsaspekte. Hierzu zählt u.a. auch die jeweilige Verantwortung der Geschäftspartner für Mensch, Gesellschaft und Umwelt.

Der Einkauf der Messe Berlin ist überwiegend im indirekten Einkauf tätig, d.h. verhältnismäßig wenig standardisierte Lagerware bzw. Lieferleistungen und überwiegend Dienstleistungen, auf die sich alle ESG-Kriterien nicht eindeutig anwenden lassen. Der Code of Conduct wurde in Anlehnung an die ESG-Kriterien erstellt, deckt sie allerdings nicht 1:1 ab. Somit werden Lieferanten und Partner innerhalb der Lieferkette der Messe Berlin nicht auf die Einhaltung von ESG-Kriterien hin bewertet.

Grundsätzlich werden allerdings bei Ausschreibungen und Marktabfragen, abhängig vom Produkt beziehungsweise Leistung, Umweltzertifikaten und Siegeln (z.B. Blauer Engel, FSC), abgefragt und angefordert.

Neben schriftlich bescheinigten Nachhaltigkeitsaspekten wird die Regionalität des Dienstleisters (möglichst kurze Transportwege – weniger CO₂-Ausstoß), Recyclingaspekte bzw. Wiederverwendbarkeit der Produkte (z.B. beim Einsatz der Materialien für Messestände) und die Effizienz (z.B. bei den Stromverbräuchen während der Lebens- bzw. Nutzungszeit unserer IT-Hardware) berücksichtigt.

Eine verstärkte Betrachtung der nachhaltigen Beschaffung wird derzeit angestrebt.

In Zukunft gilt es, den Wertschöpfungsprozess mit seinen hohen Ressourcenverbräuchen zu erfassen und sukzessive zu reduzieren. Eine Analyse, die den Wertschöpfungsprozess mit seinen negativen Auswirkungen auf Umwelt und Mensch in den Fokus stellt, ist dabei unerlässlich.



IMPLEMENTIERUNG

Die Verantwortlichkeiten in der Unternehmensführung für Nachhaltigkeit werden offengelegt. (DNK 5)

Nachhaltigkeit ist ein zentraler Eckpfeiler der Unternehmensstrategie der Messe Berlin. Die Verantwortung für die Umsetzung ist somit in der obersten Führungsebene verankert. Auf operativer Ebene ist das Thema bei der Nachhaltigkeitsmanagerin verortet, die gemeinsam mit den Fachbereichen und in Abstimmung mit der Geschäftsführung die strategische Ausrichtung vorantreibt.

5. Verantwortung

DIMENSIONEN	DNK KRITERIEN	BEREICHE DER MESSE BERLIN	THEMENFELDER
Ökonomie/ Governance	5. Verantwortung 6. Regeln und Prozesse 7. Kontrolle 8. Anreizsysteme 9. Beteiligung von Anspruchsgruppen 10. Innovations- und Produktmanagement 19. Politische Einflussnahme 20. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten	Geschäftsführung, Bereichsleitungen, Aufsichtsrat, Mitarbeitende, Controlling, Finance, Corporate Law	Wirtschaftlichkeit, Prozessmanagement, Compliance, Richtlinienmanagement, Einhaltung von Regelungen, gesetzlichen Anforderungen sowie Anforderungen seitens des Eigentümers, Risikomanagement
Ökologie	11. Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen 12. Ressourcenmanagement 13. Klimarelevante Emissionen	Real Estate & Safety, Energiebeauftragter, Event & Services, Corporate Purchase, Capital Facility, Capital Services, Capital Catering	Energie- und Umweltmanagement, Abfallmanagement, Facilitymanagement, Beschaffung/Materialien, Fuhrparkmanagement, Verkehr & Logistik, Mitarbeitermobilität
Soziales	14. Arbeitnehmerrechte 15. Chancengerechtigkeit 16. Qualifizierung 17. Menschenrechte 18. Gemeinwesen	Human Resources, Corporate Legal, Betriebsrat, Frauenvertreterin, Schwerbehindertenvertretung, Betriebliches Gesundheitsmanagement/ Arbeitsschutzbeauftragte	Beschäftigung, Aus- und Weiterbildung, Arbeits- und Gesundheitsschutz, Chancengleichheit, Nichtdiskriminierung, Diversity, Inklusion

Um den Austausch unter den Fachbereichen zu fördern und Nachhaltigkeit bei der Messe Berlin zu verankern, wurde ein cross-funktionales Nachhaltigkeitsteam, das Sustainability Team, ins Leben gerufen. Das Sustainability Team besteht aus je einer Ansprechperson aus den Fachbereichen der Messe Berlin sowie den Tochterunternehmen. Dabei trägt jedes Mitglied die Verantwortung, die Nachhaltigkeitsstrategie in dem jeweiligen Fachbereich umzusetzen und die Steigerung der Nachhaltigkeitsleistung entsprechend zu dokumentieren. Die Nachhaltigkeitsmanagerin berichtet direkt an das Executive Advisory Board als oberstes Gremium der Geschäftsführung. Als zentrales Steuerungsgremium überwacht das Executive Advisory Board die Erstellung und Umsetzung der konzernweiten Nachhaltigkeitsstrategie.

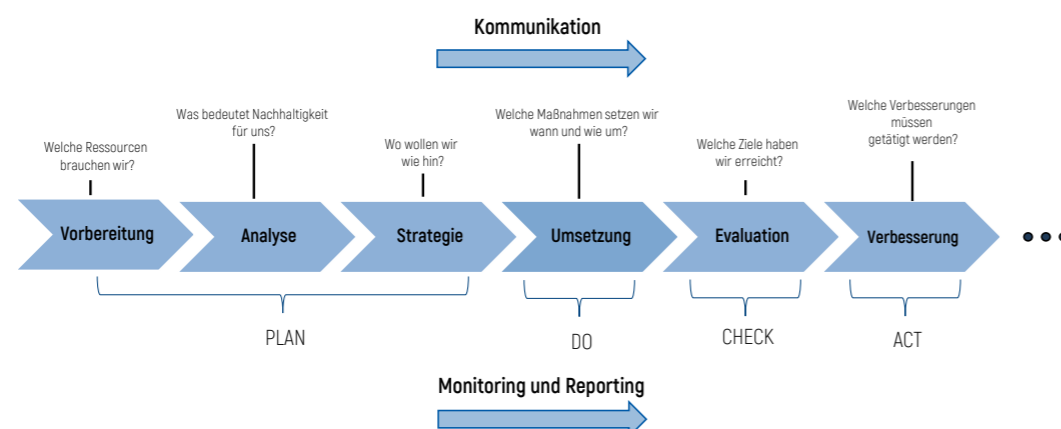
Für wichtige Handlungsfelder im Bereich Nachhaltigkeit wurden auf operativer Ebene eigene Verantwortlichkeiten festgelegt. So gibt es einen Energiebeauftragten, eine Frauenvertretung, eine Schwerbehindertenvertretung und eine Arbeitsschutzbeauftragte. Zukünftig sollen weitere Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten aus der Nachhaltigkeitsstrategie abgeleitet werden, mit dem Ziel, die entwickelten Handlungsfelder im operativen Geschäft voranzutreiben. Die Messe Berlin hat sich zum Ziel gesetzt, die Mitarbeitenden in die Umsetzung der Strategie aktiv einzubinden und die Entwicklung und Umsetzung aktiv kommunikativ zu begleiten. Deshalb ist der Bereich Nachhaltigkeit in der Kommunikationsabteilung angesiedelt. Hier ist auch die interne Kommunikation verankert.

6. Regeln und Prozesse

Das Unternehmen legt offen, wie die Nachhaltigkeitsstrategie durch Regeln und Prozesse im operativen Geschäft implementiert wird. (DNK 6)

Im Geschäftsalltag betrifft die Umsetzung des Themas Nachhaltigkeit sämtliche Organisationseinheiten inklusive der Servicetöchter der Messe Berlin GmbH. Die Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie geht auch mit der Formulierung eines entsprechenden Regelwerkes – jeweils angepasst an die einzelnen Unternehmensbereiche sowie Tochtergesellschaften und Arbeitsprozesse – einher. Die Strategieroadmap beinhaltet dabei bereits einen Prozess, der aufzeigt, wie das Nachhaltigkeitsmanagement systematisiert werden kann:

Strategie Roadmap der Messe Berlin



Dieser ist gegliedert in Vorbereitung, Analyse, Strategie, Umsetzung, Evaluation und Verbesserung. Als unterstützende Prozesse laufen parallel die Kommunikation sowie Monitoring und Reporting. Insbesondere die interne Kommunikation, die auf eine Sensibilisierung der Mitarbeitenden abzielt, spielt hier eine zentrale Rolle.

Die Messe Berlin gibt in einem zweijährigen Turnus eine Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex ab. Damit stellt das Unternehmen sicher, dass die Weiterentwicklung in den einzelnen Themen kontinuierlich überprüft wird, die Zielerreichung gemonitort wird und die Ziele kontinuierlich weiterentwickelt werden. Zudem stellt der DNK ein geeignetes Instrument dar, um unternehmensinterne Prozesse rund um das Thema Nachhaltigkeit transparent zu machen.

Die Nachhaltigkeitsstrategie und das Nachhaltigkeitsmanagement der Messe Berlin soll in Anlehnung an internationale Regelwerke und Standards – wie etwa den UN Global Compact, die SDGs, die ILO-Kernarbeitsnormen (International Labour Organization/ Internationale Arbeitsorganisation), die ISO 14001 und ISO 26000 – gestaltet werden.

Das Thema Nachhaltigkeit ist Bestandteil verschiedener, bereits existierender Unternehmensrichtlinien und somit als Standard/Handlungsprämisse festgeschrieben. Dazu zählen:

- der Code of Conduct
- die Group-Policy "Interne Regelungen"
- die Group-Policy „Datenschutz“
- die Richtlinie „Einkauf“
- die Richtlinie „Sales“ sowie
- die Richtlinie „Korruptionsprävention“

Das Unternehmen legt offen, wie und welche Leistungsindikatoren zur Nachhaltigkeit in der regelmäßigen internen Planung und Kontrolle genutzt werden. Es legt dar, wie geeignete Prozesse Zuverlässigkeit, Vergleichbarkeit und Konsistenz der Daten zur internen Steuerung und externen Kommunikation sichern. (DNK 7)

7. Kontrolle

Qua Gesellschaftsvertrag ist die Messe Berlin verpflichtet, unter Beachtung erwerbswirtschaftlicher Grundsätze zu arbeiten.

Aus dem Grundsatz der Wirtschaftlichkeit leiten sich das Sparsamkeitsprinzip (Minimalprinzip) und das Ergiebigkeitsprinzip (Maximalprinzip) ab. Nach dem Sparsamkeitsprinzip muss ein bestimmtes Ergebnis mit möglichst geringem Mitteleinsatz erzielt werden. Das Ergiebigkeitsprinzip verlangt, mit einem bestimmten Mitteleinsatz das bestmögliche Ergebnis zu erzielen.

Um dem Prinzip der Wirtschaftlichkeit Rechnung zu tragen, erfolgt in den unternehmens- bzw. branchenspezifischen ressourcenintensiven Bereichen ein entsprechendes Monitoring und Controlling.

Eine Vielzahl an Indikatoren (Verbrauchsdaten, wirtschaftliche sowie Personalkennzahlen), zu einem Großteil deckungsgleich mit den vorgegebenen Leistungsindikatorensets des DNK, werden regelmäßig – zwecks einer möglichst effizienten Unternehmenssteuerung – erhoben, ausgewertet und – nach Wirtschaftlichkeitsabwägung – in entsprechende Maßnahmen zur Optimierung übersetzt.

Neben diesem internen Nutzen werden die Indikatoren zum Teil auch für die externe Kommunikation – sowohl allgemeiner Natur als auch stakeholder-spezifisch (übergeordnete Gesetzgebung, Abgeordnetenhaus von Berlin, allgemeine Öffentlichkeit und Kund:innen) genutzt. Beispielhaft seien hier anhand der vorgegebenen Kapitel des DNK folgende, regelmäßig erhobene Indikatoren genannt:

- Wirtschaftlichkeit: GuV (→ DNK-Kriterien 5 und 18 [Verantwortung Gemeinwesen])
- Arbeitnehmerbelange: Mitarbeitende, Auszubildende, Umfrage „Great Place to Work“
- Chancengerechtigkeit: Frauen in Führungspositionen, Diversity, Inklusion
- Umweltbelange: Energiemanagement gemäß DIN50001, Entsorgungsmanagement gemäß der Gewerbeabfallverordnung sowie den Vorgaben des Berliner Abfallgesetzes.

Im Bereich Controlling sowie auch über das Risikomanagementsystem werden eine Vielzahl von Kennzahlen und Daten erhoben, zusammengeführt und ausgewertet.

Hauptaugenmerk gilt hier den wirtschaftlichen Kennzahlen – im Zuge des Risikomanagements fließen hier weitere Informationen z.B. aus den Bereichen HR, Real Estate & Safety und/oder Corporate Legal mit ein.

Das Monitoring und Reporting dieser (und weiterer) Kennzahlen erfolgt durch interne Audits in den jeweils zuständigen Fachbereichen (siehe Tabelle aus dem Kriterium 5 Verantwortung).

Um verschiedensten Vorgaben, Mitteilungs- und Offenlegungspflichten und/oder Anforderungen – u.a. des Konzernrechts, des Gesellschafters, des Deutschen Instituts für Normung etc. – gerecht zu werden, werden die jeweiligen Berichte (und die zugrundeliegenden Daten) jährlichen/periodischen Audits durch externe (Wirtschafts-)Prüfungs- und Zertifizierungsgesellschaften unterzogen und testiert.

Darüber hinaus unterliegt die Messe Berlin verschiedensten, regelmäßigen Reportingpflichten gegenüber ihrem Gesellschafter: für die Wirtschaftskennzahlen qua Quartalsberichterstattung, Beteiligungsbericht, Geschäftsbericht und Zielbild (Reporting an die Senatsverwaltung für Finanzen, mit anschließender/m Senats- und/oder Abgeordnetenhausbefassung und -beschluss).

Angaben zur Personalstruktur, betreffend Kriterien 14 und 15, (Mitarbeitende insgesamt, davon Teilzeitbeschäftigte, davon Auszubildende, Frauen in Führungspositionen [zwei Managementebenen unterhalb der Geschäftsführung], Entgeltstrukturen) werden mit dem Jahresabschluss und Lagebericht erfasst und veröffentlicht.

Unterjährig erfolgen zusätzlich und regelmäßige Einzelabfragungen durch die Senatsverwaltung für Finanzen oder auch direkt aus den Reihen des Abgeordnetenhauses.

Regelmäßig abgefragt und veröffentlicht werden auf diesem Wege verschiedenste Kennzahlen aus dem Bereich HR, u.a. dezidierte Angaben zur Personal- und Entgeltstruktur (Landesmindestlohngesetz, Equal Pay), die Anzahl an befristeten Arbeitsverträgen nebst Angabe, ob mit oder ohne Sachgrund, die Schwerbehindertenquote und etwaige getätigte Ausgleichszahlungen gemäß § 160 Absatz 1 SGB IX.

Über wiederkehrende schriftliche Anfragen werden zudem auch verschiedenste Umweltkennzahlen abgefragt und offengelegt, so z.B. der Anteil an für Photovoltaik und/oder Solarthermie genutzten Dachflächen, der E-Anteil der Fahrzeugflotte, das Vorhandensein einer/Umfang der E-Ladesäuleninfrastruktur, angefallene Mengen bestimmter Abfallfraktionen (Lebensmittel, Kunst und Wertstoffe, E- und insbesondere IT-Waste).

*Das Unternehmen legt offen, wie sich die Zielvereinbarungen und Vergütungen für Führungskräfte und Mitarbeiter*innen auch am Erreichen von Nachhaltigkeitszielen und an der langfristigen Wertschöpfung orientieren. Es wird offengelegt, inwiefern die Erreichung dieser Ziele Teil der Evaluation der obersten Führungsebene (Vorstand/Geschäftsführung) durch das Kontrollorgan (Aufsichtsrat/Beirat) ist. (DNK 8)*

8. Anreizsysteme

Gemäß dem Berliner Corporate Governance-Kodex beschließt das Aufsichtsratsplenum das Vergütungssystem für die Geschäftsführung und legt die Gesamtvergütung der einzelnen Mitglieder der Geschäftsleitung fest. Die Gesamtvergütung der Geschäftsführung setzt sich aus einem Fixum sowie einem variablen Bestandteil zusammen. Der variable Vergütungsanteil basiert auf individuellen Zielvereinbarungen.

Die Vergütung der oberen Führungsebene (AT) enthält ebenso einen variablen Anteil, basierend auf individuellen Zielvereinbarungen zwischen der jeweiligen Führungskraft und der Geschäftsführung. Die Ziele sollen in Zukunft mit der Implementierung der neuen Unternehmensstrategie der Messe Berlin auf das Thema Nachhaltigkeit einzahlen. Hier ist Nachhaltigkeit als eine von vier strategischen Ecksäulen eingebunden. Das Erreichen der Ziele ist mit der Auszahlung von variablen Gehaltsbestandteilen verbunden, sodass ein klarer Anreiz zum nachhaltigen Handeln geschaffen wird. Im Rahmen des Nachhaltigkeitsstrategieprozesses wird geprüft, ob der Bedarf weiterer Anreizsysteme für eine Verankerung der Nachhaltigkeitsstrategie besteht.

9. Beteiligung von Anspruchsgruppen

Das Unternehmen legt offen, wie gesellschaftliche und wirtschaftlich relevante Anspruchsgruppen identifiziert und in den Nachhaltigkeitsprozess integriert werden. Es legt offen, ob und wie ein kontinuierlicher Dialog mit ihnen gepflegt und seine Ergebnisse in den Nachhaltigkeitsprozess integriert werden. [DNK 9]

Eine breite Einbindung der wichtigsten internen und externen Anspruchsgruppen ist Grundlage bei der Erarbeitung und Implementierung der Nachhaltigkeitsstrategie. Eine erste Stakeholdermap wurde 2022 bereits entwickelt und soll im Zuge der Wesentlichkeitsanalyse vertieft werden. Dazu soll sowohl die Relevanz als auch der Einfluss einzelner Anspruchsgruppen auf die Messe Berlin ermittelt und die Erwartungen der Stakeholder zu Nachhaltigkeitsaspekten bei der Messe Berlin identifiziert werden.

Aus dem ersten Entwurf der Stakeholdermap leitet sich eine Vielzahl von Stakeholdern ab, mit denen die Messe Berlin im permanenten Austausch und Zusammenarbeit steht:



Die wichtigste Anspruchsgruppe bei der Implementierung und Verankerung eines Nachhaltigkeitsmanagements stellen die Mitarbeitenden dar. Die Beteiligung am Nachhaltigkeitsmanagement soll bei der Messe Berlin auf drei Ebenen verteilt werden. Die erste Ebene stellt die Steuerungsebene dar, in der die leitenden Organe (Geschäftsführung, Executive Advisory Board, Bereichsleiter:innen) übergreifende Entscheidungen treffen und für die Kontrolle der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie verantwortlich sind. Die zweite Ebene bildet die Fachebene, die durch das Sustainability Team gesteuert werden soll. Das Team ist für die Entwicklung und Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie in den jeweiligen Fachbereichen verantwortlich. Die dritte Ebene stellen alle anderen Mitarbeitenden dar, die bei der Umsetzung der Strategie in ihrem Bereich unterstützen.

Bei der Messe Berlin existieren interne Plattformen und Initiativen, bei denen sich die Mitarbeitenden freiwillig beteiligen können. Dazu zählt unter anderem die „Inspirationswerkstatt“.

Die Grassroots-Initiative hat sich proaktiv aus der Mitarbeiterschaft heraus entwickelt und ist ein Format mit Werkstatt-Charakter – ein Ort, an dem Mitarbeitende kreativ werden können und Ideen von außen bekommen können. Dabei spielen nachhaltige Themen eine wichtige Rolle. So sind aus der Inspirationswerkstatt heraus Ideen entstanden wie die Kräuterinsel „Grünhilde“ oder Insektenhotels, die gebaut wurden. Die Inspirationswerkstatt ist Teil des im Jahr 2019 ins Leben gerufenen „Creative Campus“, der den Austausch der Mitarbeitenden aus unterschiedlichen Fachbereichen fördert und die Kolleginnen und Kollegen und die Weiterentwicklung des Unternehmens aus Mitarbeitersicht begleiten soll.



Internes ReUse-Projekt der Messe Berlin „Grünhilde“- mobiler Kräutergarten aus Standbaumaterialien

Das Social Intranet der Messe Berlin „MyMB“ ist die zentrale Plattform für die interne Kommunikation in der Unternehmensgruppe. Die Nachhaltigkeitsbeauftragte hat einen eigenen Informationsbereich zum Thema Nachhaltigkeitsmanagement aufgebaut.

Hier finden Mitarbeitende alle wichtigen Informationen rund um das Thema Nachhaltigkeit bei der Messe Berlin. In einem Newsblog informiert die Nachhaltigkeitsbeauftragte über aktuelle Themen und Entwicklungen. Außerdem ist das Thema Nachhaltigkeit und die nachhaltige Entwicklung der Messe Berlin regelmäßig Bestandteil des GF-DIALOGS, einer zentralen Informationsveranstaltung für Mitarbeitende.

ÖKONOMIE UND GOVERNANCE

10. Innovations- und Produktmanagement

Das Unternehmen legt offen, wie es durch geeignete Prozesse dazu beiträgt, dass Innovationen bei Produkten und Dienstleistungen die Nachhaltigkeit bei der eigenen Ressourcennutzung und bei Nutzern verbessern. Ebenso wird für die wesentlichen Produkte und Dienstleistungen dargelegt, ob und wie deren aktuelle und zukünftige Wirkung in der Wertschöpfungskette und im Produktlebenszyklus bewertet wird. [DNK 10]

Seit jeher sind Messen ein „Marktplatz der Innovationen“ und die „Plattform der Zukunft“ – sie sind Trendbarometer, Wettbewerbs- und Innovationstreiber und nicht selten Schmelztiegel und Inkubator für innovative und erfolgreiche Geschäftsmodelle und Kundenbeziehungen. Offenheit für Neues, permanente Weiterentwicklung und Fortschritt sind Kernassets einer Messegesellschaft. Die Innovationskraft unterstreicht zuletzt die im Jahr 2022 von der Schlesinger Group Germany im Auftrag der Messe Berlin durchgeführte Markenstudie. Rund 75 % der befragten Berliner:innen gaben hier an, dass die Messe Berlin für Zukunftsfähigkeit und Innovationskraft steht.

Insbesondere die Plattform-Funktion von Messen birgt ein großes Innovationspotenzial, da hier die Transformation hin zu einer nachhaltigeren Gesellschaft gestaltet werden kann. Die Messe Berlin beobachtet insbesondere seit dem Restart im Frühjahr 2022 bei den Eigenveranstaltungen eine starke Fokussierung auf nachhaltige Themen. Das gilt sowohl für B2B- als auch für B2C-Veranstaltungen. Hier wird die Messe zur Plattform des Diskurses über nachhaltige Entwicklungen. Menschen aus aller Welt tauschen sich in ihren Branchen über neue Ansätze und Lösungswege für eine nachhaltigere Zukunft aus.

Daneben setzt die Messe Berlin auf eine nachhaltige und innovative Geschäftsentwicklung, um sich zukunftsgerichtet aufzustellen. Dies bildet vornehmlich die neue Unternehmensstrategie PINK ab, bei der neben Produktportfolio (=P), Innovation (=I) und Kundenorientierung (=K) Nachhaltigkeit (=N) eine tragende Säule darstellt.

Ein Beispiel für nachhaltige Innovationen im Unternehmen ist das im Jahr 2022 eingeführte Logistikoportimierungstool „Visifair“. Das digitale Slotsystem steuert die Zufahrt zum Gelände während der Veranstaltungszeiten. Durch die Buchung von genauen Ladezeiten und -zonen auf dem Messegelände kann die Zufahrt geordnet erfolgen. Das bedeutet eine massive Entlastung für die Verkehre auf dem Messegelände und im angrenzenden Stadtgebiet, da viele Staus vermieden werden, die vor Einführung des digitalen Systems im Auf- und Abbau von Veranstaltungen an der Tagesordnung waren. Dadurch werden im mobilen Bereich CO₂-Emissionen eingespart.

Die Messe Berlin hat während der Corona-Pandemie digitale Lösungen entwickelt, um Networking und Matchmaking auf Veranstaltungen zu verbessern und somit auch den Dialog und Partnerschaften zu fördern. In diesem Kontext stellt die Messe Berlin auf ihren Veranstaltungen eine digitale Plattform für Matchmaking, virtuelle Produktpräsentation und Live-Präsentationen zur Verfügung.

Daneben bildet der Einkauf einen wichtigen Bestandteil bei der Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen nach ESG-Kriterien. Darunter fällt u.A. die Regionalität oder Zertifizierungen wie z.B. der Blaue Engel. Mit der Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie sollen diese Faktoren konkretisiert werden und in die Neubeschaffung von Produkten und Dienstleistungen miteinfließen.

Weitere interne Initiativen engagieren sich bei der Entwicklung innovativer und nachhaltiger Ideen, wie z.B. die Inspirationswerkstatt. In Arbeitsgruppen werden hier verschiedene Ideen entwickelt und Verbesserungspotenziale identifiziert, um den Arbeitsalltag und Prozesse im Unternehmen nachhaltiger zu gestalten.

Alle wesentlichen Eingaben bei Gesetzgebungsverfahren, alle Einträge in Lobbylisten, alle wesentlichen Zahlungen von Mitgliedsbeiträgen, alle Zuwendungen an Regierungen sowie alle Spenden an Parteien und Politiker sollen nach Ländern differenziert offengelegt werden. [DNK 19]

Alleingesellschafter der Messe Berlin GmbH ist das Land Berlin, welches über ein aktives Beteiligungsmanagement und –controlling Führung und Kontrolle ausübt.

In den Beteiligungshinweisen werden die Rechte und Pflichten zusammengefasst und haben bindenden Charakter. Die Geschäftstätigkeit der Unternehmensgruppe wird durch eine Vielzahl gesetzlicher und unter gesetzlichen Rahmenbedingungen, insbesondere des Landes Berlin, beeinflusst. Aber auch übergeordnete Gesetzgebung auf Bundes- sowie europäischer Ebene wirken auf das Unternehmen Messe Berlin ein. Vor diesem Hintergrund bringt sich die Messe Berlin – überwiegend auf Aufforderung durch Politik und Verwaltung in den demokratischen Meinungsbildungsprozess ein. Dies erfolgt über Stellungnahmen, schriftliche Eingaben, Erfüllung von Berichtsaufträgen und Berichtsstandards sowie auch durch regelmäßige Gespräche und Abstimmungsprozesse mit Politik und Verwaltung – insbesondere mit den Senatsverwaltungen für Finanzen sowie für Wirtschaft, Energie und Betriebe.

Im Berichtszeitraum gab es keine Eingaben seitens der Messe Berlin zu laufenden Gesetzgebungsverfahren.

Die Messe Berlin verhält sich parteipolitisch neutral, ist nicht in Lobbylisten eingetragen. Zuwendungen oder Spenden an Parteien oder Politiker werden grundsätzlich nicht getätigt. Die Messe Berlin unterhält derzeit rund 114 institutionelle bzw. persönliche Mitgliedschaften von Mitarbeitern. Diese stehen in engem Sachzusammenhang mit den Aufgaben bzw. Geschäftsfeldern der Messe Berlin. Zu nennen sind hier in erster Linie die Mitgliedschaften bei den führenden Branchenverbänden der Messewirtschaft beim [Verband der Deutschen Messewirtschaft \(AUMA\)](#) und bei der [Union des Foires Internationales \(UFI\)](#) sowie auch bei der [Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH](#) und der [Initiative mehrwert Berlin](#).

11. Politische Einflussnahme

12. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten

Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Standards, Systeme und Prozesse zur Vermeidung von rechtswidrigem Verhalten und insbesondere von Korruption existieren, wie sie geprüft werden, welche Ergebnisse hierzu vorliegen und wo Risiken liegen. Es stellt dar, wie Korruption und andere Gesetzesverstöße im Unternehmen verhindert, aufgedeckt und sanktioniert werden. (DNK 20)

Die Messe Berlin GmbH ist das führende Unternehmen der Unternehmensgruppe Messe Berlin mit inländischen und ausländischen Beteiligungsgesellschaften und nimmt damit eine Vorbildfunktion für die Institutionalisierung und Einhaltung von Compliance in der Unternehmensgruppe ein.

Für die Messe Berlin bedeutet Compliance die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen, der Satzung der Gesellschaft und ihren Geschäftsordnungen sowie der unternehmensinternen Regelungen.

Der Code of Conduct bildet als oberste Regelungsstufe die zentralen Grundsätze zu Compliance innerhalb der UG Messe Berlin ab, die in verschiedenen Compliance-Regelungen ausgeprägt sind. Die internen Compliance-Regelungen bzw. Policies geben den Beschäftigten und Führungskräften der UG Messe Berlin konkrete Handlungsanweisungen zu wichtigen Compliance-Themen und stellen das Compliance-konforme Verhalten bei allen Aktivitäten sicher. Das Regelwerk unterläuft einen kontinuierlichen Prozess der Überprüfung und Anpassung. Für 2023 ist die Implementierung neuer grundlegender Policies zum Compliance Management System mit der Aufbau- und Ablauforganisation, zum Verhalten bei Interessenkonflikten und zur Anti-Korruption beabsichtigt. Nachgeschärft werden 2023 ebenso die Richtlinie Einkauf und die Richtlinie Sales.

Compliance ist Bestandteil der zentralen Leitungsverantwortung und obliegt der Geschäftsführung. Die Geschäftsführung der Messe Berlin bekennt sich zur Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und unternehmensinternen Regelungen durch alle Beschäftigten und unterstützt dies aktiv. Durch die verpflichtende Teilnahme im Zweijahresturnus an internen Compliance-Schulungen findet eine regelmäßige Sensibilisierung aller Mitarbeitenden und Führungskräfte insbesondere im Hinblick auf die Gefahren von Korruption statt. Für die Beschäftigten werden webbasierte Pflicht-Seminare mit einem Selbsttest zur Überprüfung des Compliance-Verständnisses angeboten. Die Führungskräfte erhalten persönliche Schulungen durch einen auf Compliance spezialisierten Fachanwalt.

Neben der Geschäftsführungsfunktion Compliance besteht das Compliance-Management-System aus Compliance Officer, Compliance-Komitee und einer externen anwaltlichen Ombudsperson. Der Compliance Officer nimmt eine Linienverantwortung für das Compliance-Management-System (CMS) der Unternehmensgruppe wahr und hat darüber hinaus in Fragen der Compliance eine Beratungsfunktion für alle Beschäftigten. Das Compliance-Komitee und die Ombudspersonen sind funktionaler Bestandteil des Hinweisgebersystems, das bei der Messe Berlin bereits 2011 implementiert wurde.

Nach dem neuen, 2023 in Kraft tretenden Hinweisgeberschutzgesetz erforderliche Anpassungen werden vorgenommen. Neben der Möglichkeit, sich bei Compliance-Hinweisen an die interne Compliance-Stelle zu wenden, besteht nach dem Hinweisgebersystem der Messe Berlin die Möglichkeit, vertraulich und unter Wahrung der Anonymität über die externe Ombudsperson Hinweise auf Straftaten wie Korruption oder Gesetzes- und interne Regelverstöße zu melden. Dabei werden schwerwiegende Compliance-Verstöße von Beschäftigten mit einer Handlungsempfehlung an die Geschäftsführung weitergeleitet, die entsprechende Sanktionen verhängt.

Mehrere im Jahre 2022 durchgeführte Compliance-Verfahren, in denen über die anwaltliche Ombudsperson auf mutmaßliche Compliance-Verstöße hingewiesen wurde, haben die Robustheit des Hinweisgebersystems bewiesen. Die Hinweise wurden jeweils mit unterschiedlichen Konsequenzen abgeschlossen. Soweit daraus Handlungsempfehlungen folgten, wie z.B. die Überarbeitung der Richtlinie Einkauf, werden diese 2023 umgesetzt.

Unter Berücksichtigung der von der Geschäftsführung vorgegebenen Compliance-Ziele werden die bisher erfassten Compliance-Risiken der Unternehmensgruppe Messe Berlin im Rahmen des Aufbaus und der Implementierung einer regelmäßig wiederkehrenden Compliance-Risikoanalyse in 2023 geprüft. Mithilfe von Risk-Assessments werden die Geschäftsaktivitäten, Bereiche und Prozesse, in denen wesentliche Risiken zu vermuten sind und es am ehesten zu Compliance Vorfällen kommen kann, bestimmt. Die dort bestehenden Risiken werden identifiziert und Risikoszenarien konkretisiert sowie bewertet und ggf. aggregiert. Dies geschieht über alle wesentlichen Beteiligungen der Unternehmensgruppe der Messe Berlin hinweg, sodass wesentliche Risiken vollständig erfasst und Compliance-Risiken regelmäßig validiert werden können. Aus diesem Verfahren zur systematischen Aufnahme und Berichterstattung der bestehenden Risiken für Verstöße gegen einzuhaltende Regeln werden Handlungsmaßnahmen für das Compliance-Programm abgeleitet.

Ungeachtet der internen Regelungen zur Sicherstellung von gesetzes- und richtlinienkonformem Verhalten wendet die Messe Berlin GmbH als nicht börsennotiertes Unternehmen den Berliner [Corporate Governance Kodex \(BCGK\)](#) an.

Abweichungen zu Empfehlungen des Kodex werden von der Messe Berlin in einer Entsprechenserklärung offengelegt. Die Verpflichtung zur jährlichen Abgabe einer BCGK-Erklärung (BCGK – Entsprechenserklärung 2022) stellt die regelmäßige interne wie externe Überprüfung der hier gemachten Vorgaben sicher.



UMWELT

13. Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen

Das Unternehmen legt offen, in welchem Umfang natürliche Ressourcen für die Geschäftstätigkeit in Anspruch genommen werden. Infrage kommen hier Materialien sowie der Input und Output von Wasser, Boden, Abfall, Energie, Fläche, Biodiversität sowie Emissionen für den Lebenszyklus von Produkten und Dienstleistungen. (DNK 11)

Im Zuge ihrer Geschäftstätigkeiten beansprucht die Messe Berlin eine Vielzahl natürlicher Ressourcen. Hierzu zählen im Wesentlichen:

1. Fläche [m³]
2. Wärme- und Kälteenergie [kWh] für Heiz- und Kühlzwecke
3. Strom, insbesondere für Beleuchtungszwecke [kWh]
4. Abfall [m³ und l], der beim Auf- und Abbau und während der Veranstaltungen entsteht
5. Fossile Energien durch Logistik und Veranstaltungsverkehr [t CO₂]
6. Wasser [m³] für sanitäre Anlagen

Fläche [m³]

Die Fläche der Messe Berlin stellt durch die Nutzung und Vermietung des Messegeländes und der Messehallen die größte Ressource dar. Mit dem Gelände unter dem Funkturm verfügt die Messe Berlin GmbH über ein insgesamt 550.000 m² umfassendes innerstädtisches Gelände. Verteilt auf 26 Hallen zzgl. multifunktionale Kongresshallen CityCube Berlin und hub27 Berlin stehen insgesamt 190.000 m² Veranstaltungsfläche zur Verfügung.

Im Messegelände befinden sich außerdem insgesamt 550.000 m² Fläche, darunter der denkmalgeschützte Sommergarten sowie der Japanische Garten. Die Fläche wird teilweise für Veranstaltungen genutzt und dient als Erholungsort.

Vegetationsfläche [m³]

SOMMERGARTEN

1. Rasenoval	360 m ³
2. weitere Rasenflächen/Schotterrasen	2400 m ³
3. Gehölzflächen (Stauden/Hecken/Gehölze)	460 m ³

JAPANISCHER GARTEN

1. Rasenflächen	ca. 280 m ³
2. Gehölzflächen	ca. 450 m ³
3. Teichanlage	ca. 4 m ³
3. Gehölzflächen (Stauden/Hecken/Gehölze)	460 m ³



Der Japanische Garten der Messe Berlin

Der Betrieb des Messegeländes geht mit der Nutzung und dem Verbrauch weiterer Ressourcen einher, wie z.B. Energie, Materialien, personelle Ressourcen etc. Dabei ist der Verbrauch und die Nutzung von Ressourcen im Veranstaltungsbetrieb und in der Grundlast (Geländebetrieb und -instandhaltung, alltäglicher Geschäftsbetrieb der Konzernverwaltung) getrennt voneinander zu bewerten. Spitzenverbräuche werden insbesondere in veranstaltungsintensiven Zeiträumen – wie zu den großen Leitmessen – erreicht.

Außerdem unterscheidet sich die Intensität des Ressourcenverbrauchs von Messeveranstaltung zu Messeveranstaltung. Eine Leitmesse verbraucht durch die Nutzung einer großen Fläche mehr Energie, Strom, Abfall, Wasser und fossile Energien als kleinere Gastveranstaltungen.

Energieverbrauch [MWh]

Der Großteil des Energieverbrauchs der Messe Berlin fällt im Veranstaltungsbetrieb an. Neben Wärme- und Kälteenergie für Heiz- und Kühlzwecke wird insbesondere die Ressource Strom verwendet, primär für Beleuchtungszwecke:

KENNZAHL	Angabe	Anteil erneuerbarer Energien
Gesamter Energieverbrauch	60.000 MWh	60 %
Wärmeverbrauch	35.000 MWh	11 % erneuerbare Energien (BKHW + Pellets)
Stromverbrauch	25.000 MWh	100 % (Ökostrom, Photovoltaikanlage)



Die Wärmeerzeugung erfolgte in einem Energiemix aus Gas und Pellet, wobei Gas zu 89,1 % der Hauptenergieträger ist. Öl wurde aus technischen Gründen nicht eingesetzt. Somit belief sich der klimaneutrale Pellet-Anteil auf 10,9 %.

Der Stromverbrauch ist durch die Nutzung von Ökostrom und den Strom der PV-Anlagen zu 100 % regenerativ.

Insgesamt liegt der Anteil regenerativer, klimaneutraler Energien bei circa 60 %.

Aufgrund der Gasmangellage im Jahr 2022 hat die Messe Berlin einen besonderen Fokus darauf gelegt, im Energiemanagement weitere, effektive Einsparpotentiale zu identifizieren und umzusetzen. Im Vergleich zum Vor-Corona-Jahr 2018, wurden dabei 4 Mio. kWh eingespart. Das macht eine Stromeinsparung von circa 50 % aus. Die Messe Berlin rechnet für die Folgejahre mit einem höheren Energieverbrauch durch die Normalisierung des Veranstaltungsbetriebs nach Ende der Corona-Beschränkungen. Das Ziel ist, mit den geplanten Maßnahmen (siehe Kriterium 12) den Anteil regenerativer Energien deutlich zu steigern.

Abfall [m³ und l]

Die auf dem Messegelände anfallenden Abfälle werden vollumfänglich über das Waagesystem der Messe Berlin nach Fraktionen (Gewerbeabfall, Speiseabfall, Pappe/Papier, Glas, Folie, Holz [behandelt + unbehandelt], Speiseöl/Fette, anorganische Chemikalien, Baumischschutt, Schrott, Teppich, Mist, Straßenkehrgut, Sand, Farben und Lacke, elektrische Geräte, Bioabfall) erfasst und dokumentiert:

- 800 Container à 1.1 m³ – für die Fraktionen Abfall zur Verwertung (AZV), PPK, Glas und Leichtverpackungen
- 200 Container à 240 l für die Fraktionen AZV, PPK, Glas und Leichtverpackungen
- 100 Container à 240 l für die Fraktion Speisereste
- 100 Container à 120 l für die Fraktion Speisereste
- 10 Selbstpresscontainer à 20 m³ mit Hub-Kipp Vorrichtung
- 40 – 100 Wechselcontainer in den Größen 7, 15, 25, 40 m³ div. ASP und ASF-Sonderabfallbehälter, Gitter- und LRC Boxen, Spannringdeckelbehälter

Im Folgenden werden die Abfälle tabellarisch gelistet, die den größten Einfluss auf die Grundlast haben:

GRUNDLAST ABFÄLLE	2018	2019	2020	2021	2022
Gewerbeabfall	335	352	222	204	224
Altholz A III	218	186	92	49	123
Bioabfall (z.B. Grünschnitt)	131	153	133	114	47
Sperrmüll	81	77	36	15	31
Speiseabfälle	65	58	26	16	83
Schrott	41	34	11	16	8
Pappe / Papier	26	30	44	17	14
Bauschutt	14	14	14		
Baumischabfall	0	11	6	3	0
Glas	8	10	3		
Straßenraumabfälle (Kehrmaschine)	26	9	8	3	0
Sonstige Abfälle	52*	11	15		

Angaben in Tonnen (t) / p.a.

*Die hohe Zahl an sonstigen Abfällen im Jahr 2018 ist auf die Entsorgung von 39t Teppich zurückzuführen.

Mobilität/ Logistik

Kraftstoffverbrauch	Benzin: 178,81 MWh; Diesel: 172,01 MWh
Anzahl der Fahrzeuge im Fuhrpark	60
Davon alternative Antriebe (Elektro- und Wasserstofffahrzeuge, ohne hybrid- und gasbetriebene Fahrzeuge)	9
Anzahl Ladesäulen	Circa 20
Anzahl Jobbike-Leasing	15

Wasser [m³]

Frisch-Abwasser (Menge aus dem BWB-Netz, die nach Gebrauch auch wieder ins Abwassernetz geleitet wurde)	100.562 m³
Sprengwasser	37.130 m³
BZ-Verdunstungsmenge für Kühlung	9.711 m³
Der gesamte Frischwasserverbrauch (Trinkwasser)	147.403 m³

14. Ressourcenmanagement

Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und quantitativen Ziele es sich für seine Ressourceneffizienz, insbesondere den Einsatz erneuerbarer Energien, die Steigerung der Rohstoffproduktivität und die Verringerung der Inanspruchnahme von Ökosystemdienstleistungen gesetzt hat, welche Maßnahmen und Strategien es hierzu verfolgt, wie diese erfüllt wurden bzw. in Zukunft erfüllt werden sollen und wo es Risiken sieht. (DNK 12)

Mit Blick auf mögliche Verbesserungen in der Ressourceneffizienz gilt es, ein besonderes Augenmerk auf die veranstaltungsbezogenen, ressourcenintensiven Verbräuche zu legen. Dabei setzt sich die Messe Berlin für eine kontinuierliche Verbesserung der Verbrauchswerte ein. Hier müssen ökologische, ökonomische und soziale Anforderungen aufeinander abgestimmt werden. Ziel ist es, große Hebel zur Steigerung der Ressourceneffizienz zu identifizieren. Dabei wird es Aufgabe der Unternehmensbereiche sein, Verbräuche zu ermitteln und diese stetig durch Maßnahmen und Ziele zu verbessern.

Im Folgenden werden auf Grundlage der wesentlichen Ressourcen durchgeführte und geplante Maßnahmen beschrieben, die der Messe Berlin bei der Steigerung der Ressourceneffizienz helfen:

Energiemanagement

Mit dem im Jahr 2015 zertifizierten Energiemanagementsystem DIN EN ISO 50001 verfügt die Messe Berlin über ein regelmäßiges Monitoring und einen Reportingprozess im Bereich Energie. Ziel ist, Einsparpotentiale zu identifizieren und durch geeignete Maßnahmen die Energieeffizienz kontinuierlich zu verbessern.

Die Energiekrise 2022 hat noch mal ein besonderes Augenmerk auf das ohnehin schon effiziente Energiemanagementsystem gelegt. Durch ein neu gegründeten Energiestab wurden weitere effektive Einsparpotentiale untersucht und auf Grundlage der Berliner Energiesparverordnung umgesetzt (siehe Tabelle). In dieser Zeit bestand die Herausforderung für die Messe Berlin darin, zum einen möglichst viel Energie einzusparen und gleichzeitig genug Energie zu haben, um den Veranstaltungsbetrieb am Laufen zu halten und das Messegeschäft zu sichern.

Um sich für weitere Krisen wie die Klimakrise zu rüsten, hat die Messe Berlin im Jahr 2022 bereits große Hebel zur Steigerung u.A. der Energieeffizienz identifiziert. Gemeinsam mit den Berliner Stadtwerken plant die Messe Berlin die Errichtung einer PV-Anlage.

Diese wird auf den Hallendächern auf dem Messegelände errichtet und umfasst eine Nutzfläche von circa 50.000 m². Damit wird die PV-Anlage nach Fertigstellung die derzeit größte Photovoltaikanlage Berlins und die drittgrößte Auf-Dach-Anlage Deutschlands. Die Eigenverbrauchsquote des Solarstroms wird mit 80 Prozent prognostiziert. Rund 20 Prozent können in das Berliner Stromnetz eingespeist werden. Durch die Photovoltaikanlage ist es der Messe Berlin möglich, den eigenen CO₂ Verbrauch um circa 2.500t pro Jahr zu reduzieren. Der Baustart erfolgt im Herbst 2023. Die Anlage soll im Jahr 2025 fertiggestellt sein.



Außerdem wird für 2023-2025 die Erneuerung und Modernisierung des gesamten Wärme- und Kältesystem in Kooperation mit e.on geplant. Hierbei soll das gesamte Wärme- und Kältesystem der Messe Berlin umgebaut und mit klimafreundlichen Technologien ausgestattet werden. Durch z.B. das Installieren eines Holzpelletkessels, den Verzicht auf klimaschädliche Kältemittel und weiteres, sollen kurzfristig mehr als 50 % CO₂ eingespart werden.



Folgende Maßnahmen wurden insgesamt im Jahr 2022 im Energiemanagement umgesetzt und geplant:

DURCHGEFÜHRTE UND FORTLAUFENDE MASSNAHMEN	GEPLANTE MASSNAHMEN UND ZIELE
Installation von Energiezählern an allen Gebäuden (laufend)	Berlins größte PV-Anlage (geplant mit 6 MWp, erhöht auf 8,5 MWp) auf circa 80% der Hallendächer (2023-2025)
Errichtung von 10 Elektroladesäulen (2022, fortlaufend)	Umbau des gesamten Wärme- und Kältesystems (Betriebszentrale) auf klimafreundliche Technologien (2023 - 2025)
Abschaltung dekorativer Beleuchtung (ICC, Funkturm und weitere) (2022)	Erneuerung der Energieerzeuger, Netztemperaturabsenkung (2023 - 2025)
Reduzierung der Büro- und Hallensolltemperatur auf 19 Grad (2022)	
Austausch von Wärmeübertragungsstationen (laufendes Projekt seit 2021)	
Optimierung der Fahrweise der Klimatisierung und Wärmeerzeugung (jede Veranstaltung und Grundlastbetrieb)	
Überwachung der Torschließungen während des Auf- und Abbaus (laufend)	
Umsetzung eines energieoptimierten Schaltkonzeptes für die Außenbeleuchtung (u.a. durch die Installation von Präsenzmeldern)	
Umrüstung auf LED-Beleuchtung (laufend)	
20 % Wärmeeinsparungen in der Grundlast durch die Nutzung der hauseigenen Blockkraftheizwerke statt des Betriebs von Heizkesseln	
Nachrüstung von Thermostatventilen an statischen Heizkörpern in den Hallen im Südgelände (Hallen 1-7), ca. 500 Stück (2022 - 2023)	
Modernisierung von einzelnen Wärmeübertragungsstationen (laufend)	
Reduzierung auf das jeweilige Minimum von Heizung/Klimatisierung während des Auf- und Abbaus von Veranstaltungen (laufend)	

Umweltfreundliche Produktion von über 30 Prozent des benötigten Stroms über Kraftwärmekopplung (laufend)

Installation von Wärmerückgewinnungsanlagen in den Messehallen zur Nutzung der Abluft

Energetische Gebäudesanierung / Nachhaltiges Bauen

Im Jahr 2017 hat die Messe Berlin einen Nachhaltigkeitsleitfaden entwickelt, der die Verwendung umweltverträglicher Materialien und Prozesse vorschreibt. Der Leitfaden fordert und fördert den Einsatz von Produkten, die für die Umwelt und die menschliche Gesundheit ungefährlich sind.

Abfallmanagement

Vor, während und nach einer Messeveranstaltung fällt vor allem viel Abfall an. Von den Verpackungsmaterialien über den Einwegteppich bis hin zu den nicht wiederverwendbaren Standbaumaterialien. Die Messe Berlin ist sich den erheblichen negativen (Umwelt-) Auswirkungen durch den Abfall von Messeveranstaltungen bewusst und will dahingehend ihre Nachhaltigkeitsleistung steigern. Die Messe Berlin bietet bereits an vielen Stellen entsprechende Entsorgungs- und Trennmöglichkeiten an. Nun ist es wichtig Konzepte zu entwickeln, die einerseits die Erwartungen und Interessen der am Prozess beteiligten Akteure berücksichtigen und gleichzeitig zur Abfallvermeidung und -reduzierung sensibilisieren und motivieren.

Folgende Maßnahmen wurden insgesamt im Jahr 2022 im Abfallmanagement umgesetzt und geplant:

DURCHGEFÜHRTE MASSNAHMEN	GEPLANTE MASSNAHMEN UND ZIELE
Einsatz von Trennstoffbehältern im Publikumsbereich für Pappe/Papier, Glas, Verpackungen und Restmüll	Kooperation mit dem Studiengang Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagement der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin: Entwicklung eines Abfallmanagementkonzepts (2023 - 2024)
Getrennte Sammlung von Wertstoffen bei der Entsorgung des Ausstellungsabfalls: Holz, Pappe/Papier Glas, Folien	Geplanter Messe-Berlin-Aktionstag zum 100. Geburtstag: Tiny Houses sollen aus wiederverwendbaren Materialien für obdachlose Menschen gebaut werden zusammen mit der NGO Little Home e.V. (2023)
Separate Sammlung von Speiseresten und Entsorgung über Biogasanlage	Weiterführung des Re-Use Projekts: Wiederverwendung von Standbaumaterialien nach Veranstaltungen. Learnings aus dem Pilotprojekt auf der DMEA 2023 anwenden

DURCHGEFÜHRTE MASSNAHMEN	GEPLANTE MASSNAHMEN UND ZIELE
Zusammenarbeit mit Entsorgungsunternehmen, das nach ISO 9001 zertifiziert ist und Entsorgungstechnik und Gerätschaften gemäß dem neuesten Stand der Technik verwendet	Einführung von Abfalltrennbehältern in den Büroflächen der Konzernverwaltung (2023)
Bei der Auswahl der Verwertungs- bzw. Beseitigungsanlagen wird neben der Wirtschaftlichkeit der Anlagen auch auf die Entfernung zum Messegelände geachtet, um Schadstoffemissionen und Treibstoffverbrauch gering zu halten	Entwicklung deutschlandweiter Lösungen gemeinsam mit dem AUMA AG Abfallmanagement (2023)
Gründung des Innovationboards: Zusammenschluss aus Mitarbeitenden des Entsorgungsunternehmens und dem Fachbereich Entsorgung bei der Messe Berlin sowie der Nachhaltigkeitsmanagerin zur Erarbeitung von innovativen und nachhaltigen Lösungen im Bereich Abfall	
Re-Use Pilotprojekt auf der belektro: Kooperation mit der Berliner Senatsverwaltung für Umwelt, Mobilität, Verbraucher- und Klimaschutz bei der Zero Waste-Initiative ReUse Berlin, um die Wiederverwertung von Standbaumaterialien voranzutreiben	
Zusammenarbeit mit der Berliner Tafel zur Weiterverwendung von übriggebliebenen Lebensmitteln auf Veranstaltungen: Spendenaufkommen von 46 Tonnen Obst und Gemüse im Jahr 2022 (FRUIT LOGISTICA).	
Plastikfreie Kantine; auf vorportionierte, einzelverpackte Waren wird zugunsten von Müllvermeidung weitestgehend verzichtet	



ALBA 
Wir nennen es Rohstoff.

 Hochschule für
Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law

Catering und Lebensmittel

	DURCHGEFÜHRTE MASSNAHMEN	GEPLANTE MASSNAHMEN UND ZIELE
Speisen	vegane Menüoption fester Bestandteil im Angebot der Kantine (2-mal pro Woche) Vegetarische Gerichte als täglicher Bestandteil des Angebots in der Kantine	Reduzierung von Rind- und Schweinefleisch Veganuar: veganer Aktionsmonat in der Kantine zur Sensibilisierung der Mitarbeitenden
Getränke	Zusammenarbeit der Capital Catering GmbH (Tochterunternehmen Messe Berlin) mit regionalen Unternehmen als Hauptpartner für Anlieferung von Mineralwasser und Säften: durch verkürzte Lieferwege Einsparung von ca. 30 Tonnen CO ₂ jährlich Bezug von Kaffeebohnen ausschließlich über regionalen Anbieter: durch verkürzte Lieferwege Einsparung von ca. 3 Tonnen CO ₂ jährlich Umstellung des Bezugs von Wein auf lokale Händler: durch verkürzte Lieferwege Einsparung von CO ₂	Ab 2023 ausschließlich Bezug von Milch aus Haltungsfarm 4 (Bio Label). Alternative Milchprodukte können nach Bedarf von den Kunden und der Belegschaft für die Büroküchen bestellt werden
Non Food	Genutzte Einwegteller sind komplett plastikfrei und vollständig kompostierbar Verwendung von plastikfreien Coffee-to-go-Cups Keine Verwendung von Trinkhalmen Zusammenarbeit mit einer regionalen Wäscherei zur Reinigung der Personal Kleidung: Auf Grund der verkürzten Transportwege CO ₂ -Ersparnis von ca. 21 Tonnen jährlich	In Planung: Anschaffung eines Komposters für Speisereste, Einwegteller, Einwegbestecke und Coffee-to-go-cups: Erwartete CO ₂ -Ersparnis durch entfallende Entsorgungsfahrten von circa 8 Tonnen jährlich

DURCHGEFÜHRTE MASSNAHMEN	GEPLANTE MASSNAHMEN UND ZIELE
<p>Ressourcen Austausch von drei Spülstrecken. Neue Geräte sind ausgestattet mit: Climate Pro Energiesparsystem (FHP18), permanenter Schmutzaustragung, Low-Chem-Reinigungssparsystem und Energierückgewinnung. Dabei wurden circa 30 Prozent Energie, Wasser und Chemikalien eingespart</p> <p>Anschaffung von drei weitere Elektrorollern: Reduzierung der Fahrten mit Diesel-PKW's auf dem Gelände</p>	<p>In Planung: Umstellung der gesamten Fahrzeugflotte auf Elektroantrieb, interne Belieferungen auf dem Messegelände sollen komplett emissionsfrei werden</p>



Berliner Tafel Kooperation gegen Lebensmittelverschwendung

Wassermanagement

Die Ressource Wasser wird vorrangig durch die Servicetochter Capital Catering GmbH sowie für Facility Maßnahmen (Reinigungsarbeiten) und Vegetationspflege in Anspruch genommen.

In 2021 wurden für die zu bewässernden Vegetationsflächen rund 30.000 m³ verbraucht. Der Gesamtverbrauch von Stadtwater lag bei etwa 111.000 m³. Ursache für die deutlichere Reduzierung im Vergleich zu 2019 liegt sowohl daran, dass das Gelände in der Pandemiezeit weniger bespielt wurde und dementsprechend Einsparmaßnahmen greifen mussten. Zudem hat ein Umdenken im Bewässerungsmanagement stattgefunden. Das Einsparen von natürlichen Ressourcen wurde hier als neues Ziel definiert, so dass Rasenflächen deutlich weniger beregnet werden.

Für die Bewässerung der Vegetationsflächen sind in den Bereichen Sommergarten, Japanischer Garten, Service Hof Nord und am Verwaltungsgebäude automatische Bewässerungsanlagen eingebaut. Durch die Steuerung der Bewässerungszeiten, überwiegend in den frühen Morgenstunden, wird die Wasserverdunstung und somit auch der Wasserverbrauch erheblich reduziert.

Bei Baumpflanzungen werden Wassersäcke an der Stammbasis angebracht. Sie besitzen den Vorteil, dass das Wasser gezielter im Wurzelraum ankommt und der Wasserverbrauch reduziert wird.

Für die Bewässerung der Pflanzkübel im Außenbereich wird ein Bodenfeuchtefühler, der die genaue Dosierung des Sprengwassers bewirkt, eingesetzt. Um auf die veränderten Klimabedingungen zu reagieren, wird darauf geachtet, bei Nachpflanzungen oder Neuanlagen trockenresistente Arten und Sorten zu verwenden.

Für das Jahr 2023 plant die Messe Berlin eine Machbarkeitsstudie für die Einführung eines Regenwassermanagements durchzuführen. Ziel ist es, die anfallenden Regenmengen nicht ins Abwassernetz einzuleiten, sondern direkt auf dem Messegelände versickern zu lassen. Dieses Projekt soll einen Beitrag zur „Schwammstadt“ Berlin leisten.

Mobilität & Logistik

Im Jahr 2022 setzte die Messe Berlin das Logistikoptimierungstool „Visifair“ ein. Das digitale Slotsystem ermöglicht dem Messe-Betreiber, Logistiker, Spediteure und Aussteller Ladeflächen, Zeitslots und Transportleistungen zu planen und zu buchen. Damit werden Staus vermieden und somit gleichzeitig CO₂ reduziert.

Darüberhinaus werden weitere Maßnahmen zu einer klima- und ressourcenschonenden Mobilität und Logistik umgesetzt und geplant:

DURCHGEFÜHRTE MASSNAHMEN	GEPLANTE MASSNAHMEN UND ZIELE
Empfehlung der Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs für Teilnehmende von Veranstaltungen	Ein BVG-Ticket kann zukünftig direkt über den Messe Berlin Ticketshop vorab erworben werden
Empfehlung des DB-Veranstaltungstickets für Veranstaltungen auf dem Messegelände: Im Jahr 2022 wurden mit dem Ticket 1.762.174 Personenkilometer CO ₂ -frei zurückgelegt. Im Jahr 2021 waren es pandemiebedingt 18.318 km	Verstärkte Kommunikation von Sharing-Modellen für die „letzte Meile“ durch Kooperation mit Jelbie: feste Flächen zum Abstellen von Sharing-Fahrzeugen auf dem Messegelände (2023)
Angebot der Kompensation des CO ₂ -Verbrauchs im Flugverkehr über Atmosfair für alle Teilnehmenden der ITB Berlin	Projektübergreifendes ÖPNV-Veranstaltungsticket in Kooperation mit BVG (geplant für 2024)
2022 kaufte die Messe Berlin Einkauf von 6,043 kg Sustainable Aviation Fuel (SAF) im Jahr 2022 bei der Lufthansa Group, um die Scope 3 Emissionen der Geschäftsreisen zu reduzieren: Reduzierung von 18,064 kg CO ₂ -Äquivalenten	Umwandlung des BVG-Firmenticket für Mitarbeitende in Deutschlandticket, Förderung weiterhin mit 30 Euro/pro Monat pro Mitarbeitenden im Mai 2023

DURCHGEFÜHRTE MASSNAHMEN

GEPLANTE MASSNAHMEN UND ZIELE

Angebot an Mitarbeitende der Messe Berlin zum Leasing eines E-Bikes. Übernahme von zusätzlichen Kosten wie Fahrradschloss, Helm sowie eine Fahrradversicherung

Fahrzeuge des Fuhrparks komplett nach Euronormen zertifiziert und mit Umweltplaketten ausgestattet (Dienstwagen alle euro 6d temp). Fuhrpark besteht aus Dienstfahrzeugen (persönlich zugeordnet), Poolfahrzeugen und Nutzfahrzeugen, mit einer grundsätzlichen höchstmöglichen Laufleistung von 20.000 km/Jahr. Nichtnutzung der maximalen Laufleistungen wird mit Rückvergütungen belohnt

Erstellung eines Konzepts in 2022 zur Umstellung des Fuhrparks auf eine CO₂-neutrale Flotte bis 2030. Status quo 2022: 6 von 60 Fahrzeugen mit elektronischem Antrieb; Ausbau der Ladesäulen auf und am Messegelände (2022: 20 Ladesäulen in Betrieb)

Im Jahr 2022 setzte die Messe Berlin das Logistikoptymierungstool „Visifair“ ein. Das digitale Slotsystem ermöglicht dem Messe-Betreiber, Logistiker, Spediteure und Aussteller Ladeflächen, Zeitslots und Transportleistungen zu planen und zu buchen. Damit werden Staus vermieden und somit gleichzeitig CO₂ reduziert.

Erhaltung des Ökosystems

FLORA

Auf dem Messegelände befinden sich zwei große Vegetationsflächen (der Sommergarten und der Japanische Garten) und weitere kleinere Flächen z.B. am CityCube, Hub 27 und Servicehof Nord. Alle Vegetationsflächen werden fachgerecht, basierend auf einem Grünflächenmanagement und der DIN 18919 Unterhaltspflege, gepflegt. Der Sommergarten wurde 1985 unter Denkmalschutz gestellt. Eine Aufteilung der Grünflächen lässt sich, wie folgt darstellen:

- 1. Rasenoval: ca. 3.600 qm
- 2. Weitere Rasenflächen/Schotterrasen: ca. 24.000 qm
- 3. Gehölzflächen (Stauden/ Hecken/ Gehölze) ca. 4.600 qm

Das Rasenoval wurde durch Verlegung einer Schotter- und Vegetationstragschicht ertüchtigt – Schotterrasen erlaubt die flächenhafte Versickerung von Niederschlägen, womit er zur Entlastung des Kanalsystems und der Grundwassererneuerung beiträgt und Veranstaltungsbelastungen besser standhält.

Der Japanische Garten setzt sich flächenmäßig, wie folgt zusammen:

- Rasenflächen: ca. 2.800 qm
- Gehölzflächen: ca. 4.500 qm
- Teichanlage: ca. 400 qm
- Unbefestigte Flächen: ca. 500 qm

Dort gedeihen typisch fernöstliche Gewächse wie Bambus, Kiefer, Fächerahorn und Ginko und bekanntere Pflanzen wie Tulpenbäume, Feldulmen, Papierbirken, Amberbäume, Hainbuchen, Blauzedern, Douglasien, Stiel- und Roteichen, Sumpfyzypressen und Kobusmagnolien. Die Vegetationsflächen (Rasen/ Gehölze/ Stauden) auf dem Messegelände umfassen insgesamt eine Fläche von ca. 93.000 qm.

Um eine zielgerichtete Nährstoffversorgung zu gewährleisten, wird die Düngung der Vegetationsflächen anhand im Vorfeld durchgeführter Bodenproben vorgenommen. Die Schädlingsbekämpfung an Pflanzen (innen/außen) erfolgt überwiegend über den Einsatz von Nützlingen und wird auf ein Mindestmaß reduziert. Bei der Bekämpfung des Eichenprozessionsspinners wird ausschließlich eine mechanische Bekämpfung (Entfernung der Nester) durchgeführt.



Japanischer Garten der Messe Berlin

FAUNA

Im Japanischen Garten ist der Bau eines Insektenhotels geplant. Das Insektenhotel bietet einen geschützten Nistplatz und eine Überwinterungsmöglichkeit für verschiedene Insektenarten. Durch die Förderung der Insekten werden weitere Nützlinge angelockt, die zur natürlichen Schädlingsbekämpfung und zur Vermehrung der Pflanzen dienen.

Zur Förderung der Biodiversität befinden sich neben einer bienenfreundlichen Wildwiese auf dem Dach der Halle 6 seit 2015 fünf Bienenvölker mit jeweils rund 30.000 Honigbienen, die als wichtige Bestäuberinsekten im Umkreis des Messegeländes aktiv sind.



Bienenvölker auf dem Dach der Messe Berlin

15. Klimarelevante Emissionen

Das Unternehmen legt die Treibhausgas (THG) -Emissionen entsprechend dem Greenhouse Gas (GHG) -Protocol oder darauf basierender Standards offen und gibt seine selbst gesetzten Ziele zur Reduktion der Emissionen an. (DNK 13)

Das Land Berlin hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2045 klimaneutral zu werden. Als Landesunternehmen orientiert sich die Messe Berlin an dieser Vorgabe.

Der Klimaschutz stellt branchenübergreifend ein wichtiges Handlungsfeld dar. Es gilt, klimaschädliche Emissionen systematisch und sukzessive zu reduzieren. Bislang wurde das Thema Klimaschutz in verschiedenen Handlungsfeldern wie Energie oder Mobilität und Logistik separat behandelt (siehe auch Tabelle unten). Die Messe Berlin plant, ein zentrales Klimaschutzmanagement zu entwickeln, das die verschiedenen Handlungsfelder zusammengeführt, bilanziert und THG-Minderungsziele- und -maßnahmen zur CO₂-Reduktion entwickelt. Die Messe Berlin hat in ihrer Personalplanung für das Jahr 2024 eine eigene Stelle für Klimaschutzmanagement geschaffen, die die Zentralisierung und Weiterentwicklung des Themas vorantreiben soll.

Wie jedoch bei allen Themen der Nachhaltigkeit, spielen auch beim Thema Klimaschutz die Interessen, Erwartungen und der Einflussbereich der Stakeholder eine große Rolle. So kann die Messe Berlin den Stakeholdern wie z.B. Ausstellern Klimaschutz-Angebote anbieten, jedoch liegt bislang das Wahrnehmen dieser Angebote bei ihnen. Besonders bemerkbar macht sich diese Herausforderung bei der Wahl des Beförderungsmittels bei der An- und Abreise zum Messegelände. Hierzu nutzt die Messe Berlin bereits unterschiedliche Kommunikations- und Sensibilisierungsmaßnahmen, um zu klimafreundlichen Angeboten aufmerksam zu machen (siehe Tabelle).

Wie in den Kriterien 11 und 12 bereits dargelegt, zählen Energie (Strom, Wärme/Kälte) wie auch Mobilität/Logistik zu den relevanten Emissionsquellen des Messe- und Veranstaltungsgeschäfts. Auch das Thema Catering ist bei der Betrachtung von CO₂ zu berücksichtigen:

HANDLUNGSFELD	MASSNAHMEN	EINSPARUNGEN	TERMIN
ENERGIE			
	Flächendeckende Photovoltaikanlage	Circa 2.500 t CO ₂ /Jahr	2023 – 2025
	Umbau des Wärme- und Kältesystems (Betriebszentrale)	50 % CO ₂ -Einsparungen	2023 – 2025
	100 % Ökostrom		Seit 2017
	Nutzung von Blockheizkraftwerken und Holzpelletverfeuerung (regionaler Bezug von Rohstoff/kein Nutzholz)		laufend
MOBILITÄT			
Mitarbeitermobilität	Jobbike-Leasing Angebot: 15 Firmenleasingräder 2022 (Vergleich 2020: 26)		fortlaufend
	Förderung eines BVG-ÖPNV-Tickets		fortlaufend
An- und Abreise	DB-Veranstaltungsticket	CO ₂ -Neutralität durch 100 % Ökostrom	fortlaufend
	Kompensationsmöglichkeiten der CO ₂ -Flugemissionen von Aussteller und Besuchende der ITB mit „atmosfair“		fortlaufend
	Zukauf von SAF (=Sustainable Aviation Fuel) zur Kompensation von dienstlichen Flugreisen	18,064 kg CO ₂ -Äquivalente	2023

FUHRPARK

Umstellung auf einen CO ₂ -neutralen Fuhrpark (Stand 2022: 6 von 60 Fahrzeugen mit E-Antrieb (Vergleich: 2020: 3 Fahrzeuge mit E-Antrieb))	CO ₂ -Neutralität	Bis 2030
Ausrüstung weiterer Ladesäulenstand 2022: circa 20 (im Vergleich 2020: 10)		

CATERING

Regionalität (Lieferantenwechsel)	regionaler Wasserhersteller	30 t CO ₂ jährlich	2022
	regionaler Kaffeelieferant	3 t CO ₂ jährlich	2022
	regionale Wäscherei	21 t CO ₂ jährlich	2022
	Komposter	8 t CO ₂ jährlich	2023/2024
	Reduktion und Vermeidung von Schweine- und Rindfleisch	Es liegen keine Berechnungen vor	Ab 2024

DB bahn.business

Die DB Vertrieb GmbH bescheinigt dem Veranstalter/der Organisation **Messe Berlin GmbH**, dass im Rahmen der Kooperation zum DB Veranstaltungsticket vom 01.01.2022 bis 31.12.2022 **1.762.174** Personenkilometer mit der DB zurückgelegt wurden.

Ihre Teilnehmenden fahren in Zügen des DB Nah- & Fernverkehrs mit 100 % Ökostrom. Direkte Emissionen werden durch den Einsatz erneuerbarer Energien vermieden. Sämtliche indirekten Emissionen sowie die im Nahverkehr anfallenden Dieselanteile werden zu 100 % kompensiert.

Ihre Veranstaltungsreisen im Nah- und Fernverkehr der DB erfolgen damit komplett CO₂-frei.

atmosfair



SOZIALES

Das Unternehmen berichtet, wie es national und international anerkannte Standards zu Arbeitnehmerrechten einhält sowie die Beteiligung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Unternehmen und am Nachhaltigkeitsmanagement des Unternehmens fördert, welche Ziele es sich hierbei setzt, welche Ergebnisse bisher erzielt wurden und wo es Risiken sieht. (DNK 14)

16. Arbeitnehmerrechte

Das Wohlergehen, die Wahrung und der Schutz der Rechte der Beschäftigten sind grundlegend für den Unternehmenserfolg der Messe Berlin. Ein verantwortungsvoller, respektvoller und gerechter Umgang untereinander ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmenskultur.

Neben der unternehmensübergreifenden Verantwortung gegenüber den Mitarbeitenden vertritt der Betriebsrat gemäß § 80 BetrVG die Ziele sowie die Wahrung und den Schutz der Rechte der Beschäftigten gegenüber der Arbeitgeberin: Der Betriebsrat ist dafür verantwortlich „[...] darüber zu wachen, dass die zugunsten der Beschäftigten geltenden Gesetze, Verordnungen, Unfallverhütungsvorschriften, Tarifverträge und Betriebsvereinbarungen durchgeführt werden[...]“. (Quelle: <https://www.gesetze-im-internet.de/betrvg/80.html>).

Im Tarifvertrag TVöD werden sämtliche Arbeitnehmerrechte wie Urlaubsanspruch, Kündigungsrecht, Arbeitszeit, etc. abgedeckt. Ebenso umfassen zusätzliche Betriebsvereinbarungen weitere Arbeitnehmerrechte, wie z.B. das Gleitzeitmodell und die Mobile-Office-Option. Auch hier wird in Abstimmung mit der Personalabteilung, der Frauenvertretung, der Stabsstelle Arbeitssicherheit & Gesundheitsschutz, dem Betriebsrat und der Geschäftsführung eine stetige Verbesserung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf angestrebt.

Neben regionalen Regelungen und Standards, die die Messe Berlin umsetzt, verpflichtet sie sich ebenfalls zur Umsetzung grundlegender UN Menschenrechtsstandards und ILO-Kernarbeitsnormen. Risiken und Verstöße liegen hier aufgrund des hohen Schutzes der Arbeitnehmerrechte nicht vor. Der Schutz personenbezogener Daten ist nicht nur wichtig, sondern nach der Datenschutzgrundverordnung DSGVO verpflichtend und wird vor der Umsetzung jeder Maßnahme, in die Arbeitnehmer:innen involviert sind, geprüft.

Zum Wohlergehen aller Mitarbeitenden gehört auch der Schutz und die Förderung der physischen und psychischen Gesundheit. Daher bietet die Messe Berlin ihren Mitarbeitenden vielfältige Angebote zur Steigerung und zum Erhalt der Gesundheit. Dazu gehören unter anderem virtuelle und vor Ort Sportangebote. Außerdem plant die Messe Berlin, das betriebliche Gesundheitsmanagement (BGM) auszubauen, z.B. mit einem neuen Firmenfitness-Angebot für Mitarbeitende, das im Jahr 2023 eingeführt wird.

Es gibt ebenso einen Still- und Ruheraum, ein Eltern-Kind-Büro sowie eine betriebsärztliche Betreuung und regelmäßige Gesundheits- und Präventionsangebote (z.B. Gripeschutzimpfung, Darmkrebsvorsorge, „Resilienz am Arbeitsplatz“). Im Jahr 2023 wird zudem die Mitarbeitendenbefragung „Great Place to Work“ wieder durchgeführt. Eingebettet in diese Befragung werden Fragen zur psychischen Gesundheit. Diese Erkenntnisse sollen in die Gefährdungsbeurteilung einfließen und darauf abgestimmte Maßnahmen umgesetzt werden.

Die Messe Berlin verfügt über gut ausgebildete, leistungsfähige und motivierte Mitarbeitende. Die Messe Berlin fördert eine gute Arbeitskultur als entscheidenden Erfolgsfaktor für das Unternehmen.

Um weiterhin die besten Köpfe für die Messe Berlin zu gewinnen und zu halten, sieht das Unternehmen es als wichtige Aufgabe an, den Mitarbeitenden neben interessanten, fordernden Aufgaben und flexiblen Arbeitszeitmodellen auch eine leistungsgerechte Vergütung sowie attraktive Zusatzleistungen anzubieten und zugleich in eine konstante Qualifikationssicherung zu investieren. Einen objektiven Gradmesser bieten in regelmäßigen Abständen Mitarbeiterbefragungen mit Unterstützung des Forschungs- und Beratungsinstituts „Great Place to Work“ (GPtW). Die nächste Mitarbeiterbefragung findet im April 2023 statt. Auf Grundlage der Ergebnisse werden in den Geschäftsbereichen Workshops durchgeführt und konkrete Maßnahmen für weitere Verbesserungen erarbeitet.

Beispiele Messe Berlin Benefits



Vergütungssystem

Einen Bestandteil attraktiver Rahmenbedingungen bietet das Vergütungssystem. Basis bildet hier der Tarifvertrag für den öffentlichen Dienst (TVöD), der für die Messe Berlin GmbH und in Anlehnung auch für die Service-Töchter Capital Facility GmbH (CFG) und Capital Services GmbH (CSG) Anwendung findet.

Daneben bilden Betriebsvereinbarungen eine Grundlage für erfolgsabhängige Vergütungsbestandteile. Im Mai 2022 ermöglichten die guten Jahresergebnisse der Vorjahre erneut die Ausschüttung einer Sonderprämie für alle gemäß Konzernbetriebsvereinbarung begünstigten Mitarbeitenden auf Konzernebene. Neben dem Gehalt bietet die Messe Berlin auch eine attraktive betriebliche Altersversorgung zur Sicherung des Lebensstandards nach dem Berufsleben an. Für alle Mitarbeitenden, die direkt im TVöD beschäftigt sind, zahlt die Messe Berlin einen Teil des Bruttogehalts in eine Zusatzversorgung (VBL) ein. Alle anderen Mitarbeitenden erhalten via Konzernbetriebsvereinbarung eine attraktive betriebliche Zusatzrente über die AXA.

Um der Entgeltungleichheit zwischen Frauen und Männern, dem sogenannten Gender Pay Gap, entgegenzuwirken, führt die Messe Berlin einen Entgelt-Check durch, bei dem Ungleichbehandlung der Geschlechter beim Arbeitsentgelt sichtbar gemacht und Maßnahmen abgeleitet werden können.



Zusätzlich haben alle Mitarbeitenden innerhalb der gesetzlichen Möglichkeiten die Option, im Rahmen der Entgeltumwandlung steuer- und sozialversicherungsfrei in zwei alternative Versicherungssysteme einzuzahlen. Um neue Mitarbeiter:innen schnell und nachhaltig zu integrieren, wurde 2019 ein Onboarding Konzept implementiert.

Neben den monetären/Vergütungsaspekten stehen Themen wie Arbeitsschutz, betriebliches Gesundheitsmanagement, Beteiligungsmöglichkeiten, Diversity und Inklusion wie auch die verschiedenen Aspekte einer Vereinbarkeit von Familie und Beruf im Fokus und werden als grundsätzliche Möglichkeiten angeboten wie auch als im positiven Sinne verpflichtende Maßnahmen (z. B. regelmäßige Pflichtschulungen) durchgeführt. Darüber hinaus stehen themenspezifische Beauftragte und/oder Ansprechpartner als regelmäßige/individuelle Ansprechpartner dauerhaft zur Verfügung (Betriebliches Gesundheitsmanagement, Arbeitsschutzbeauftragte/r, Frauenvertreterin, Schwerbehindertenvertretung etc.).

Der (Konzern-)Betriebsrat steht ganzjährig als Ansprechpartner und Sprachrohr zur Geschäftsführung zur Verfügung. Vierteljährlich finden Betriebsversammlungen statt – ebenfalls vierteljährlich bietet auch die Geschäftsführung im Rahmen des GF-Dialogs ein regelmäßiges Informations- und Austauschformat. Hier berichtet die Geschäftsführung über die aktuelle wirtschaftliche Lage des Konzerns, den Geschäftsverlauf sowie besondere Ereignisse im Quartalsverlauf.

Außerdem werden auch regelmäßig Themen mit einem Nachhaltigkeitsbezug aufgegriffen, wie bspw. die Vorstellung des geplanten größten Solardachs in Berlin inklusive eines entsprechenden Angebotes im Rahmen der Mitarbeitermobilität (Bezuschussung Jobticket, Job-Bike), regelmäßige Spendenaktionen (Tafel, Bahnhofsmiession) oder auch das wiederkehrende Engagement der Messe Berlin im Rahmen der Flüchtlingshilfe.

Für die interne Kommunikation steht ein Social Intranet zur Verfügung, das redaktionell betreut wird. Hier wird regelmäßig über Nachhaltigkeitsaktivitäten der Messe Berlin informiert. Zudem haben Mitarbeitende die Möglichkeit, sich in Form von Kommentaren oder eigenen Beiträgen zu den vorgestellten Themen zu äußern.

Im Rahmen der in 2020 initiierten „Inspirationswerkstatt“ tauschen sich Mitarbeitende aus und entwickeln neue, praxisnahe Ideen für die Messe Berlin. Eines der übergeordneten Themen der Inspirationswerkstatt ist das Thema „Nachhaltigkeit“. Von der Abschaffung von Einzeldruckern bis zum Bau von Insektenhotels entwickeln die Mitarbeitenden hier konkrete und praxisnahe Ideen, um die Messe Berlin nachhaltiger zu gestalten. In der 2019 von engagierten Kolleginnen und Kollegen ins Leben gerufenen Initiative „Creative Campus“ findet einmal pro Quartal das Format „Happy Hour“ statt. Hier werden aktuelle Ideen, Konzepte und Problemlösungsstrategien zu wichtigen Themen im Messegewerbe vorgestellt. Dabei geht es darum, verschiedene Standpunkte zu Themen sichtbar zu machen, Silos aufzubrechen und gemeinsame, praxisorientierte Lösungen zu diskutieren.

Für die Einhaltung der Arbeitnehmerrechte verfügt die Messe Berlin, über den oben genannten Punkten hinaus, keine weiteren Zielsetzungen. Die Einhaltung von u.A. nationalen und internationalen Standards, Arbeitsbedingungen, Achtung der Rechte der Arbeitnehmenden, der Gesundheitsschutz und die Arbeitssicherheit ist für die Messe Berlin als öffentlich-rechtliches Unternehmen selbstverständlich. Als landeseigenes Unternehmen unterliegt sie nicht nur den hohen Standards der deutschen und europäischen Gesetzgebung, sondern auch den lokalen Gesetzen. Im Rahmen des Prozesses der Nachhaltigkeitsstrategie wird geprüft, ob der Bedarf zusätzlicher Zielsetzungen besteht.

17. Chancengerechtigkeit

Das Unternehmen legt offen, wie es national und international Prozesse implementiert und welche Ziele es hat, um Chancengerechtigkeit und Vielfalt (Diversity), Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Mitbestimmung, Integration von Migranten und Menschen mit Behinderung, angemessene Bezahlung sowie Vereinbarung von Familie und Beruf zu fördern, und wie es diese umsetzt. [DNK 15]

Die Diversität ist eines der Merkmale, die die Messe Berlin sowohl intern als auch nach außen besonders macht. Die auf Internationalität gerichtete Kerntätigkeit wird von einer ebenso vielfältigen und offenen Belegschaft gesteuert. Eine gleichberechtigte Teilnahme in der gesamten Wertschöpfungskette einer Messeveranstaltung – ungeachtet der sexuellen Orientierung, des Geschlechts, der Herkunft oder der Kultur – ist für die Messe Berlin essenziell.

Der Standort Berlin bietet als Regenbogenhauptstadt und Zentrum für Diversität und Offenheit eine Umgebung, in der Menschen aus aller Welt sich wohlfühlen. Dieser Ansatz soll im Sinne einer vielfältigen Gastgeberkultur weiterverfolgt werden.



Die Messe Berlin wurde 2022 im Rahmen einer umfangreichen Analyse des Marktforschungsunternehmens Statista als Top-Arbeitgeber Diversity 2022 ausgezeichnet.

Seit Erstellung des Diversity-Konzepts und der Implementierung der damit verbundenen Diversitystrategie im Jahr 2013 wurde eine Vielzahl an Maßnahmen umgesetzt:

ZIELSETZUNG	MASSNAHMEN	TERMIN
ALLGEMEIN		
	Diversitystrategie	seit 2013
	Unterzeichnung der Deklaration „positiv arbeiten“: Gleichberechtigung für HIV-Positive Menschen am Arbeitsplatz	seit 2022
	Unterzeichnung Charta der Vielfalt	seit 2015
	Mitgliedschaft im Bündnis gegen Homophobie	seit 2015
GENDER		
Gender-gerechtigkeit am Arbeitsplatz	Prüfung und Zertifizierung (EGCheck) der Entgeltgleichheit nach Geschlecht Verwendung eines Sprachgebrauches, der die Vielfalt von Geschlechtern abbildet durch Einführung des Gendergap	fortlaufend
	stärkere Berücksichtigung weiblicher Bewerbungen bei der Personalauswahl, soweit Frauen in der jeweiligen Funktion/Ebene unterrepräsentiert sind	laufend
	Frauenvertretung	seit 2014
	Erstellung und Umsetzung eines Frauenförderplans	2018 - 2024
	Erarbeitung und Verabschiedung eines unternehmensweit gültigen Leitfadens für das Formulieren von geschlechtersensiblen Texten	2023

ZIELSETZUNG	MASSNAHMEN	TERMIN
INTERNATIONALITÄT		
Stärkung der Internationalität einzelner Messe Teams durch Mitarbeitende verschiedener nationaler und kultureller Hintergründe	Analyse der Internationalität von Teams und Prüfung von Teamzusammensetzungen	laufend
	Berücksichtigung inter- und transkultureller Kompetenzen als gewichtiges Kriterium bei der Personalauswahl Ausbau des Seminarangebotes zu interkulturellen Trainings	laufend
INKLUSION		
Integration der besonderen Fähigkeiten von Arbeitskräften mit Behinderung sowie Ausschöpfung ihres Potenzials – Optimierung von Arbeitsprozessen	Regelmäßige Teilnahme am Aktionstag "Schichtwechsel"	seit 2017 (durch Corona ausgefallen; Wiederteilnahme für 2024 geplant)
	Entwicklung von Ideen zur gleichberechtigten Teilhabe in Zusammenarbeit mit Mitarbeitenden mit Behinderung sowie der Schwerbehindertenvertretung	laufend
SEXUELLE ORIENTIERUNG		
Diskriminierungsfreier Umgang mit LGBTQ+-Thematik – bewusste Ansprache junger/queerer Kund*innen und potenzieller Mitarbeiter: innen	regelmäßige Teilnahme an der LGBTQ+ Job- & Karriereplattform Sticks & Stones	durch Corona ausgefallen; Wiederteilnahme 2023
	Auftritt beim Schwul-Lesbischen Straßenfest	durch Corona ausgefallen; Wiederteilnahme ggf. 2024

Mitgliedschaft im Bündnis gegen Homophobie, (Sponsoring Respektpreisverleihung 2017) Seit 2014

ALTER

Integration des demografischen Faktors, Förderung altersgemischter Teams ("Generationenvielfalt") sowie der Beschäftigungsfähigkeit & Work-Life-Balance



Frauenanteil in Führungspositionen

Aufgrund des am 1. Mai 2015 in Kraft getretenen Gesetzes für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen in der Privatwirtschaft und im öffentlichen Dienst ist die Messe Berlin verpflichtet, Zielgrößen für die Erhöhung des Frauenanteils im Aufsichtsrat, in der Geschäftsführung und in den obersten beiden Managementebenen unterhalb der Geschäftsführung festzulegen. Dementsprechend hat die Geschäftsführung für die Bereichsleitungs- und Abteilungsleitungs- bzw. Projektleitungsebene einen Frauenanteil von mindestens 42 Prozent bis 2020 und mindestens 50 % bis 2025 festgelegt. Im Jahr 2019 lag der Anteil von Frauen auf Bereichsleitungs- und Abteilungsleitungs- bzw. Projektleitungsebene bei 56,5 %. Die Zielvorgabe von 50 % wurde bereits somit vorzeitig im Jahr 2019 erreicht. Im Jahr 2022 ist der Anteil auf 58 % weiter gestiegen. Maßgeblich hierfür war der Anstieg des Frauenanteils auf Abteilungsleitungs- bzw. Projektleitungsebene. Darüber hinaus ist der Anteil von Frauen in allen Führungspositionen in Summe im Vergleich zu 2019 um rund 2 % auf 51 % gestiegen.

Der Aufsichtsrat hat beschlossen, die Zielgröße für den Frauenanteil an der Geschäftsführung der Messe Berlin GmbH auf 50 % festzulegen. Die Gesellschafter der Messe Berlin haben ebenfalls eine Zielgröße von 50 % Frauen im Aufsichtsrat der Messe Berlin beschlossen.

Aufgrund vertraglicher Regelungen bei der Geschäftsführung und geringer Fluktuation im Aufsichtsrat konnten die Zielgrößen bisher nicht erreicht werden. Um die gezielte Förderung von Frauen weiter zu unterstützen, hat die Messe Berlin im Dezember 2017 einen Frauenförderplan entwickelt. Dieser wird im Jahr 2023 fortgeschrieben. Inhalt des Frauenförderplans sind eine Bestandsaufnahme und eine Analyse der Beschäftigtenstruktur sowie die Festlegung der zeitlichen, personellen, organisatorischen und fortbildenden Maßnahmen zur Steigerung des Frauenanteils, insbesondere auf unterrepräsentierten Führungsebenen und in unterrepräsentierten Geschäftsbereichen der Messe Berlin GmbH. Seit Oktober 2022 wurden allein in der Messe Berlin GmbH 20 Führungsfunktionen neu besetzt, diese Stellen wurden zu 70 % mit Frauen besetzt.

18. Qualifizierung

Das Unternehmen legt offen, welche Ziele es gesetzt und welche Maßnahmen es ergriffen hat, um die Beschäftigungsfähigkeit, d. h. die Fähigkeit zur Teilhabe an der Arbeits- und Berufswelt aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, zu fördern und im Hinblick auf die demografische Entwicklung anzupassen, und wo es Risiken sieht.)

Bei der Gestaltung eines attraktiven Arbeitsplatzes sind nicht nur finanzielle Aspekte von Bedeutung, sondern auch andere Faktoren wie Weiterbildung- und Ausbildungsangebote sowie die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben spielen eine wichtige Rolle.

Die Messe Berlin definiert die Berufsausbildung als wichtige Säule einer nachhaltig ausgerichteten Personalpolitik. Im Dezember 2022 befanden sich 12 Auszubildende in einem Ausbildungsverhältnis zu Kaufleuten für Büromanagement und Veranstaltungsmanagement. Seit 2022 bildet die Messe Berlin auch Kaufleute für Digitalisierungsmanagement aus.

In Kooperation mit der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Ravensburg bietet die Messe Berlin ein duales Studium im Bereich Messe-, Kongress- und Eventmanagement an. Seit 2022 bietet die Messe Berlin zudem den Studiengang technisches Facilitymanagement an. Allen Auszubildenden wird im Falle eines erfolgreichen Ausbildungsabschlusses ein Anschlussvertrag über mindestens ein Jahr angeboten.

Ferner bietet die Messe Berlin die Chance, ein nebenberuflicher Bachelor oder Masterstudium zu absolvieren und übernimmt für die Dauer der Studiengänge eine monatliche finanzielle Unterstützung in Höhe der Studienkosten.

Die Messe Berlin setzt auf eine hohe Ausbildungsqualität. Dies verdeutlicht die Zertifizierung durch die IHK Berlin als exzellenter Ausbildungsbetrieb. Durch die Erfüllung bestimmter Qualitätskriterien zählt die Messe Berlin von den über 5.500 Berliner Ausbildungsbetrieben zu den 130 Berliner Betrieben, die die Zertifizierung erhielten. Die Zertifizierung ermöglicht den Erhalt und die kontinuierliche Weiterentwicklung der Ausbildungsqualität. Eine Rezertifizierung findet im Zweijahresturnus statt.



Seit Sommer 2018 gibt es – in Kooperation mit der international agierenden PR-Agentur Hill+Knowlton – die Möglichkeit, ein 18-monatiges Volontariat in der Kommunikationsabteilung der Messe Berlin (Geschäftsbereich Communication) zu absolvieren.

2022 nahm die Messe Berlin am Energiescout-Programm der IHK teil, bei dem Auszubildende zusätzliche Qualifikationen in den Bereichen Energie und Klimaschutz erworben konnten.

Allen Mitarbeitenden bietet die Messe Berlin ein umfangreiches internes Weiterbildungscurriculum und ermöglicht die Teilnahme an externen Qualifizierungsmaßnahmen zur Vermittlung von Fach- und Methodenwissen sowie zukunftsweisenden Kompetenzen. Auszugsweise seien folgende Angebote genannt:

Gesundheitsmanagement

- Achtsamkeit und Resilienztraining
- Erste-Hilfe-Training
- Video-/Lerntutorial „Home-Office“ Umgang mit Veränderungen erfolgreich meistern
- Einrichtung altersgerechter Arbeitsplätze (z. B. Ausstattung von Steh- Tischnsitzen)

Digitalisierung

- Basiswissen Informationssicherheit
- MS Teams-Schulungsreihe „How to MyMB“ (Social Intranet der Messe Berlin) – Seiten, Workspaces und Formulare gestalten
- First-Spirit-Schulung (Content-Creator)
- Einführung in Google Analytics und Webanalyse

Für Führungskräfte existiert ein breites Führungskräfte-Curriculum. Exemplarisch seien hier aus dem Bereich Gesundheitsmanagement „Arbeits- und Gesundheitsschutz als Unternehmerpflicht“ sowie zum Umgang mit Herausforderungen des demografischen Wandels „Führen in sich verändernden Organisationen“ genannt.

Zudem bietet die Messe Berlin viele Angebote zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie an. Dazu zählen u.A. flexible Arbeitszeitmodelle, wie z.B. die Möglichkeit des mobilen Arbeitens von bis zu 40 % sowie unterschiedlichste Teilzeitmodelle, die so weit wie möglich auf die individuellen Bedürfnisse eingehen.

Seit 2018 gibt es ein Eltern-Kind-Büro sowie einen Stillraum für spontane Betreuungsfälle. 2019 wurde erstmals eine Ferienbetreuung für die Kinder von Mitarbeitenden in den Sommerferien angeboten.

Aus der Geschäftstätigkeit, dem Produktportfolio wie auch den Geschäftsbeziehungen ergeben sich keinerlei Risiken, die Qualifizierung der Mitarbeitenden betreffend.

Die Messe Berlin ist im Bereich Qualifizierung bereits auf einem hohen Niveau unterwegs. Nichtsdestotrotz wird in Zukunft ein großer Fokus auf die Veränderungsfähigkeit der Organisation gelegt. So ist geplant, das Thema Agiles Arbeiten aufzugreifen und weiterzuentwickeln, sowie das Führungskräfte-Curriculum neu zu denken und aufzugleisen. Die neuen Trainings werden ab 2024 angeboten und sukzessive angepasst.

[DNK 16]

Zu einem attraktiven Arbeitsplatz gehören nicht nur monetäre Gesichtspunkte.

Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist ein wichtiger Erfolgsfaktor für die Unternehmenstätigkeit bei der Messe Berlin. Die Messe Berlin bietet ein flexibles Arbeitszeitmodell an, unterstützt mobiles Arbeiten und ermöglicht unterschiedliche Teilzeitmodelle, um auf individuelle Bedürfnisse einzugehen. Seit 2018 gibt es ein Eltern-Kind-Büro sowie einen Stillraum für spontane Betreuungsfälle.

Damit die Messe Berlin als Arbeitgeber attraktiv bleibt, ist die Berufsausbildung eine wichtige Säule der nachhaltig ausgerichteten Personalpolitik. Im Jahr 2019 befanden sich 28 Auszubildende (2018: 30 Auszubildende) in einem Ausbildungsverhältnis zu Kaufleuten für Büromanagement, zu Veranstaltungskaufleuten, zu Kaufleuten für Digitalisierungsmanagement oder zum Bachelor of Arts (B. A.) im Messe-, Kongress- und Eventmanagement. Dieses duale Studium der Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Messe- und Kongresswesen bietet die Messe Berlin in Kooperation mit der dualen Hochschule Baden-Württemberg in Ravensburg an. Allen Auszubildenden wird im Falle eines erfolgreichen Ausbildungsabschlusses ein Anschlussvertrag über mindestens ein Jahr angeboten. Die Messe Berlin setzt auf eine hohe Ausbildungsqualität. Dies verdeutlicht die Zertifizierung durch die IHK Berlin als exzellenter Ausbildungsbetrieb. Durch die Erfüllung bestimmter Qualitätskriterien zählt die Messe Berlin zu den 130 Berliner Ausbildungsbetrieben – von über 5.500 –, die die Zertifizierung erhielten. Die Zertifizierung ermöglicht den Erhalt und die kontinuierliche Weiterentwicklung der Ausbildungsqualität. Eine Re-Zertifizierung findet im 2-Jahres-Turnus statt.

Seit Sommer 2018 besteht – in Kooperation mit der international agierenden PR-Agentur Hill+Knwilton – die Möglichkeit, ein 18-monatiges Volontariat in der Unternehmenskommunikation der Messe Berlin (Geschäftsbereich Corporate Communication) zu absolvieren. Ferner bietet die Messe Berlin ein nebenberufliches Bachelor- oder Masterstudium an. Ausgewählte Kolleginnen und Kollegen erhalten für die Dauer der Studiengänge eine monatliche finanzielle Unterstützung in Höhe der Studienkosten.

Allen Mitarbeitenden bietet die Messe Berlin ein umfangreiches internes Weiterbildungscurriculum an und ermöglicht die Teilnahme an externen Qualifizierungsmaßnahmen zur Vermittlung von Fach- und Methodenwissen sowie zukunftsweisenden Kompetenzen. Für Führungskräfte existiert ein breites Führungskräfte-Curriculum.

Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Strategien und Zielsetzungen für das Unternehmen und seine Lieferkette ergriffen werden, um zu erreichen, dass Menschenrechte weltweit geachtet und Zwangs- und Kinderarbeit sowie jegliche Form der Ausbeutung verhindert werden. Hierbei ist auch auf Ergebnisse der Maßnahmen und etwaige Risiken einzugehen. [DNK 17]

Für die Unternehmensgruppe Messe Berlin gehört die Verantwortung für Mensch, Gesellschaft und Umwelt zum Selbstverständnis. Dazu zählt auch und insbesondere die Achtung der Menschenrechte sowie die Verhinderung von Zwangs- und Kinderarbeit und jeglicher Form von Ausbeutung.

Arbeitnehmerrechte sind auch Menschenrechte. In der Unternehmensgruppe wird auf vielfältige Art für die Wahrung der Arbeitnehmerrechte gesorgt. Die Messe Berlin verpflichtet sich, die Regelungen des Landesgleichstellungsgesetzes (LGG) entsprechend anzuwenden. Das gilt insbesondere für die Erstellung eines Frauenförderplans, für Stellenbesetzungsverfahren, einschließlich der Besetzung von Geschäftsführungspositionen sowie für die Wahl von Frauenvertreterinnen.

Gemäß der Neufassung der Satzung, die für 2023 vorgesehen ist, wird sich die Messe Berlin darüber hinaus verpflichten, die Ziele und Grundsätze des Gesetzes zur Förderung der Partizipation in der Migrationsgesellschaft des Landes Berlin (PartMigG), des Landesgleichberechtigungsgesetzes (LGBG) sowie § 5 des Landesmindestlohngesetzes (LMiLoG) zu beachten und diese Ziele auch auf ihre Tochtergesellschaften zu übertragen (Quelle: <https://gesetze.berlin.de/bsbe/document/jlr-MindLohnGBErahmen>).

Als öffentlicher Auftraggeber unterliegt die Messe Berlin dem Berliner Ausschreibungs- und Vergabegesetz (BerIAVG) und damit besonders öko-sozialen Vorgaben wie der umweltverträglichen Beschaffung und der Verpflichtung der Auftragnehmer auf Beachtung der ILO-Kernarbeitsnormen, Zahlung des Mindeststundenentgelts, Tariftreue, Frauenförderung und gleicher Vergütung für gleiche Arbeit.

Neben den oben genannten gesetzlichen Vorgaben bekennt sich die Messe Berlin auch in ihrem [Code of Conduct der Messe Berlin](#) (Verhaltenskodex) zur Wahrung der Menschenrechte. Der Code of Conduct gilt für alle Beschäftigten der Unternehmensgruppe Messe Berlin (national und international). Der Code of Conduct beschreibt, wie Beschäftigte der Messe Berlin miteinander sowie mit Geschäftspartnern, Dienstleistern und der Öffentlichkeit umgehen. Er ist wesentlicher Bestandteil der Unternehmensstrategie und das zentrale Regelwerk sowie Zusammenfassung der wichtigsten Werte der Unternehmensgruppe Messe Berlin. Neben den formulierten Verhaltensregeln sind auch die Grundwerte in Bezug auf die Verpflichtung zur Achtung und Einhaltung der Menschenrechte, hauptsächlich der Arbeitnehmerrechte festgeschrieben. Die Unternehmensgruppe Messe Berlin schafft Regelungen und Prozesse zur Sicherung fairer Arbeitsbedingungen und zur Vergütung und stellt dies in ihrem Handlungsbereich sicher.

Lieferanten und Dienstleister der Messe Berlin verpflichten sich über den Code of Conduct für Geschäftspartner (CoC GP) zu den Grundsätzen und Anforderungen der Messe Berlin an ihre Geschäftspartner bezüglich deren Verantwortung für Mensch, Gesellschaft und Umwelt. Sowohl die Achtung der wesentlichen Arbeitnehmerrechte (wie z.B. Chancengleichheit, Verbot von Zwangsarbeit, angemessene Entlohnung gemäß festgelegtem nationalem Mindestlohn) als auch das Verbot von Kinderarbeit sind im CoC für Geschäftspartner verankert.

Der CoC GP wird über die allgemeinen Einkaufsbedingungen der Messe Berlin GmbH vertraglich eingebunden. Darüber hinaus ist die Bezahlung nach dem Mindestlohngesetz in Verträgen und in den allgemeinen Einkaufsbedingungen verpflichtend festgelegt. Diese Vertragsbestandteile bilden die Grundlage für langfristige Geschäftsbeziehungen mit sämtlichen Lieferanten.

Da sich aus der Geschäftstätigkeit der Messe Berlin keine unmittelbaren Risiken für Menschenrechtsverletzungen ergeben und die Prozesse im Bereich Einkauf und dem Bereich Human Resources die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben und der Selbstverpflichtung durch den Code of Conduct gewährleisten, gibt es bislang keine weiteren, expliziteren Zielsetzungen hinsichtlich der Achtung und Einhaltung von Menschenrechten. In 2022 hat die Unternehmensgruppe Messe Berlin keinerlei Investitionen getätigt, die unter Menschenrechtsaspekten hätten geprüft werden müssen.

20. Gemeinwesen

Das Unternehmen legt offen, wie es zum Gemeinwesen in den Regionen beiträgt, in denen es wesentliche Geschäftstätigkeiten ausübt. (DNK 18)

Als aktives Mitglied der Stadtgesellschaft übernimmt die Messe Berlin gesellschaftliche Verantwortung über die entsprechenden Wirkeffekte ihres Kerngeschäfts hinaus. Zuvorderst sei hier die Mitgliedschaft bei der Initiative mehrwert Berlin genannt, die sich vielfältig gesellschaftlich in Berlin und für die Stadt Berlin engagiert (z.B. Online Jobbörse, Klimaschutzinitiative). Eine Vielzahl an Aktionen finden als gemeinsame Aktionen der Initiative mehrwert, als Zusammenschluss Berliner Landesunternehmen, statt.

Darüber hinaus gibt es dauerhafte Kooperationen, über die sich die Messe Berlin/ einzelnen Geschäftsbereichen/Töchtern oder auch auf Initiative von einzelnen Mitarbeiter:innen ehrenamtlich engagiert:



DURCHGEFÜHRTE UND LAUFENDE MASSNAHMEN

GEPLANTE MASSNAHMEN

Kooperation mit der Berliner Tafel: Spende von 46 Tonnen Obst und Gemüse im Rahmen der FRUIT LOGISTICA im Jahr 2022

Lebensmittelspenden der CCG an die Bahnhofsmision

Fortführung der Kooperation der Berliner Tafel 2023

Wiederteilnahme an der Aktion „Schichtwechsel“ der Berliner Behindertenwerkstätten für 2024 (danach laufend) geplant

Messe Berlin Aktion im Rahmen des Jubiläums möchte die Messe Berlin aus wiederverwendbaren Abfallmaterialien „Tiny Houses“ für Obdachlose Menschen bauen. Dies soll in Kooperation mit der NGO Little Homes e.V. stattfinden

Vielzahl an ehrenamtlichen Aktionen innerhalb eines Unternehmensbereiches und Projekten – stellv. seien hier der Bereich Guest Events sowie das ITB-Team genannt

Unterstützung bei der Erstversorgung der Geflüchteten aus der Ukraine; Einrichtung eines Erstankunftsentrums für ukrainische Geflüchtete in den Messehallen. Engagement als Partner vom Land Berlin im Aufbau und Betrieb des Ankunftsentrums in Tegel (laufende Maßnahme)



LEISTUNGSINDIKATOREN-ÜBERSICHT

BEREICHE	DNK-KRITERIEN	EFFAS-INDIKATOREN	DEFINITION	ERGEBNIS
STRATEGIE	1. Strategische Analyse und Maßnahmen 2. Wesentlichkeit 3. Ziele 4. Tiefe der Wertschöpfungskette	-	-	-
IMPLEMENTIERUNG	5. Verantwortung 6. Regeln und Prozesse 7. Kontrolle 8. Anreizsysteme 9. Beteiligung von Anspruchsgruppen	EFFAS S06-01	Anteil aller Lieferanten und Partner innerhalb der Lieferkette, die auf die Einhaltung von Environmental, Social, Governance (ESG)-Kriterien bewertet wurden	Der Code of Conduct der Messe Berlin umfasst Umwelt-, Sozial- und Unternehmensführungsaspekte und gilt verpflichtend für alle unter Vertrag stehenden Dienstleister. Der Einkauf der Messe Berlin ist überwiegend im indirekten Einkauf tätig, d.h. verhältnismäßig wenig standardisierte Lagerware bzw. Lieferleistungen und überwiegend Dienstleistungen, auf die sich alle ESG-Kriterien nicht eindeutig anwenden lassen. Der Code of Conduct wurde in Anlehnung an die ESG-Kriterien erstellt, deckt sie allerdings nicht 1:1 ab. Somit werden Lieferanten und Partner innerhalb der Lieferkette der Messe Berlin nicht auf die Einhaltung von ESG-Kriterien hin bewertet. Grundsätzlich werden allerdings bei Ausschreibungen und Marktabfragen, abhängig vom Produkt/von der Leistung, Umweltzertifikate und -siegel (z.B. Blauer Engel, FSC) abgefragt und angefordert. Neben schriftlich bescheinigten Nachhaltigkeitsaspekten wird die Regionalität des Dienstleisters (möglichst kurze Transportwege – weniger CO ₂ -Ausstoß), Recyclingaspekte bzw. Wiederverwendbarkeit der Produkte (z.B. beim Einsatz der Materialien für Messestände) und die Effizienz (z.B. bei den Stromverbräuchen während der Lebens- bzw. Nutzungszeit der IT-Hardware) berücksichtigt. Die Messe Berlin vergibt keine Aufträge mit einer reinen preislichen Betrachtung. Qualitative Kriterien, wie oben beschrieben, spielen eine primäre Rolle.
	-	EFFAS S06-02	Anteil aller Lieferanten und Partner innerhalb der Lieferkette, die auf die Einhaltung von ESG-Kriterien auditiert wurden	Das Energiemanagement der Messe Berlin wird von GUTCERT auditiert. Die Einhaltung weiterer Umwelt-, Sozial- und Unternehmensführungsaspekte wird durch die Zustimmung zum Code of Conduct gewährleistet.
ÖKONOMIE UND GOVERNANCE	10. Innovations- und Produktmanagement	EFFAS E13-01	Verbesserung der Energieeffizienz der eigenen Produkte im Vergleich zum Vorjahr	Die Messe Berlin ist ein Dienstleistungsunternehmen, bei der die einzelnen Messeveranstaltungen und Kongresse hier sinngemäß mit der Produktnutzung und demnach mit den Energieverbräuchen einhergeht. Um einen nachhaltigen Umgang in den eigenen Energieverbräuchen zu erreichen, hat die Messe Berlin bereits im Jahr 2013 ein Energiemanagement eingeführt; seit 2015 wird diese jährlich nach DIN 50001 zertifiziert. Durch die Energiekrise im Jahr 2022 und die pandemiebedingten Einschränkungen, wurden Maßnahmen umgesetzt und geplant, die der Sicherung und Steigerung der Energieeffizienz dienen. (siehe ausführliche Erläuterungen in den Kriterien 11 und 12). Große Hebel stellen dabei die großflächige Photovoltaik-Anlage auf den Hallendächern sowie der Umbau des Wärme- und Kältesystems der Messe Berlin, die in den vergangenen Jahren geplant und beauftragt wurden und ab Herbst 2023 umgesetzt werden sollen.

BEREICHE	DNK-KRITERIEN	EFFAS-INDIKATOREN	DEFINITION	ERGEBNIS
ÖKONOMIE UND GOVERNANCE	-	EFFAS V04-12	Gesamtinvestitionen (CapEx) in Forschung für ESG-relevante Bereiche des Geschäftsmodells, z. B. ökologisches Design, ökoeffiziente Produktionsprozesse, Verringerung des Einflusses auf Biodiversität, Verbesserung der Gesundheits- und Sicherheitsbedingungen für Mitarbeiter*innen und Partner*innen der Lieferkette, Entwicklung von ESG-Chancen der Produkte, u. a. in Geldeinheiten bewertet, z. B. als Prozent des Umsatzes	Auf Grundlage der Sustainable Finance Strategie der EU stellt sich auch die Finanzabteilung der Messe Berlin im Bereich Nachhaltigkeit auf. Im Zusammenspiel mit der kommenden unternehmensweiten Nachhaltigkeitsstrategie sollen in Zukunft ESG-Projekte zentral erfasst und vom Controlling als festen Bestandteil bewertet werden.
	19. Politische Einflussnahme	EFFAS G01-01	Zahlungen an politische Parteien in Prozent vom Gesamtumsatz	Aufgrund der Verpflichtung zu u.a. politischer Neutralität als landeseigenes Unternehmen erfolgen grundsätzlich keinerlei Zuwendungen an politische Parteien.
	20. Gesetzes- und richtlinien konformes Verhalten	EFFAS V01-01	Ausgaben und Strafen nach Klagen und Prozessen wegen wettbewerbswidrigen Verhaltens, Kartell- und Monopolverstößen	Ausgaben und Strafen nach Klagen und Prozessen wegen wettbewerbswidrigen Verhaltens, Kartell und Monopolverstößen: Keine.
	-	EFFAS V02-01	Prozent vom Umsatz in Regionen mit einem Transparency International Corruption Index unter 60	0,0023 Prozent des Konzernumsatzes wurden in 2022 in China (CPI unter 60) generiert.
ÖKOLOGIE	11. Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen 12. Ressourcenmanagement	EFFAS E01-01	Gesamter Energieverbrauch	Der Gesamtverbrauch* Wärme betrug 2020 27.859.000,00 kWh. Der Gesamtverbrauch* Strom belief sich 2020 auf 21.303.632,00 kWh. * Gesamtverbrauch = Ausstellungsgelände, Betriebszentrale + Transportverlust, ICC + ICC-Brücke (Stillstandsbetrieb), Verwaltung, CityCube
	-	EFFAS E04-01	Gesamtgewicht des Abfalls	*
	-	EFFAS E05-01	Anteil des gesamten Abfalls, der recycelt wird	**
	13. Klimarelevante Emissionen	EFFAS E02-01	Gesamte THG-Emissionen (Scope 1, 2, 3)	***

BEREICHE	DNK-KRITERIEN	EFFAS-INDIKATOREN	DEFINITION	ERGEBNIS
GESELLSCHAFT	14. Arbeitnehmerrechte 15. Chancengerechtigkeit 16. Qualifizierung	EFFAS S03-01	Altersstruktur und -verteilung (Anzahl Vollzeitäquivalen (VZÄ) nach Altersgruppen)	****
	-	EFFAS S10-01	Anteil weiblicher Mitarbeitender an der Gesamtzahl der Mitarbeitenden	Zum Stichtag 31.12.2020 waren 64,30% der Gesamt-VZÄ der Messe Berlin GmbH weiblich.
	-	EFFAS S10-02	Anteil weiblicher VZÄ in Führungspositionen im Verhältnis zu gesamten VZÄ in Führungspositionen	Aufgrund des am 1. Mai 2015 in Kraft getretenen Gesetzes für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen in der Privatwirtschaft und im öffentlichen Dienst ist die Messe Berlin verpflichtet, Zielgrößen für die Erhöhung des Frauenanteils im Aufsichtsrat, in der Geschäftsführung und in den obersten beiden Managementebenen unterhalb der Geschäftsführung festzulegen. Dementsprechend hat die Geschäftsführung für die Bereichsleitungs- und Abteilungsleitungs- bzw. Projektleitungsebene einen Frauenanteil von mindestens 42 Prozent bis 2020 und mindestens 50 Prozent bis 2025 festgelegt. Bereits 2019 lag der Anteil von Frauen auf Bereichsleitungs- und Abteilungsleitungs- bzw. Projektleitungsebene bei 56,5 %. Die Zielvorgabe von 50 % wurde bereits somit vorzeitig erreicht. Im Jahr 2022 ist der Anteil auf 58 % gestiegen. Maßgeblich hierfür war der Anstieg des Frauenanteils auf Abteilungsleitungs- bzw. Projektleitungsebene. Darüber hinaus ist der Anteil von Frauen in allen Führungspositionen in Summe im Vergleich zu 2019 um rund 2 % auf 51 % gestiegen.
	-	EFFAS S02-02	Durchschnittliche Ausgaben für Weiterbildung der VZÄ pro Jahr	Basierend auf einem IST-Budget (ohne interne Personalkosten und Mieten sowie Arbeitsmittel) ergibt sich pro Mitarbeiter:in der Messe Berlin GmbH für 2020 eine durchschnittliche Ausgabe für Weiterbildung in Höhe von 429,46 Euro. Im Durchschnitt haben die Mitarbeitenden der Messe Berlin GmbH an 2,5 Veranstaltungen pro Jahr teilgenommen. Durch die in 2020 erfolgte Umstellung auf virtuelle Formate und die verstärkte Nutzung der internen Expertinnen und Experten, die eine bedarfsgerechte und messespezifische Weiterbildung ermöglichen, ist davon auszugehen, dass der ideelle Weiterbildungswert weit höher liegt als der oben genannte Betrag.
	17. Menschenrechte	EFFAS S07-02 II	Prozentsätze aller Einrichtungen, die nach SA 8000 zertifiziert sind.	Die landeseigene Unternehmensgruppe Messe Berlin verfügt über keine SA 8000 Zertifizierung. Die Einhaltung der in der Norm genannten sozialen Belange wie Verbot von Kinderarbeit, Zwangsarbeit, unregelmäßigen Arbeitszeiten, fehlende Arbeitssicherheit oder Gesundheitsschutz, unzureichendes Lohnniveau und Diskriminierung ist für die Messe Berlin als öffentlich-rechtliches Unternehmen selbstverständlich. Als landeseigenen Unternehmen unterliegt sie nicht nur den hohen Standards der deutschen und europäischen Gesetzgebung, sondern auch den lokalen Gesetzen. Im Rahmen des Prozesses der Nachhaltigkeitsstrategie wird geprüft, ob eine SA 8000 Zertifizierung dazu beitragen kann, das Risikomanagement in Bezug auf die soziale Verantwortung zu verbessern.
18. Gemeinwesen	-	-	-	-

***EFFAS E04-01: Gesamtgewicht des Abfalls:**

Gesamtgewicht des Abfalls der Grundlast in Tonnen (t) p.a.

2018	2019	2020	2021	2022
997	844	610	449	551

Gesamtgewicht des Abfalls der Veranstaltungen in Tonnen (t) p.a.

2018	2019	2020	2021	2022
7.403,8	5.320,5	1.603,9	161	3.354

****EFFAS E05-01 Anteil des gesamten Abfalls, der recycelt wird**

GRUNDLAST (GL) + VERANSTALTUNG (VA) 2022	RECYCLING	MENGEN 2022 GL T/P.A.	MENGEN 2022 VA T/P.A.
Gewerbeabfall	stofflich	224	1575
Altholz A III	stofflich	123	1599
Bauschutt	stofflich	5	5
Pappe/Papier	stofflich	14	44
Speiseabfälle	stofflich	83	51
Elektronikschrott	stofflich	9	0
Schrott	stofflich	8	0
Baumischabfall	stofflich	0	0
Straßenraumabfälle (Kehrmaschine)	stofflich	0	14
Glas	stofflich	2	19
Folie	stofflich	1	2
LVP	stofflich	0	0
Teppichabfälle	stofflich	3	41
Bioabfall (z.B. Grünschnitt)	stofflich	47	0
Asbest	keine	0	0
Sperrmüll	stofflich	31	4
Dämmplatten	keine	0	0
KMF	keine	0	1
Tenside	keine	0	0
anorg. Chemikalien	thermisch	0	0
Ölbinder	thermisch	0	0
Gesamtanzahl Tonnage pro Jahr		551	3354
Gesamt Recycling stofflich		550	3353
Recyclingquote		99,86%	99,96%

*****EFFAS E02-01: Gesamte Treibhausgasemissionen (THG)-Emissionen (Scope 1, 2, 3)**

Erläuterung: Scope 1 umfasst die direkte Freisetzung von THG-Emissionen im eigenen Unternehmen, Scope 2 umfasst die indirekte Freisetzung von THG-Emissionen durch Energielieferanten und Scope 3 umfasst die indirekte Freisetzung von THG-Emissionen in der vor- und nachgelagerten Lieferkette.

Scope 1 in t CO₂-Äquivalente:

9.000 Heizmittelverbrauch, Kälteanlagen und Strom

93,31 Fuhrpark

Scope 2 in t CO₂-Äquivalente:

Stromverbrauch: Keine Emissionen (Fremdstrombezug zu 100 Prozent zertifizierter Grünstrom aus deutscher Wasserkraft)

Scope 3

Mit dem Anlaufen der Präsenzveranstaltungen stieg auch die Anzahl der Geschäftsreisen der Mitarbeitenden der Messe Berlin wieder an. Bei Geschäftsreisen wird die Reise mit dem Zug bevorzugt, wenn dies möglich ist. Bei den Flugreisen entfielen 41,3 Prozent (2020: 72,2 Prozent) aller Reisen auf Langstrecken, 20,9 Prozent (2020: 23,4 Prozent) auf Mittelstrecken und 13,9 Prozent (2020: 4,5 Prozent) auf Kurzstrecken. Insgesamt wurden 117,200 kg CO₂ ausgestoßen. Hiervon kompensierte die Messe Berlin 18,064 kg durch den Zukauf von Sustainable Aviation Fuel (SAF).

68 Anzahl der Reisenden bei Zugreisen **60** Anzahl der Reisenden bei Flugreisen

***** EFFAS S03-01: Altersstruktur und -verteilung (Anzahl VZÄ nach Altersgruppen)**

PEERGROUP	FRAUEN	MÄNNER	GESAMT	ANTEIL W %	DAVON FK
0-25	21	6	27	77,78%	0
26-30	27	7	34	79,41%	0
31-35	31	25	56	55,36%	1
36-40	70	19	89	78,65%	11
41-45	51	27	78	65,38%	9
46-50	47	31	78	60,26%	11
51-55	35	33	68	51,47%	6
56-60	33	20	53	62,26%	6
61-66	20	18	38	52,63%	2
Gesamt	335	186	521	64,30%	46

Messe Berlin GmbH · Messedamm 22 · 14055 Berlin
T +49 30 3038-0 · info@messe-berlin.de
www.messe-berlin.de

