

# STRATEGIEPAPIER

## Nachhaltigkeits- und Klimastrategie

### m:con – mannheim:congress GmbH



#gemeinsam

#effizient

#nachhalten

### Einführung

Dieses Strategiepapier wurde entwickelt, um einen klaren Plan für die Umsetzung unserer Klima- und Nachhaltigkeitsstrategie zu liefern. Es dient als Leitfaden für das gesamte Team und unterstützt bei der Zielerreichung. Die Klima- und Nachhaltigkeitsstrategie trägt zu unserem langfristigen Geschäftserfolg bei und soll uns gegenüber Mitbewerber\*innen abheben.

### Unsere Nachhaltigkeits-Aktivitäten & Maßnahmen - Einfluss auf die 17 SDGs der Vereinten Nationen

Um unsere Nachhaltigkeitsmaßnahmen für alle Stakeholder-Gruppen gleichermaßen greifbar machen zu können, haben wir uns dazu entschieden diese den 17 Sustainable Development Goals der UN zuzuordnen. So können wir übersichtlich und einfach darstellen, wo wir uns aktuell bereits befinden und in welchen Bereichen wir noch Handlungsbedarf haben.



Stand: November 2024

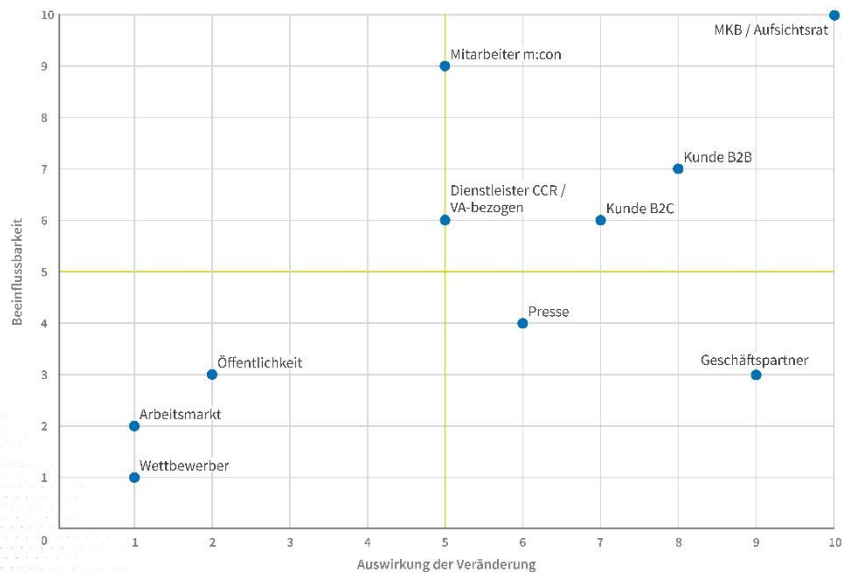
## Unternehmensanalyse - Nachhaltigkeit

Um ganzheitliche Unternehmensziele im Bereich Klima und Nachhaltigkeit festzulegen, haben wir zunächst verschiedene Analysen durchgeführt. Diese Analysen bilden die Grundlage unserer Zielsetzungen.

### Unsere Stakeholder

Auf Basis einer internen Befragung unter allen Team- und Abteilungsleitern sowie der Geschäftsführung wurden sämtliche Stakeholder-Gruppen identifiziert und priorisiert.

#### Stakeholder-Map



Agieren  
effizient  
Anpassen

## Unsere Chancen & Risiken - Risikoanalyse

Anhand einer Stakeholder-Befragung (der als wichtigste definierten Stakeholder-Gruppen) wurden Risiken und Chancen der m:con sowohl als Inside-Out als auch Outside-In Perspektive ermittelt. Zusätzlich ist durch die Arbeitsgruppe „Nachhaltigkeit“ die Perspektive der m:con in die Bewertung mit eingeflossen.

**Bewertung der Auswirkungen (positive sowie tatsächliche und mögliche negative Auswirkungen) DURCH die Geschäftstätigkeit der m:con (Inside-Out: Fokus auf Risiken und Chancen sowie Auswirkungen im Sinne der SDGs)**



### Umweltbelastung durch diverse Teilaspekte von Veranstaltungen

Veranstaltungen per se sorgen für die Belastung der Umwelt durch hohen Energieverbrauch, Wassernutzung, Anreise der Besucher\*innen, Abfallaufkommen und noch einige Aspekte mehr. Da die Durchführung von Veranstaltungen sowie die Vermietung von Räumlichkeiten, vor allem für Großveranstaltungen unser Kerngeschäft ist, liegt hier einer der Haupt-Auswirkungen der m:con auf die Nachhaltigkeit.



### Arbeitsbedingungen beeinflussen (z.B. durch Lieferketten)

Durch die richtige Auswahl unserer Lieferanten\*innen und Partner\*innen können wir aktiv die Arbeitsbedingungen beeinflussen. Nicht nur im direkten Umfeld der Veranstaltung (z.B. Freelancer), sondern auch in der gesamten Lieferkette sowie mit den Produkten, die wir auswählen und beschaffen.



### m:con Mitarbeiterbindung

Durch flexible Arbeitszeitmodelle, Benefits und die Möglichkeit individueller Weiterbildungen wird das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter\*innen gefördert und somit auch beeinflusst, inwieweit sich diese mit dem Unternehmen identifizieren. Themen wie Gesundheitsprogramme, Chancengleichheit und eine angenehme Arbeitsatmosphäre tragen dazu bei, dass Mitarbeiter\*innen im Unternehmen bleiben und erleichtert die Mitarbeitergewinnung.

## Bewertung der Auswirkungen AUF die wirtschaftliche Lage/Geschäftstätigkeit des Unternehmens (Outside-In: Fokus auf Risiken & Chancen sowie Erwartungen der Stakeholder)



### Gestiegene Herausforderungen

Das Thema Nachhaltigkeit als Chance zu begreifen, kann m:con einen großen Vorteil am Markt ermöglichen. Nachhaltigkeit als Selbstverständnis zu sehen und die richtigen Rahmenbedingungen zu schaffen, sodass Kunden alle relevanten Daten erhalten, die sie brauchen, die entsprechenden Möglichkeiten haben, ihre Wünsche umzusetzen und gar nicht darüber nachdenken zu müssen inwieweit ihre Veranstaltungen nun nachhaltig sind oder nicht, schafft Vertrauen und eine stärkere oder neue Geschäftsbeziehung zu m:con.

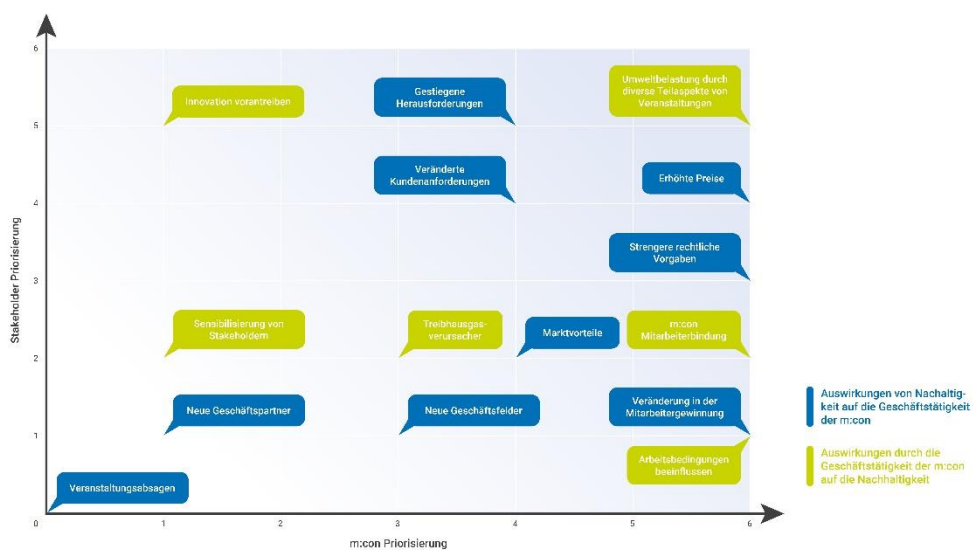
### Erhöhte Preise

Die Gesetzeslage wird immer herausfordernder durch neue Auflagen, die wir als Unternehmen entweder direkt spüren oder aber durch unsere Kund\*innen weitergereicht bekommen und erfüllen müssen, um weiterhin als Dienstleister bzw. als Location in Frage zu kommen. Aufgrund von Inflation oder z.B. neuer Steuern, werden Einkaufspreise immer teurer, was dazu führt, dass auch unsere Preise als Agentur und Location entsprechend steigen müssen, um wir diese Mehraufwände ausgleichen können. Diese Preiserhöhungen können sich nicht alle Kund\*innen dauerhaft leisten.



### Veränderte Kundenanforderungen


Kundenbedürfnisse und Kundenwünsche haben sich verändert, es wird umfangreicheres Wissen gefordert und erwartet. Handlungsspielräume werden immer kleiner, Vorgaben der Kund\*innen werden strenger und Kurzfristigkeiten steigen.




## Unsere Handlungsfelder - Definition & Wesentlichkeit

Die Arbeitsgruppe „Nachhaltigkeit“ hat aus dem Unternehmensalltag der m:con diverse Handlungsfelder im Bereich Nachhaltigkeit definiert. Diese wurden durch die Ergebnisse der Stakeholder-Befragung ergänzt. Die Priorisierung (Wesentlichkeit), der Handlungsfelder wurde mittels der Stakeholder-Befragung sowie der Abstimmung innerhalb der Arbeitsgruppe „Nachhaltigkeit“ bestimmt.


- Lieferantenrichtlinien für m:con eigene Beschaffungen
- Lieferantenverzeichnis
- Nachhaltigkeits-kriterien für Beschaffung
- Lieferantenaudit
- Compliance



- Barrierefreiheit Congress Center Rosengarten



- Energiethemen Congress Center Rosengarten



- Mitarbeiterbindung
- Mitarbeitergewinnung
- Arbeitssicherheit
- Diversität



## ➤ Nachhaltigkeitskommunikation



## Nachhaltige Veranstaltungen - Vermietung:

- Anreize für Kunden schaffen
- Kundenberatung aufbauend auf m:con internen Richtlinien
- Vorgaben innerhalb des Congress Center Rosengarten erarbeiten (z.B. Thema Abfall und Energie)
- Cateringangebot
- Besucher- und Mitarbeitermobilität



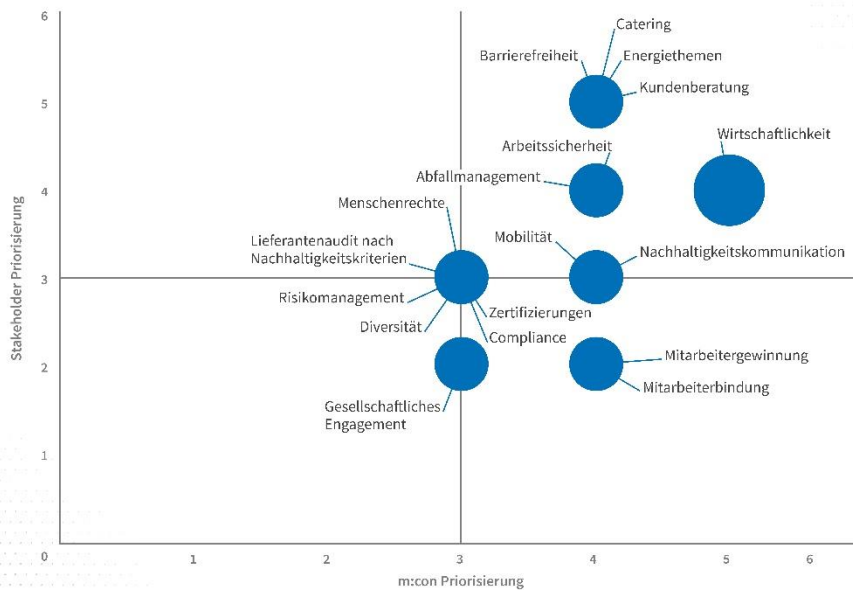
## Nachhaltige Veranstaltungen - Planung und Durchführung m:con eigener Veranstaltungen sowie im Agenturbereich

- Kundenberatung aufbauend auf m:con internen Richtlinien und Vorgaben

- Zertifizierungen
- Kodizies
- Gesellschaftliches Engagement
- Partnerschaften bilden



## Priorisierung



Gemeinsam  
effizient  
nachhaltig

Die beiden Themen Arbeitssicherheit und Wirtschaftlichkeit sind wie aus der Grafik ersichtlich ebenfalls in der Analyse sehr hoch eingeordnet worden, allerdings hat sich die Arbeitsgruppe dazu entschieden, diese in der Erarbeitung der umzusetzenden Maßnahmen außen vor zu lassen, da sie einerseits gesetzlich geregelt sind (Arbeitssicherheit) und andererseits nicht gänzlich durch die Arbeitsgruppe beurteilt werden können (Wirtschaftlichkeit). Das Thema der Wirtschaftlichkeit obliegt zudem der Geschäftsführung sowie dem Finanzmanagement der m:con, die diese selbstredend stetig im Blick haben. Ein regelmäßiger Austausch zwischen Finanzmanagement, Geschäftsführung und Sustainability Specialist findet statt.

Themen, die sich aus den Analysen als nicht wesentlich ergeben haben, werden nicht gänzlich außen vor gelassen, aber zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht bearbeitet. Es findet eine regelmäßige Überprüfung durch die Sustainability Specialist statt, sodass sich im Laufe der Zeit Wesentlichkeiten verändern können und sich Themen sowie dazugehörige Maßnahmen verschieben

## Unsere Klima- und Nachhaltigkeitsstrategie

Zur Erreichung unserer Nachhaltigkeitsziele wurde durch die Arbeitsgruppe eine Roadmap erarbeitet, mit konkreten Zeitläufen, Kostendefinition sowie KPIs. Die Basis hierfür bildeten die vorangegangenen Analysen sowie unsere jährlich durchgeführte Treibhausgasbilanz.

Die Roadmap dient als Arbeitsgrundlage für alle Bereiche innerhalb der m:con, zur Orientierung über die umzusetzenden Maßnahmen sowie die zeitliche Einordnung der Umsetzungen. Der Fortschrittsbericht sowie die Kontrolle der Maßnahmen & KPIs obliegt der Sustainability Specialist, es erfolgt ein regelmäßiges Reporting an die Geschäftsleitung sowie an den Aufsichtsrat und die Holding.

## Unsere Nachhaltigkeitsvision

„Wir als m:con setzen mit unseren Nachhaltigkeitsmaßnahmen sowohl im Congress Center Rosengarten als auch im Agenturgeschäft neue Maßstäbe. Mit unserem Handeln zeigen wir, dass Nachhaltigkeit gelebt wird und für uns ein Standard ist, für den wir gerne die Extrameile gehen. Gemeinsam mit unseren Partner\*innen und Kund\*innen schaffen wir damit eine zukunftsfähige Eventbranche.“

## Unsere Ziele

### Treibhausgasreduktion und Aufbau eines positiven Klima-Handabdrucks

*Handlungsfelder: Wasser / Energie / Wärme; Mobilität; Abfallmanagement; Zertifizierungen; Außenanlagen*

Bis **2030** wollen wir die Emissionen aus **Scope 1 & 2 um 50%** reduzieren, in dem wir unsere **Energie zu 100% aus erneuerbaren Energien** beziehen, unser **Abfallaufkommen um 30%** reduzieren sowie die **Recyclingquote erhöhen**. Mittels der Einführung eines Energiemanagementsystem sowie dazugehörigen Software **bis Ende 2026**, sollen Verbräuche in den Bereichen Wärme, Energie und Wasser besser erfasst und Reduktionspotenziale genauer definiert werden können.





## Ressourcenschonung durch nachhaltige Lieferketten und verantwortungsvolle Beschaffung

*Handlungsfelder: Lieferantenrichtlinien; Regularien zur Durchführung m:con interner Projekte; Nachhaltigkeitskriterien in Dienstleisterverträgen*

Bis 2028 werden wir dafür Sorge tragen, dass sich **100% unserer Lieferant\*innen und Partner\*innen zu strengen ökologischen und sozialen Standards verpflichtet** haben. Bereits **bis 2027** werden wir **Standards für m:con-eigene Veranstaltungen** erarbeiten, um eine verantwortungsvolle Beschaffung zu gewährleisten sowie den richtigen Einsatz von Ressourcen aller Art.



## Nachhaltige Kommunikation und Transparenz ausbauen

*Handlungsfelder: Zertifizierungen; Offene Nachhaltigkeitskommunikation*

Bis Ende 2025 werden wir eine **vollumfängliche Kommunikationsstrategie** und -planung ausarbeiten, um für unsere Stakeholder transparent zu sein, unser Handeln aktiv nach außen und innen zu tragen und in unserem Tun glaubhaft zu bleiben. Neben der angestrebten **Zertifizierung im Energiemanagement** (voraussichtlich Ende 2026) werden wir **weitere Zertifizierungsmöglichkeiten bis 2027 prüfen** und entsprechend in die Umsetzung bringen, um für Kund\*innen eine offensichtliche und einfache Entscheidungsgrundlage bieten zu können.



## Lösungen schaffen, um Veranstaltungen zukunftsfähig zu gestalten

*Handlungsfelder: Cateringkonzept; Kundenberatung; Rabattsystem*

Bis 2025 werden wir, gemeinsam mit unserem Partner Dorint Kongresshotel, ein Cateringkonzept erarbeiten, dessen Fokus auf regionalen und saisonalen Speisenangeboten liegt. Das Konzept wird darüber hinaus bis 2027 weiter ausgearbeitet, u.a. zu den Themen Mehrweg sowie weitere regionale Lieferketten.

Bis 2025 erarbeiten wir ein Rabattsystem für die Umsetzung nachhaltiger Veranstaltungen im Congress Center sowie dazugehöriger Handlungsempfehlungen, um Anreize für nachhaltige Umsetzungen zu schaffen, unsere Kunden bei den Planungen aber auch zu unterstützen und Sie über die Umsetzungsmöglichkeiten im Congress Center noch besser zu informieren. Entsprechend werden wir bis Anfang 2025 unsere operativen Einheiten (Registration, Industry, Projectmanagement sowie BD) schulen.



## Das Congress Center Rosengarten zu einem Wohlfühl-Ort für jedermann/-frau machen

*Handlungsfelder: Außenanlagen; Barrierefreiheit*

Mit dem Bau von zusätzlichen Fahrradabstellmöglichkeiten für Mitarbeiter\*innen sowie Besucher\*innen des CCR bis 2028 wollen wir einen Teil unserer Scope 3 Emissionen reduzieren. Ebenfalls bis 2028 sollen verschiedene Maßnahmen umgesetzt werden, die einen barrierefreien Besuch des CCR ermöglichen.



Neben den vorangestellten ausformulierten strategischen Zielen haben wir uns dafür ausgesprochen **bis 2045 die Treibhausgasneutralität für m:con und das Congress Center Rosengarten anzustreben**. Angelehnt an die Ziele der Science Based Target Initiative sowie den Klimaschutzielen Deutschlands und dem Klimaplan der Stadt Mannheim.

## Unsere Position im Wettbewerb - Nachhaltigkeits-Benchmarking

Mittels Internetrecherchen sowie persönlichen Gesprächen wurde ein Benchmarking bezogen auf den Bereich Nachhaltigkeit durch die Arbeitsgruppe „Nachhaltigkeit“ durchgeführt. Anhand der gesammelten Informationen konnten die von der AG vorausgewählten Themen beleuchtet werden.

Aus dem Benchmarking lässt sich ableiten, dass wir vor allem im Bereich Lieferantenaudit noch Nachholbedarf gegenüber vergleichbaren Locations haben, in allen anderen Bereichen sind wir bereits gut und ähnlich der Konkurrenz aufgestellt.

Das Benchmarking hatte keinen Einfluss auf die zuvor genannten Handlungsfelder oder unsere gesetzten Ziele. Es dient ausschließlich der Einordnung unserer Tätigkeiten im Vergleich zu anderen Veranstaltungsstätten, die mit dem Congress Center Rosengarten vergleichbar sind sowie Veranstaltungsagenturen, die im gleichen Kundenkreis tätig sind wie m:con. Des Weiteren haben wir zwei branchenfremde Unternehmen beleuchtet, um auch branchenübergreifend eine Einordnung unserer Nachhaltigkeits-Bemühungen zu erhalten.

## Unsere Kommunikation #gemeinsam #effizient #nachhalten

Der Fokus unserer Nachhaltigkeitskommunikation liegt auf Transparenz. Wir möchten unsere Prozesse sowie unsere Unternehmungen und sämtliche Maßnahmen, an denen wir arbeiten transparent sowohl intern als auch extern kommunizieren. Wir wollen unsere Stakeholder auf unserem Weg der Fortschritte und Verbesserungen mitnehmen und nicht nur Zielerreichung kommunizieren. Dies spiegelt sich auch in unserem Nachhaltigkeits-CI wieder.

Die Nachhaltigkeitskommunikation wurde auch als eines der Handlungsfelder identifiziert, die wir näher betrachtet haben. Entsprechend ist sie Bestandteil unserer Nachhaltigkeits-Roadmap und wird kontinuierlich weiter ausgearbeitet und angepasst.