



MANAGEMENTPLAN 2025

NACHHALTIGKEIT

INHALT

Strategie & Ziele	2
Nachhaltigkeit leben, nicht nur darüber reden	2
Strategie	2
Übergeordnete Ziele	2
Organisation – Green Team	2
Massnahmenübersicht	3
Ökologische Nachhaltigkeit	4
Gesellschaftliche Nachhaltigkeit	7
Ökonomische Nachhaltigkeit	8
Überprüfung Zielerreichung 2024	9
Standortbestimmung und Zielsetzung 2025	11
Themen in 2. Priorität	12
Themen in 3. Priorität	12
Wesentlichkeitsanalyse	12
CO2-Bilanzierung	14

STRATEGIE & ZIELE

NACHHALTIGKEIT LEBEN, NICHT NUR DARÜBER REDEN

In der sich laufend verändernden ökonomischen und ökologischen Umwelt ist es notwendig, dass Unternehmen für die Auswirkungen ihres Handelns Verantwortung übernehmen und auf eine nachhaltige, wirtschaftliche Entwicklung setzen und dabei ihre soziale Verantwortung wahrnehmen. Dieser Verantwortung stellen wir uns und engagieren uns täglich für eine möglichst nachhaltige Umsetzung von Veranstaltungen sowie den nachhaltigen Betrieb unserer Infrastruktur. Die 3 Säulen der Nachhaltigkeit bilden die Grundlage der strategischen Ausrichtung des Hallenstadion Zürichs in Bezug auf Nachhaltigkeit.

STRATEGIE

Eines der sechs strategischen Ziele der AG Hallenstadion lautet: „Positionierung als nachhaltige Eventlocation“. Im Rahmen dieses Ziels beschäftigen wir uns täglich mit zentralen Nachhaltigkeitsthemen, darunter:

- die Entwicklung und Umsetzung von Richtlinien zur Abfallpolitik,
- die soziale Verantwortung gegenüber Mitarbeitenden, Kund*innen, Partnern und Lieferant*innen,
- nachhaltige Einkaufspraktiken,
- die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben sowie
- der verantwortungsvolle Umgang mit knappen Ressourcen.

Durch regelmässige Überprüfungen stellen wir sicher, dass diese Grundsätze aktuell bleiben und konsequent umgesetzt werden. Daraus leiten sich übergeordnete Ziele ab, die unser tägliches Handeln prägen und die wir mit Nachdruck verfolgen.

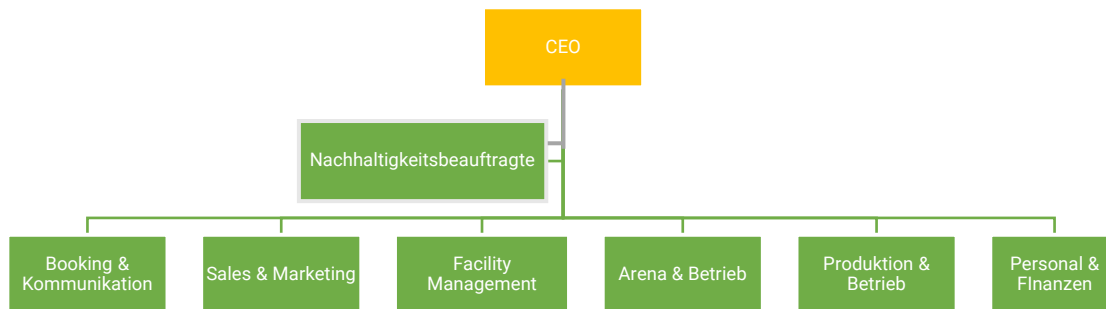
ÜBERGEORDNETE ZIELE

- 1. Positionierung als nachhaltige Eventlocation**
Wir erfüllen höchste ökologische, ökonomische und soziale Standards.
- 2. Berücksichtigung regionaler Nachhaltigkeitsziele**
Wir achten auf die Einhaltung länderspezifischer, kantonaler und städtischer Vorgaben im Bereich Nachhaltigkeit.
- 3. Internationale Zertifizierung**
Unsere hohen Standards werden durch eine international anerkannte Nachhaltigkeitszertifizierung bestätigt.
- 4. Reduktion von Emissionen**
Wir setzen uns aktiv für die Verringerung von Emissionen ein und verbessern kontinuierlich unsere Umweltbilanz.
- 5. Integration aller Beteiligten**
Mitarbeitende und Stakeholder werden umfassend in den Nachhaltigkeitsprozess eingebunden.

ORGANISATION – GREEN TEAM

Um sich dem Thema Nachhaltigkeit noch detaillierter zu widmen, wurde 2024 eine neue Stelle für eine Nachhaltigkeitsbeauftragte geschaffen. Gemeinsam mit dem «Green Team», welches sich aus Mitarbeitenden aus allen Bereichen des Hallenstadions zusammensetzt, werden regelmässig aktuelle Themen besprochen, neue Massnahmen definiert und umgesetzt. Das Green Team ist zudem verantwortlich für die jährliche Überprüfung sowie Aktualisierung der Grundwerte und Massnahmen. Sie bringen die Themen in ihre Abteilungen und leiten Rückmeldungen aus den Abteilungen zurück ins Green Team. So wird ein aktiver Austausch gewährleistet und alle Mitarbeitenden werden einbezogen.

Aufbau Green Team

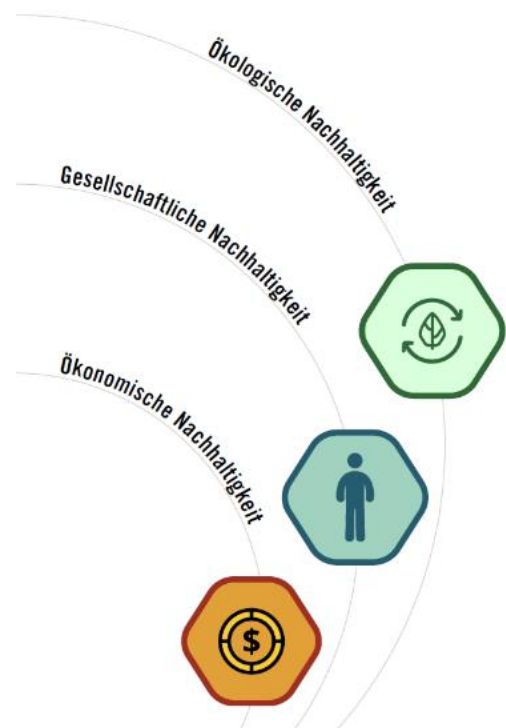


MASSNAHMENÜBERSICHT

Die AG Hallenstadion verfolgt einen umfassenden Nachhaltigkeitsansatz, der sich an den drei zentralen Säulen der Nachhaltigkeit orientiert:

- **Ökologische Nachhaltigkeit** – verantwortungsvoller Umgang mit natürlichen Ressourcen und Minimierung negativer Umweltauswirkungen
- **Gesellschaftliche Nachhaltigkeit** – faire Arbeitsbedingungen, soziale Verantwortung und Einbindung relevanter Anspruchsgruppen
- **Ökonomische Nachhaltigkeit** – wirtschaftliche Stabilität, Effizienz und langfristige Zukunftsfähigkeit

Dieser Managementplan dient als strategisches Instrument zur systematischen Umsetzung und Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsziele. Die nachfolgenden Massnahmen sind entsprechend den drei Säulen gegliedert und zeigen auf, wie die AG Hallenstadion ihre Verantwortung in allen Bereichen wahrnimmt und kontinuierlich verbessert.



ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT

Übergeordnete Ziele, welche in der ökologischen Nachhaltigkeit verfolgt werden:



- **Positionierung als nachhaltige Eventlocation:** Wir erfüllen höchste ökologische, ökonomische und soziale Standards.
- **Internationale Zertifizierung:** Unsere hohen Standards werden durch eine international anerkannte Nachhaltigkeitszertifizierung bestätigt.
- **Reduktion von Emissionen:** Wir setzen uns aktiv für die Verringerung von Emissionen ein und verbessern kontinuierlich unsere Umweltbilanz.

Handlungsfeld	Massnahme	Ziel/KPI	Zeitraumen	Verantwortlich
Energieversorgung	Bezug von 100 % erneuerbarem Strom (Wasserkraft Europa, ewz)	CO ₂ -Reduktion	laufend	FM
Energieversorgung	umweltfreundliche Fernwärme aus regionaler Wertschöpfung	CO ₂ -Reduktion	Seit 2022	FM
Energieversorgung	Einbau moderner Wärmepumpe	CO ₂ -Reduktion	Seit 2016	FM
Energieeffizienz	Zielvereinbarung mit Kanton Zürich	jährliche Zielerreichung	jährlich	FM / GL
Energieeffizienz	Zentrale Stromabschaltung aller Bürogeräte	Stromverbrauch Minimieren	laufend	FM / MA
Energieeffizienz	Eco-Zertifizierungen bei Neuanschaffungen	Stromverbrauch Minimieren	laufend	FM
Energieeffizienz	Bewegungsmelder zur Lichtsteuerung	Stromverbrauch Minimieren	laufend	FM
Energieeffizienz	LED-Beleuchtung in der gesamten Arena & Vorbau	Stromverbrauch Minimieren	Seit Sommer 2023	FM
Energieeffizienz	Reduzierter Lüftungsbetrieb bei nicht ausverkauften Events	Stromverbrauch Minimieren	laufend	FM
Energieeffizienz	Abschaltung von Kühlgeräten	Stromverbrauch Minimieren	Während Sommerpause	FM
Wasserverbrauch	Umrüstung auf wasserlose Urinale von Urimat URIMAT-Urinale	-4 Mio. Liter/Jahr	Seit 2020	FM
Wasserverbrauch	Ausstattung aller Toilettenanlagen mit sensorgesteuerten Wasserhähnen	Reduktion Verbrauch um bis zu 50%	laufend	FM
Gastronomie Einkauf	Einkauf von qualitativ hochwertigen, möglichst der Saison entsprechenden Produkte von regionalen Lieferanten	Nachhaltiger Einkauf sicherstellen	laufend	Gastronomie

Gastronomie Einkauf	Einkauf von wo möglich und sinnvoll auf «Fair-Trade», Bio- und mit ECO-Labels gekennzeichnete Produkte	Nachhaltiger Einkauf sicherstellen	laufend	Gastronomie
Foodwaste	Vorausschauende Planung	Foodwaste reduzieren	laufend	Gastronomie
Foodwaste	Übrig gebliebene Esswaren werden Reinigungskräften zur Verfügung gestellt	Foodwaste reduzieren	laufend	Gastronomie
Foodwaste	Einsatz von Magnesol-Filtern für das Frittieröl für längere Haltbarkeit	Reduktion Verbrauch um bis zu 70%	laufend	Gastronomie
Abfallmanagement & Recycling	Analyse durch Swiss Recycle, Trennung von 15+ Materialien	Recyclingquote > 85 %	Sommer 2024	FM / Reinigung
Abfallmanagement & Recycling	Sensibilisierung von Gästen und Mitarbeitenden	Trennqualität erhöhen, Abfall reduzieren	laufend	Nachhaltigkeit / Kommunikation
Abfallmanagement & Recycling	Überprüfung Abfallkonzept durch Swissrecycle	Trennqualität erhöhen, Abfall reduzieren	Frühjahr 2024	FM
Abfallmanagement & Recycling	Trennung von Abfall; Aludosen (Getränkedosen), Alu-Kaffeekapseln, Altglas, Altholz, Altkupfer, Altmetall, Batterien, Elektroschrott, Karton, Leuchtmittel, Papier, PET-Flaschen, Weissblech (Konservendosen), Altöl und Bioabfälle (durch zertifizierte externe Entsorgungsfirmen)	Recycling ermöglichen	laufend	FM / Reinigung
Abfallmanagement & Recycling	Teilnahme am jährlichen «Clean-up Day»	Auf Recycling aufmerksam machen	jährlich	Nachhaltigkeit
Papierhandtücher	Tork PaperCircle® Recyclingservice für Papierhandtücher	Abfall reduzieren (bis 40t pro Jahr), Recycling ermöglichen	Seit Saison 2022/23	FM
Einweggeschirr	Einsatz von vollständig kompostierbarem Einweggeschirr von Bioloop und effektives Kompostieren des Geschirrs	Abfall reduzieren (bis 75% pro Jahr erwartet), Recycling ermöglichen	ab Frühjahr 2026	FM / Gastronomie
Mobilität Mitarbeitende	ÖV-Zuschuss, Halbtax-Abo für Mitarbeitende	ÖV-Nutzung fördern	jährlich	HR / Finanzen

Mobilität Mitarbeitende	Teilnahme an «Bike to Work»	Alternative Anreise und Gesundheit fördern	Jährlich, Teilnahme zu prüfen	Nachhaltigkeit
Mobilität Gäste	Kommunikation für ÖV erhöhen, Kombi-Angebot mit RailAway (Veranstaltungsbezogen), Fahrradständer	ÖV-Nutzung fördern	laufend	Marketing / Events
Geschäftsreisen	CO ₂ -Kompensation via myClimate für Reisen mit dem Flugzeug	100 % Kompensation	jährlich	GL / Finanzen
Kommunikation	Vollständige digitale Signaletik, keine Printmedien	100 % digital	seit Sommer 2025	Kommunikation / IT
Einkaufspolitik	Nachhaltige Kriterien gemäss Einkaufspolitik	Nachhaltiger Einkauf sicherstellen	Jährliche Überprüfung	Nachhaltigkeit / GL
Bestuhlung Arena	Die gesamte Bestuhlung der Arena wird neu gepolstert und mit frischen Überzügen versehen. Das bestehende Metallgerüst bleibt unverändert.	Ressourcen schonen	Herbst 2025	Betrieb

GESELLSCHAFTLICHE NACHHALTIGKEIT

Übergeordnete Ziele, welche in der gesellschaftlichen Nachhaltigkeit verfolgt werden:



- **Positionierung als nachhaltige Eventlocation:** Wir erfüllen höchste ökologische, ökonomische und soziale Standards.
- **Internationale Zertifizierung:** Unsere hohen Standards werden durch eine international anerkannte Nachhaltigkeitszertifizierung bestätigt.
- **Integration aller Beteiligten:** Mitarbeitende und Stakeholder werden umfassend in den Nachhaltigkeitsprozess ein-gebunden.

Handlungsfeld	Massnahme	Ziel/KPI	Zeitraumen	Verantwortlich
Arbeitsbedingungen	Einführung Bonusreglement für wirtschaftliche Beteiligung	Beteiligungsquote erhöhen	seit Q1/2024	HR
Gleichstellung	Inklusive Sprache	100 % inklusiv formuliert	laufend	HR / Kommunikation
Schutz vor Belästigung	Externe Anlaufstelle & interne Weisungen	100 % Bekanntheit bei Mitarbeitenden	jährlich prüfen	HR
Work-Life Balance	Gleitzeit und Homeoffice-Regelung	Zufriedenheit > 85 % (Befragung)	laufend	HR
Weiterbildung	Finanzielle Unterstützung für berufsbezogene Weiterbildung	Mitarbeiter*innen fördern	jährlich	HR / Fachbereiche
Benefits	Nutzung interner Angebote und Freikarten	Wertschätzung gegenüber Mitarbeitenden	laufend	HR
Gesundheitsförderung	„Fit for Hasta“-Programm	Teilnahmequote > 50 %	jährlich	Fit 4 Hasta Team
Mitarbeitenden Zufriedenheit	Mitarbeitenden Befragung	Zufriedenheit > 90 %	jährlich	HR
Besucher*innen Zufriedenheit	Besucher*innen Befragung	Zufriedenheit > 75 %	jährlich	Nachhaltigkeit
Arbeitssicherheit	Nutzung Persönlicher Schutzausrüstung (PSA)	100 % PSA-Nutzung, jährliche Schulung	laufend	FM / Betrieb
Arbeitssicherheit	Aktueller Notfallplan	Sicherheit erhöhen	jährliche Prüfung	Betrieb
Gesundheitsförderung	Ergonomische Arbeitsplätze	Gesundheitsförderung	laufend	HR
Korruptionsprävention	Verankerung in Weisungen, Schulungen	100 % Bekanntheit bei Mitarbeitenden	jährlich	Compliance
Barrierefreiheit	<ul style="list-style-type: none"> • Rollstuhlgängige Haupteingänge und Büroflächen • Rollstuhlplätze mit Begleitperson und guter Sicht 	barrierefreie Zugänge für Gäste sicherstellen	Seit Umbau 2004/2005	FM / Betrieb

	<ul style="list-style-type: none"> • Behindertengerechte Toiletten in unmittelbarer Nähe • OK:GO Eintrag – Kommunikation der Situation vor Ort 			
DIVERSITY, EQUITY AND INCLUSION	Regelmässiger Austausch im D, E&I-Team und Planung Massnahmen, Mitglied EqualVouce United» Initiative von Ringier	D, E & I stärken	laufend	D, E & I Team
Spenden	Keine Standmieten für NGOs an Veranstaltungen erheben	Gemeinnütze Organisationen unterstützen	laufend	Produktion
Spenden	Teilnahme am Spendenlauf Wings for Life	Gemeinnütze Organisationen unterstützen	Jährlich	Nachhaltigkeit
Spenden	Spendensammlung mithilfe der Vergabe der Freikarten für «Cuisine sans Frotnières»	Gemeinnütze Organisationen unterstützen	laufend	Nachhaltigkeit
Spenden	Spende an Special Olympics Switzerland	Gemeinnütze Organisationen unterstützen	Jährlich	Nachhaltigkeit

ÖKONOMISCHE NACHHALTIGKEIT

Übergeordnete Ziele, welche in der gesellschaftlichen Nachhaltigkeit verfolgt werden:



- **Positionierung als nachhaltige Eventlocation:** Wir erfüllen höchste ökologische, ökonomische und soziale Standards.
- **Internationale Zertifizierung:** Unsere hohen Standards werden durch eine international anerkannte Nachhaltigkeitszertifizierung bestätigt.
- **Berücksichtigung regionaler Nachhaltigkeitsziele:** Wir achten auf die Einhaltung länderspezifischer, kantonaler und städtischer Vorgaben im Bereich Nachhaltigkeit.

Handlungsfeld	Massnahme	Ziel/KPI	Zeitraumen	Verantwortlich
Regionale Wirtschaft	Förderung lokaler Zulieferer und Dienstleister	regionale Partner fördern	laufend	Einkauf
ACE Zurich	Kooperation mit Messe Zürich & Zürich Tourismus	Synergien nutzen	laufend	GL / Marketing
Wirtschaftliche Wirkung	Monitoring der regionalen Wertschöpfung	Wertschöpfung aufzeigen	Studie läuft	GL / Finanzen
Nachhaltigkeitskodex	Umsetzung der „fairpflichtet“-Prinzipien	100 % Eventkonformität	laufend	Nachhaltigkeit
Partnerwahl	Nachhaltigkeitskriterien bei Auswahl	100 % Partner geprüft	jährlich	Einkauf / GL

ÜBERPRÜFUNG ZIELERREICHUNG 2024

Im Rahmen unseres Nachhaltigkeitsmanagements haben wir die gesetzten Ziele für das Jahr 2024 überprüft. Ziel dieser Standortbestimmung war es, den Fortschritt in den drei Nachhaltigkeitssäulen – ökologisch, gesellschaftlich und ökonomisch – transparent zu bewerten und Verbesserungspotenziale zu identifizieren.

Handlungsfeld	Massnahme / Ziel	Status	Verantwortlich
ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT			
Papierverbrauch reduzieren / Prozesse digitalisieren	<ul style="list-style-type: none"> - Digitale Tickets durch ein neues Logenbuchungstool - Print@Home Tickets für StarLounge Gäste 	In Bearbeitung, Umsetzung verzögert sich und wird erst 2026 möglich	VIP-Bereich
Papierverbrauch reduzieren / Prozesse digitalisieren	Die Informations-Unterlagen für das Barrieren Personal sowie die Gruppenführer*innen soll künftig digital zur Verfügung gestellt werden.	Rund 80% der Unterlagen können mittlerweile digital zur Verfügung gestellt werden, an den fehlenden 20% wird noch gearbeitet	Produktion & Betrieb
Papierverbrauch reduzieren / Prozesse digitalisieren	<ul style="list-style-type: none"> - Lohnabrechnungen für Mitarbeitende auf Zeit (MAZ) digital versenden - Lohnzahlungen, Spesenbelege und Mehrwertsteuerkontrolle digitalisieren 	umgesetzt	Personal & Finanzen
Abfallmanagement & Recycling	<ul style="list-style-type: none"> - Aktuell prüfen wir die Möglichkeit, rPET-Becher separat zu sammeln, um sie wieder dem Kreislauf hinzuführen. - Unsere Gäste sollen durch eine Kampagne zur Abfalltrennung im Zuschauerbereich zum Thema sensibilisiert werden. 	Das Projekt wurde aufgrund Einführung von kompostierbarem Einweggeschirr eingestellt	FM
Strom sparen	Es sollen Ladestationen für Elektroautos (für Mitarbeitende & VIP Kund*innen) zur Verfügung gestellt werden.	Der Bedarf wurde nochmals intensiv geprüft, weshalb entschieden wurde das Projekt vorerst einzustellen.	FM
Strom sparen	Es wird geprüft, ob die Lüftungen auf EC-Motoren, welche dem neuen Standard entsprechen, gewechselt werden kann, um Strom und Unterhaltskosten einzusparen.	Mit der Umstellung können rund 50% der Energiekosten eingespart werden, die Finanzierung ist beim VR in	FM

		Abklärung, Umsetzung frühestens im Sommer 2027 geplant	
GESELLSCHAFTLICHE NACHHALTIGKEIT			
Sicherheit für Gäste	Einführung von «Ist Luisa da?» im Hallenstadion prüfen - Mit der Frage „Ist Luisa da?» können sich Mädchen und Frauen an das Personal im Hallenstadion wenden und bekommen unmittelbar und diskret Hilfe.	Das Projekt wurde am 05.12.2024 gestartet.	D, E&I Team
Zufriedenheit Mitarbeitende	Unser Unternehmen wächst und damit auch der Platzbedarf für erholsame Pausen während der Arbeit. Bis Ende 2024 wird ein neuer Pausenraum, der den Anforderungen und Wünschen unserer Mitarbeitenden gemäss der Mitarbeitenden-Befragung gerecht wird, gestaltet.	Der Pausenraum wurde im Oktober 2024 fertiggestellt.	FM / GL
Kommunikation Nachhaltigkeit	Sensibilisierung der Mitarbeitenden zum Thema Nachhaltigkeit: - Präsenz Nachhaltigkeit im Intranet überarbeiten und optimieren - Intern wird pro Monat ein Nachhaltigkeitsthema für alle Mitarbeitenden aufgegriffen (entweder via Intranet, Workshop oder Schulung)	Im Intranet werden regelmässig Informationen zum Thema Nachhaltigkeit publiziert. Auch haben wir einen Ablageordner für das Thema erstellt.	Kommunikation
Kommunikation Nachhaltigkeit	Information und aktiver Austausch mit unseren Kund*innen	Regelmässige Social Media Posts werden umgesetzt	Kommunikation
Zufriedenheit Gäste	Rückmeldungen aus der Besucher*innen Befragung - 75.8% unserer Besucher*innen sind mit dem Besuch im Hallenstadion sehr zufrieden – diese Kennzahl möchten wir nächstes Jahr übertreffen - 54.4% unserer Besucher*innen reisen mit den öffentlichen Verkehrsmitteln an – diesen Wert möchten wir im nächsten Jahr um mind. 1% erhöhen. - 99% unserer Gäste fühlen sich im Hallenstadion sicher – dieses sehr gute Feed-back wollen wir auch im kommenden Jahr aufrechterhalten	Rückmeldungen aus der Besucher*innen Befragung 2025: - Zufriedenheit: 75.1% - öV-Anreise: 56.1% - Sicherheit: 99.31%	Nachhaltigkeitsbeauftragte
ÖKONOMISCHE NACHHALTIGKEIT			
Geschäftsführung	Wir sichern den Betrieb unserer Eventlocation langfristig mittels - Erreichen des budgetierten Gewinns, - Erstellung und Überwachung eines langfristigen Investitionsplans sowie - einer fortlaufenden Liquiditätsplanung, während wir gleichzeitig natürliche Ressourcen schonen und soziale Gerechtigkeit fördern.	Diese Zielbeurteilung kann erst nach dem Jahresabschluss 2025 erfolgen	GL

STANDORTBESTIMMUNG UND ZIELSETZUNG 2025

Um unsere Nachhaltigkeitsstrategie gezielter weiterzuentwickeln, haben wir gemeinsam mit der Firma tfy consulting im Frühjahr 2025 eine umfassende Standortbestimmung durchgeführt.

In allen Handlungsfelder liegen wir über dem aktuellen Benchmark. Diese Ergebnisse bestätigen, dass wir bereits zahlreiche wirksame Massnahmen im Bereich Nachhaltigkeit umgesetzt haben. Gleichzeitig zeigen sie uns aber auch bestehende Lücken auf – wertvolle Hinweise, um weitere Schritte gezielt anzugehen.



Die Geschäftsleitung und die Nachhaltigkeitsbeauftragte haben basierend auf diese Erkenntnisse folgende Ziele definiert, die wir in den kommenden Monaten konsequent verfolgen werden:

- **Kommunikation extern**
Tue Gutes und sprich darüber!
Ab dem 1. Mai 2025 werden wir die externe Kommunikation über Social Media (Instagram, Facebook, LinkedIn) so steigern, dass mindestens 2 Beiträge pro Monat veröffentlicht werden, die gezielt unsere Massnahmen im Bereich Nachhaltigkeit kommunizieren, um unsere Gäste transparent zu informieren und stärker zu involvieren.
- **Kommunikation intern**
Ab dem 1. Mai 2025 werden alle MAZ (Mitarbeitende auf Zeit) quartalsweise (sofern genügend Informationen vorhanden) mit einem gekürzten Auszug aus dem Protokoll der MA-Sitzung über die wichtigsten Informationen zum Hallenstadion informiert. Zusätzlich wird monatlich mindestens ein Beitrag zum Thema Nachhaltigkeit im Intranet veröffentlicht, der als Anhang im Protokoll an die MAZ

weitergeleitet wird, damit sie – als direkte Ansprechpersonen unserer Gäste – stets auf dem aktuellen Stand sind.

- **Austausch mit Partner**

Bis am 30. September 2025 wird mit dem Premium und den strategischen Partnern der Austausch zum Thema Nachhaltigkeit aufgenommen. Ziel ist es, gemeinsam konkrete Verbesserungsmöglichkeiten oder Kooperationsansätze zur Förderung nachhaltiger Praktiken zu identifizieren.

- **CO₂-Bilanzierung**

Bis zum 31. Dezember 2025 wird für ausgewählte Events eine CO₂-Bilanz erstellt. Ziel ist es, die Emissionsquellen nach Scope 1-3 zu erfassen und erste Massnahmen abzuleiten.

- **Lokale Wertschöpfung**

Die lokale Wertschöpfung soll von einer externen Firma quantifiziert werden. Die Wertschöpfungsstudie wurde im Sommer 2025 in Auftrag gegeben.

Weitere Handlungsfelder wurden wie folgt priorisiert und werden zu einem späteren Zeitpunkt weiterverfolgt:

Themen in 2. Priorität

- Lieferantenleitfaden erstellen
- Mobilitätskonzept für die Gäste-Anreise erarbeiten

Themen in 3. Priorität

- Kooperationen - Interessensgemeinschaften gegenüber Politik bilden
- New Business – prüfen von eigenen Eventformaten in Kooperation mit Partnern
- Biodiversität – Vorhandene Grünfläche aufwerten und biodivers gestalten

WESENTLICHKEITSANALYSE

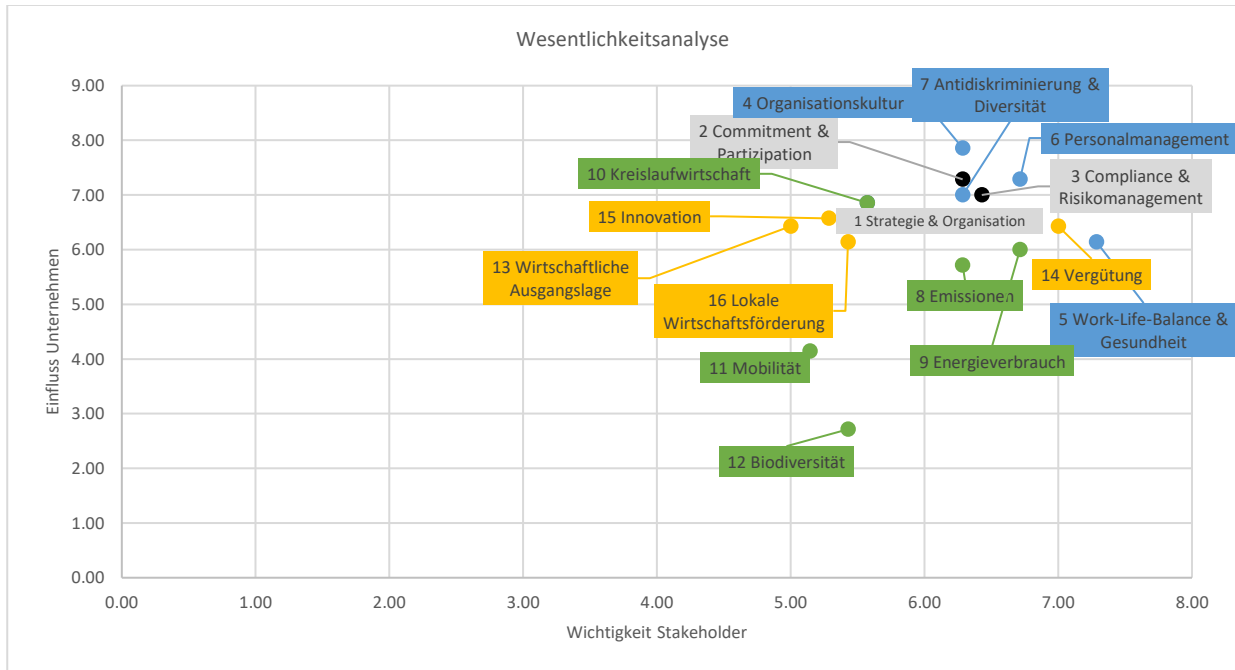
Im Zuge unserer Standortbestimmung wurde eine Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt, um die relevanten Nachhaltigkeitsthemen für die AG Hallenstadion systematisch zu erfassen und zu priorisieren.

Erste Einschätzungen:



Um die Aussagekraft der Ergebnisse weiter zu erhöhen, haben wir die Analyse zusätzlich im Rahmen eines Workshops sowie in Abstimmung mit der Geschäftsleitung erneut durchgeführt und validiert.

Erweiterte Analyse im Green Team & der Geschäftsleitung:



Erkenntnisse aus der Wesentlichkeitsanalyse

Die erweiterte Analyse deckt sich Mehrheitlich mit der ersten Einschätzung. Grössere Abweichungen sind bei den Punkten «2 Commitment & Partizipation» sowie «12 Biodiversität» zu erkennen.

Die Wesentlichkeitsanalyse zeigt, dass unser Unternehmen den grössten Einfluss auf interne Themen wie Organisationskultur, Commitment & Partizipation sowie Personalmanagement hat. Diese Bereiche sind entscheidend, um nachhaltige Prinzipien fest in unserer Strategie und Unternehmenskultur zu verankern. Hier können wir direkt steuern und Veränderungen wirksam umsetzen.

Gleichzeitig wird aus Stakeholder-Sicht die Work-Life-Balance, eine faire Vergütung und der Energieverbrauch als besonders wichtig bewertet. Diese Themen spiegeln die Erwartungen unserer Mitarbeitenden und Partner wider und sind für die Wahrnehmung unserer Nachhaltigkeitsleistung zentral.

Externe Umweltaspekte wie Mobilität und Biodiversität liegen im unteren Einflussbereich. Das bedeutet, dass unsere direkte Steuerungsmöglichkeit hier begrenzt ist. Dennoch sind diese Themen für unsere Reputation und regulatorische Anforderungen relevant und sollten nicht vernachlässigt werden.

Übereinstimmung mit unseren Zielen

Die Wesentlichkeitsanalyse zeigt eine hohe Übereinstimmung zwischen unseren definierten Zielen und den Themen, auf die wir den grössten Einfluss haben. Insbesondere:

- **Interne Hebel sind stark adressiert:** Massnahmen zur internen Kommunikation und Partizipation decken die Top-Themen wie Organisationskultur, Personalmanagement und Antidiskriminierung ab. Diese Bereiche sind laut Wesentlichkeitsanalyse die Felder, in denen wir den grössten Einfluss haben – und unsere Ziele greifen hier direkt.
- **Externe Transparenz wird aktiv gefördert:** Die geplante Social-Media-Kommunikation erfüllt die Stakeholder-Erwartung nach Transparenz und stärkt die Wahrnehmung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten. Damit adressieren wir ein zentrales Anliegen der Kunden und Gäste.
- **Kooperation und Innovation:** Der Austausch mit strategischen Partnern unterstützt das Thema Commitment & Partizipation sowie Innovation, die beide als relevant identifiziert wurden. Dies zeigt, dass wir nicht nur intern, sondern auch extern auf Zusammenarbeit setzen.

- **Umweltaspekte sind berücksichtigt, aber begrenzt:** Die CO₂-Bilanzierung und die Studie zur lokalen Wertschöpfung decken wichtige externe Erwartungen ab. Sie betreffen Themen mit mittlerem Einfluss, aber hoher Relevanz für unsere Reputation und regulatorische Anforderungen.

Lücken und deren Einordnung

Die Analyse weist auf fehlende explizite Ziele für Work-Life-Balance und Vergütung hin. Allerdings zeigt unsere jährliche Mitarbeitendenbefragung, dass die Zufriedenheit in diesen Bereichen gut ist und bereits kontinuierlich Massnahmen umgesetzt werden. Diese Themen sind somit operativ gut abgedeckt, auch wenn sie nicht als separate Ziele formuliert sind.

Ab Frühjahr 2026 führen wir zudem kompostierbares Einweggeschirr ein. Diese Massnahme adressiert die Themen Kreislaufwirtschaft und Biodiversität, die bisher nicht explizit in unseren Zielen verankert waren. Damit schliessen wir zusätzlich eine identifizierte Lücke und stärken unsere ökologische Verantwortung.

CO₂-BILANZIERUNG

Im Rahmen unseres Ziels, eine CO₂-Bilanzierung zu erstellen, haben wir in einem ersten Schritt ausgewählte Veranstaltungen als Beispiele bilanziert. Die nachstehende Tabelle zeigt die berechneten CO₂-Emissionen, die mithilfe des CO₂-Rechners von myClimate ermittelt wurden.

Dabei wurden Daten zu den Bereichen Veranstaltung allgemein, Mobilität, Unterkunft, Verpflegung, Energie, Material und Abfall berücksichtigt, soweit diese verfügbar waren. Wo möglich, haben wir mit effektiven Zahlen gearbeitet; in einigen Fällen basieren die Angaben auf Hochrechnungen oder Erfahrungswerten, da uns keine vollständigen Daten vorlagen.

Nicht enthalten sind derzeit Emissionen aus Materialaufwand oder Transport durch den Veranstalter, da hierzu keine Daten verfügbar sind.

Auswertung (Angaben jeweils in Tonnen)

	Datum	23.02.25	06.03.25	08.03.25	26.03.25	07.05.25	28.05.25
Kategorie	Scope	James Blunt	Lenny Kravitz	Masters of Dirt	GV	Handball EM Quali	Swiss Music Award
Energie	Scope 2	2.30	2.40	2.60	2.70	2.00	3.40
Mobilität	Scope 3	148.10	153.90	165.80	97.80	76.20	40.00
Unterkunft	Scope 3	21.30	14.10	4.20	0.00	2.40	3.50
Verpflegung	Scope 3	7.20	9.90	11.20	3.50	6.40	1.00
Materialien	Scope 3	0.02	0.03	0.02	0.00	0.02	0.01
Abfall	Scope 3	1.10	1.20	0.97	0.11	0.74	0.21
Emissionen total		180.00	181.50	184.70	104.10	87.90	48.10

Ein ausverkauftes Konzert mit rund 13'000 Besuchenden verursacht – inkl. An- und Abreise, Energieverbrauch, Catering und Infrastruktur – etwa 180 Tonnen CO₂e. Das entspricht rund 14 kg CO₂e pro Person und liegt im Bereich internationaler Studien zu Arena-Konzerten (typischerweise 10–20 kg CO₂e pro Ticket). Der grösste Anteil entfällt dabei, wie in anderen Ländern auch, auf die Mobilität des Publikums.

Prozessverantwortung:	Nachhaltigkeitsbeauftragte	geprüft / frei gegeben:	GL vom 04.12.2025
Autor:	MBo	Status / Version:	definitiv
Letzte Änderung:	04.12.2025	Verteiler:	GL, Kader, Mitarbeitende, Intranet, Webseite