



TRANSPARENZ BERICHT



INHALTS- VERZEICHNIS

- 04** Über uns: AEG Global & Deutschland
- 08** Über diesen Bericht
- 09** Zahlen & Fakten
- 12** Rückblick
- 16** Reifegradmodell
- 17** Unsere Vision & Mission
- 18** Handlungsfelder
- 23** Zertifizierung: A greener future

VORWORT

Mit unserem Unternehmen, der Anschutz Entertainment Group (AEG), sind wir seit 25 Jahren in Deutschland präsent und tief mit unseren Standorten in Berlin und Hamburg verwurzelt. Wir sehen uns als verantwortungsbewussten Teil der lokalen Gemeinschaft, mit dem Ziel, vor Ort Positives zu bewirken.

Als führendes Unternehmen im Bereich Live-Entertainment und Sport sind wir Motor für Wandel und Wachstum in den Städten, in denen wir agieren. Viele Arenen unseres internationalen Netzwerks sind daher nicht nur Orte, an denen Menschen für einmalige Erlebnisse zusammenkommen, sondern auch Katalysatoren für langfristig positive Veränderungen in zuvor vernachlässigten innerstädtischen Gebieten. Ein Beispiel hierfür ist Berlin, wo wir im Laufe der letzten zwei Jahrzehnte rund um die Uber Arena ein lebendiges Stadtquartier aus einer Industriebranche entwickelt haben.

Die Verantwortung eines Unternehmens geht selbstverständlich über die wirtschaftliche Entwicklung hinaus. Die Notwendigkeit zur ökologischen Nachhaltigkeit ist heute größer denn je. Künstler*innen, Gäste und Partner legen immer mehr Wert auf einen verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen und der Natur. Vor über einem Jahrzehnt hat unser Unternehmen daher ein weltweites Nachhaltigkeitsprogramm eingeführt und gehörte damit zu den ersten in unserer Branche, das seinen globalen ökologischen Fußabdruck in den Blick nahm.

Der Betrieb großer Arenen mit aufwendigen Shows und Konzerten ist ein ressourcenintensives Unter-

fangen. Millionen von Menschen besuchen uns Jahr für Jahr, reisen teilweise von weit her an und hinterlassen Abfall. Diese ökologische Herausforderung nehmen wir an und haben bereits weit vor der Energiekrise unseren Energieverbrauch durch vielfältige Maßnahmen um mehr als 30 % reduziert. Wir beziehen ausschließlich zertifizierten grünen Strom, verzichteten frühzeitig auf Einwegplastik, betreiben Mehrwegbachelorwaschanlagen, die keine Transportemissionen verursachen, und kommen mit unserer ökologischen Initiative FAME FOREST und dem gemeinnützigen Verein Anschutz hilft e.V. unserer sozialen Verantwortung nach.

Unser Eishockey-Club, die Eisbären Berlin, ist nicht nur sportlich erfolgreich, sondern auch in seiner Jugendarbeit vorbildlich. Der Club hat sich eigene Nachhaltigkeitsziele gesetzt und ist eine treibende Kraft hinter dem Nachhaltigkeitsprogramm der Deutschen Eishockey Liga.

Viele Maßnahmen und Projekte basieren auf der Initiative unserer Mitarbeitenden, die sowohl in ihrem Arbeitsumfeld als auch in internen Netzwerk-Gruppen positive Veränderungen vorantreiben. So entstand beispielsweise unser Leitfaden für Mitarbeitende, der Code-of-Conduct, durch die Arbeit einer solchen Gruppe.

Für unseren Weg zu immer nachhaltigerem Handeln haben wir zahlreiche weitere Maßnahmen definiert. Der nächste entscheidende strategische Schritt wird sein, Nachhaltigkeit als unternehmerische Aufgabe in unseren operativen Prozess fest zu verankern. Hierzu haben wir erstmals unseren THG-Fußabdruck für die deutschen Spielstätten erhoben und wollen mit dem vorliegenden und den folgenden Transparenzberichten unsere Stakeholder regelmäßig über die Maßnahmen und Fortschritte auf unserem eingeschlagenen Weg informieren.

Viel Freude beim Lesen.



Jan Kienappel
COO & CFO
AEG Germany



Ole Hertel
Vice President &
Geschäftsführer
AEG Operations GmbH



Steve Schwenkglens
Vice President &
Geschäftsführer
AEG Arena Hamburg GmbH



Heike Püschel
General Manager
Uber Platz



Thomas Bothstede
Geschäftsführer
EHC Eisbären
Management GmbH



Dirk Dreyer
General Manager
Uber Eats Music Hall

ÜBER AEG GLOBAL

AEG ist das weltweit führende Unternehmen für Live-Entertainment und Sport und prägt somit seit einem Vierteljahrhundert maßgeblich die Unterhaltungsbranche.

Mit einem globalen Netzwerk aus Arenen, Konzertstätten jeder Größe, leistungsstarken Sport- und Musikmarken, integrierten Entertainment-Destinationen, Ticketing-Plattformen und globalen Sponsoring-Aktivitäten liefern wir innovative Erlebnisse. Dabei bildet Kreativität die Basis unseres Erfolgs.

Wir bringen Menschen an einigen der renommiertesten Veranstaltungsorte der Welt zusammen und erfassen

die Leidenschaft von Künstler*innen, Sportler*innen und insbesondere Fans, um Momente zu erschaffen, die unter die Haut gehen und im Kopf bleiben. Unsere Arenen, Hallen, Clubs, und Festivals bieten packende Erlebnisse und exzellenten Service, getreu unserem Motto: „Giving the world reason to cheer“.

Unterhaltung ist für uns ein essenzieller Bestandteil des Lebens. AEG Presents organisiert und vermarktet

hochkarätige Konzerte und Festivals wie Coachella und das American Express British Summer Time im Hyde Park, auf denen einige der weltweit größten Künstler*innen auftreten. Wir erschaffen besondere Veranstaltungsorte. AEG Real Estate entwickelt weltweit Arenen, Stadien, Clubs und Theater, um gewöhnliche Orte in außergewöhnliche Erlebnisstätten zu verwandeln. Erfolgsgeschichten wie LA Live in Los Angeles, The O2 in London und das Stadtviertel entlang der East Side Gallery in Berlin mit dem Über Platz als Herzstück zeigen, wie AEG städtische Brachflächen revitalisiert.

Unser Antrieb ist zielorientiert. Im Bereich des Sports setzen wir stets

neue Maßstäbe. Wie ein gut aufgestelltes Team umfasst unser Portfolio professionelle Eishockey- und Fußballteams sowie E-Sport-Disziplinen. AEG gehört zu den weltweit größten Betreibern sowohl von renommierten Sportveranstaltungen als auch Sportteams wie den LA Kings, LA Galaxy und den Eisbären Berlin.

AEG Global Partnerships koordiniert die weltweite Vermarktung und Betreuung von Sponsoren, einschließlich dem Vertrieb von Namensrechten, Premiumplätzen und anderen strategischen Partnerschaften. Wir erschaffen innovative Erlebnisse für Marken, um ihre Zielgruppe sowohl persönlich als auch online in entscheidenden Momenten zu erreichen.

Mehr als
90
Millionen
Fans
unterhalten

12.000
Shows
veranstaltet

Über
70
Veranstaltungs-
stätten

Mehr als
25
Musik-
festivals

Gastgeber
für mehr als
13.000
Events

AEG JÄHRLICH



Barclays Arena

Eröffnung: 2002
Kapazität: 15.000 Zuschauer*innen
Eventanzahl 2023: 132
Anzahl Besuchende 2023: 971.386

Uber Arena

Eröffnung: 2008
Kapazität: bis zu 17.000 Zuschauer*innen
Eventanzahl 2023: 171
Anzahl Besuchende 2023: 1.634.767

ÜBER AEG DEUTSCHLAND

In Deutschland besitzt und betreibt AEG mit der **Barclays Arena Hamburg** und der **Uber Arena Berlin** zwei der erfolgreichsten Arenen weltweit. Seit der Eröffnung im November 2002 hat die Barclays Arena in Hamburg rund 2.500 Veranstaltungen ausgerichtet. Jährlich besuchen rund eine Million Menschen die mehr als 130 Veranstaltungen.

Die Uber Arena ist in der Hauptstadt das "Must-Play-Venue" für alle nationalen und internationalen Stars. Jährlich strömen über 1,5 Millionen Besucher zu bis zu 170 Sport-, Musik- und Entertainment-Events.

Direkt vor der Uber Arena in Berlin entfaltet sich der von AEG entwickelte

Uber Platz, der mit Hotels, Kino, Bowlingbahn, Cafés, Restaurants und Bars eine vielfältige Erlebniswelt bietet. Der Uber Platz, den jährlich bis zu sieben Millionen Menschen besuchen, ist das vitale Herzstück des dynamisch wachsenden Stadtquartiers entlang der East-Side-Gallery.

Ein zentraler Bestandteil des Uber Platz ist neben der Uber Arena, die **Uber Eats Music Hall**, die die Atmosphäre eines Clubs mit den Möglichkeiten einer Multifunktionsarena verbindet.

Zudem ist AEG, Eigentümerin des zehnfachen Deutschen Eishockeymeisters **Eisbären Berlin**.



Uber Platz

Erlebnisdestination mit Restaurant, Bars, Hotels und Kino
Jährlicher Besucherzahl: 6,8 Millionen

Uber Eats Music Hall

Eröffnung: 2018
Kapazität: 4.500 Zuschauer*innen
Eventanzahl 2023: 107
Anzahl Besuchende 2023: 140.825



EISBÄREN BERLIN

Die Eisbären Berlin sind mit zehn Meistertiteln der Rekordmeister der höchsten deutschen Eishockeyliga, der PENNY DEL.

Die Liga hat, beginnend 2024, klare Nachhaltigkeitskriterien bei der Lizenzierung eingeführt, die folgende Punkte erfüllt sehen muss:

- 1 einen relevanten Abschnitt zur Nachhaltigkeit in seinem Gesellschaftsvertrag nachzuweisen.
- 2 eine Nachhaltigkeitsstrategie unter Berücksichtigung der von der Gesellschaft vorgegebenen „DEL4 Zielmatrix“ nachzuweisen.
- 3 einen hauptamtlichen und nach den Vorgaben der Gesellschaft qualifizierten Nachhaltigkeitsbeauftragten gemäß Teil N (Nachhaltigkeit) der Richtlinie nachzuweisen.
- 4 seine THG-Bilanz (Treibhausgasbilanz entsprechend GHG Protocol Corporate Standard) alle zwei Jahre vorzulegen.

Diese Lizenzkriterien sind durch eine gesonderte, ligainterne Kommission entstanden, in die auch die Eisbären gewählt wurden.

Im Rahmen dieser Kriterien, aber auch durch Gründung einer internen Arbeitsgruppe haben die Eisbären eine eigene Nachhaltigkeitsstrategie entwickeln können und konnten schon etliche Projekte in diesem Rahmen erfolgreich anschieben und umsetzen. Alle mit dem langfristigen Ziel, Nachhaltigkeit als Teil der Eisbären-DNA, bzw. der Unternehmenskultur zu etablieren.



Im Bereich ENVIRONMENT:

- Kooperation mit "Frosch", um für nachhaltige und Cradle-to-Cradle-zertifizierte Reinigung der Sport-Textilien zu sorgen
- Innerdeutsche Reisen der Geschäftsstelle nicht mehr mit dem Flugzeug, sondern nach Möglichkeit mit der Bahn, um den CO2-Fußabdruck zu verringern
- Umstieg von Druckerzeugnissen nach Möglichkeit auf digitale Alternativen (Spieltagshefte)
- Sportlicht auf LED umgestellt zur Einsparung von Energie
- Umfrage unter Mitarbeitenden, um eine Übersicht über Mobilität zu bekommen, um mittelfristig Incentives zur besseren An- und Abreise geben zu können

Im Bereich SOCIAL:

- Gründung der EISBÄREN FOUNDATION, einem gesonderten, gemeinnützigen Verein, der aus Eisbären Fans und Mitarbeitern besteht und die Aufgabe hat, vor allem die vorhandenen sozialen Projekte (Kältebus, Pink in the Rink, etc) unter einem Dach zu bündeln und gemeinsam voranzubringen.

Im Bereich GOVERNANCE:

- Erstellung eines Leitbildes, in Zusammenarbeit mit dem Geschäftsführer, um ein klares Statement zu den moralischen, ethischen und sozialen Verpflichtungen der Eisbären zu geben und dieses als Basis der strategischen Ausrichtung zu etablieren.

ÜBER DIESEN BERICHT

Dieser Transparenzbericht stellt den ersten seiner Art für AEG in Deutschland dar und ist ein wichtiger Schritt zur transparenten Kommunikation über die Nachhaltigkeitsbemühungen des Unternehmens vor Ort.

Er konzentriert sich auf das Geschäftsjahr 2022 und 2023 und zielt darauf ab, die Entwicklung und Umsetzung des Nachhaltigkeitsplans in den betrieblichen Prozessen aufzuzeigen. Ziel ist es, Nachhaltigkeit als festen Bestandteil der Unternehmenskultur zu etablieren und kontinuierlich zu verbessern. Der Bericht wurde mit Hilfe eines unabhängigen Beratungsunternehmens erstellt, um umfassende und aussagekräftige

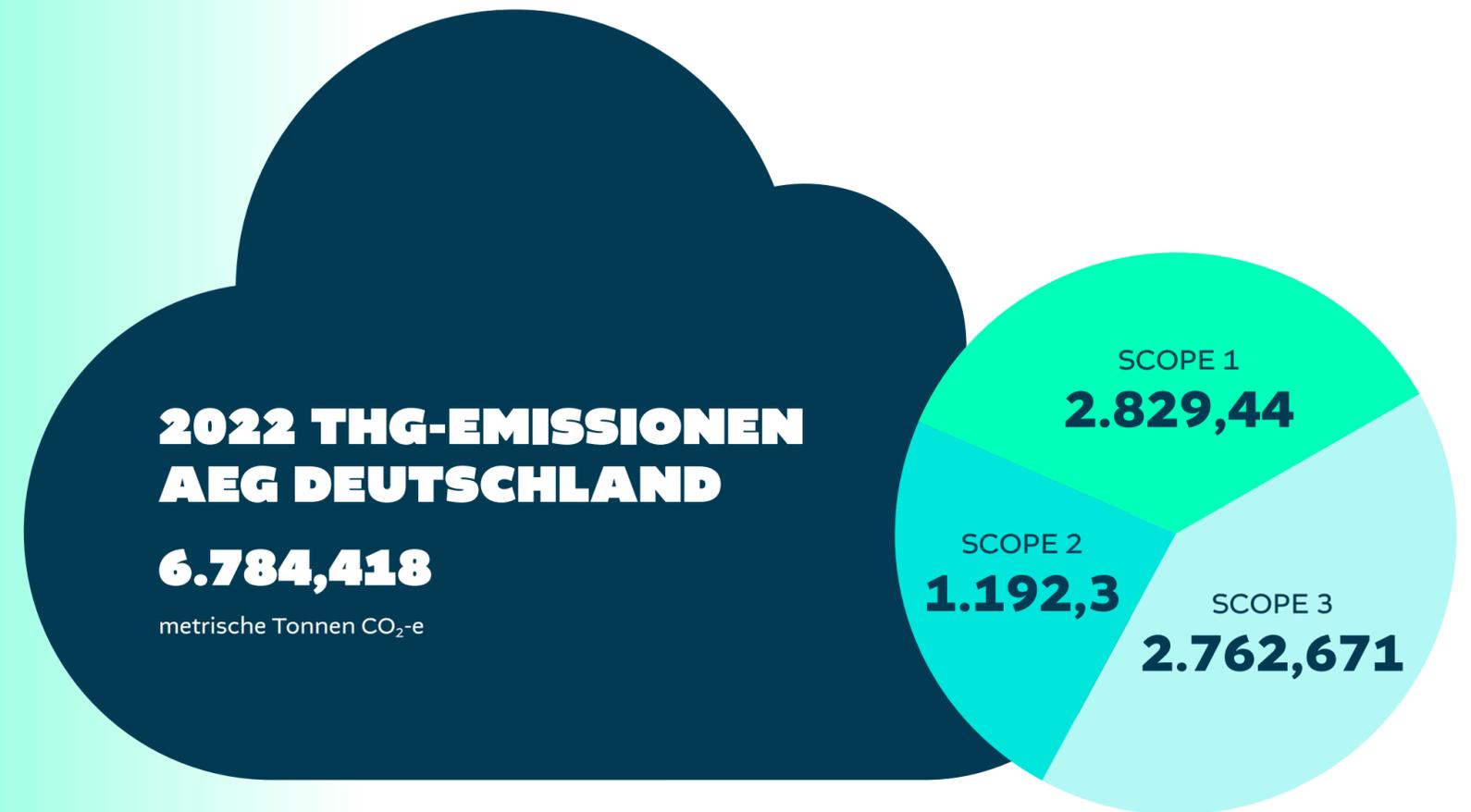
Informationen zu bieten, wobei eine externe Prüfung zur weiteren Optimierung der Nachhaltigkeitsaktivitäten geplant ist. AEG Deutschland betont die Bedeutung der kontinuierlichen Verbesserung der Berichterstattung und der Offenheit für Feedback, um gemeinsam an einer nachhaltigen Zukunft zu arbeiten und hofft, dass der Bericht das Verständnis und die Beteiligung der Stakeholder an diesen Bemühungen fördert.



AKTUELLE ZAHLEN

Die Energie-, Wasser- und Abfallbilanz von AEG Deutschland 2022, entspricht den Grundsätzen und Leitlinien des World Resources Institute (WRI) und der Greenhouse Gas Protocol Initiative (GHG-Protokoll) des World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). Sie sind Grundlage für die unternehmensweite Treibhausgas (THG) - Bilanzierung und -Berichterstattung.

AEG Deutschland definiert seine organisatorischen Grenzen in Einklang mit dem GHG-Protokoll nach dem „Kontrollansatz“ für Scope 1, 2 und 3. Das bedeutet, dass der Anwendungsbereich der organisatorischen Grenzen von AEG Deutschland Einrichtungen umfasst, die sich im Eigentum oder unter der Kontrolle des Unternehmens befinden, sofern die Verantwortung für die THG-Emissionen an diesen Einrichtungen bei dem Unternehmen liegt. Der „Kontrollansatz“ ist die geeignetste organisatorische Abgrenzung für AEG Deutschland, da er berücksichtigt, wo AEG Deutschland Entscheidungen beeinflussen kann, die sich auf THG-Emissionen auswirken.



SCOPE 1 in metrischen Tonnen CO₂-e

Diesel
27,23
Kühlmittel
1.414,692
Flüssiggas (LPG)
5,915
Erdgas
1.375,26
Propan
6,35

SCOPE 2 in metrischen Tonnen CO₂-e

Strom
4.690,55
davon Ökostrom
(4.690,55)
Gekauftes Warmwasser
(Fernwärme)
1.192,30

SCOPE 3 in metrischen Tonnen CO₂-e

Kompost
4,657
Regulierter Abfall
0,12
Recycling
512,047
Gewerbeabfälle
107,18
Strom - Übertragungsverluste
195,33
WTT („Brunnen zu Tank“)
1.943,33

2022 THG-EMISSIONEN DER AEG STANDORTE IN DEUTSCHLAND

Barclays Arena

Strom	1.200,36
davon Ökostrom	(1.200,36)
Kühlmittel	264,708
Fernwärme	370,273
Propan	6,35
Kompost	0,36
Regulierter Abfall	0,01
Recycling	6,22
Gewerbeabfälle	1,80
Strom - Übertragungsverluste	54,91
WTT („Brunnen zu Tank“)	491,72

1.196,35

in metrischen Tonnen CO₂-e

Über Platz*

Strom	480,73
davon Ökostrom	(480,73)
Kühlmittel	389,23
Fernwärme	561,33
Kompost	2,232
Regulierter Abfall	-
Recycling	375,023
Gewerbeabfälle	87,73
Strom - Übertragungsverluste	21,99
WTT („Brunnen zu Tank“)	277,73

1.715,27

in metrischen Tonnen CO₂-e

q.beyond Arena

Strom	420,34
davon Ökostrom	(420,34)
Fernwärme	314,57
Strom - Übertragungsverluste	19,23
WTT („Brunnen zu Tank“)	208,60

570,26

in metrischen Tonnen CO₂-e

Über Eats Music Hall*

Strom	282,39
davon Ökostrom	(282,39)
Kühlmittel	0,92
Fernwärme	251,99
Kompost	1,56
Regulierter Abfall	-
Recycling	53,63
Gewerbeabfälle	-
Strom - Übertragungsverluste	12,92
WTT („Brunnen zu Tank“)	149,89

470,91

in metrischen Tonnen CO₂-e

Über Arena

Diesel	27,23
Strom	2.306,73
davon Ökostrom	(2.306,73)
Kühlmittel	759,83
Flüssiggas (LPG)	5,92
Erdgas	1.375,26
Kompost	0,506
Regulierter Abfall	0,11
Recycling	77,18
Gewerbeabfälle	3,92
Strom - Übertragungsverluste	105,52
WTT („Brunnen zu Tank“)	815,40

3.170,87

in metrischen Tonnen CO₂-e

* da die Verbräuche zwischen der Music Hall und dem Platz noch nicht eindeutig zugeordnet werden konnten, ist davon auszugehen, dass die Bilanz für den Platz zu hoch und für die Music Hall zu niedrig ausfällt.



- Uber Eats Music Hall
- q.beyond Arena
- Uber Arena
- Uber Platz
- Barclays Arena

2022 WASSERVERBRAUCH

UBER EATS
MUSIC HALL

1.901,80
m³

Q.BEYOND
ARENA

4.359,50
m³

UBER
ARENA

37.574,00
m³

gesamt:
51.360,22
m³

BARCLAYS
ARENA

7.524,92
m³

UBER PLATZ

Für 2022 lagen für den Uber Platz keine Messungen vor. Die Berechnung auf Grundlage der Quadratmeter ergab einen Wasserverbrauch von über 30.000 m³. Diese Zahl ist jedoch unrealistisch.

Rück- blick **BEREITS VIEL GESCHAFFT**

In den letzten Jahren haben wir erfolgreich bedeutende Maßnahmen zur Förderung positiver Veränderungen in Umwelt und Gesellschaft umgesetzt und sind darauf stolz.



MEHRWEGBECHERSYSTEM MIT HAUSINTERNER SPÜLSTRASSE

Seit Januar 2023 betreibt die AEG in ihren deutschen Arenen ein eigenes Mehrwegbechersystem mit hausinternen Spülstraßen. Besucher*innen in der Barclays Arena in Hamburg sowie der Uber Arena und Uber Eats Music Hall in Berlin erhalten ihre Getränke in recycelten Ökocup-Bechern, die vor Ort gespült werden, um Transportemissionen zu externen Waschanlagen zu vermeiden.



*Ökocups mit
bis zu 100 %
Recyclinganteil*

AEG bezieht rund 172.000 Ökocups, die langlebig, BPA-frei und in einem geschlossenen Recycling-Kreislauf produziert werden. Nach etwa 600 Spülgängen werden die Becher recycelt, wobei ca. 90 % für neue Becher und 10 % für andere Produkte verwendet werden. Das System ersetzt die bisherigen PLA-Einwegbecher und Pappbecher, wodurch jährlich 90 Tonnen Müll an den drei deutschen Spielstätten eingespart werden.



*Spülvolumen von
5.300 Bechern
pro Stunde*

Die von dem auf Großveranstaltungen spezialisierten Unternehmen Meiko installierten Spülanlagen können bis zu 5.300 Becher pro Stunde reinigen. Sie erfüllen höchste Hygienestandards, und nutzen eine ressourcenschonende Technologie.



*Kein Becher
soll die Arenen
verlassen*

Das Ziel von AEG ist es, dass kein Becher die Arenen verlässt, somit im Recycling-Kreislauf bleibt und nicht im Hausmüll landet. Hierzu wird, wie bei Mehrwegsystemen üblich, bei der Ausgabe ein Pfand erhoben, das bei Rückgabe erstattet wird. Alternativ können Besucher*innen in Berlin und Hamburg ihr Becherpfand für das ökosoziale Nachhaltigkeitsprojekt FAME FOREST spenden - frei nach dem Motto: Spendet Becher, pflanzt Bäume.

GRAUWASSERANLAGEN IN DER BARCLAYS ARENA

Als Wasserquelle für die Grauwasser-, Feuerlösch- und Sprinkleranlage in der Hamburger Barclays Arena, dient eine Sprinklerzisterne.

Dabei handelt es sich um einen im Gebäude befindlichen Wasserbehälter von ca. 480m³, der das Regenwasser, das über die Dachflächen aufgefangen wird, speichert. Die Grauwasseranlage wurde schon beim Bau der Arena 2002 berücksichtigt und installiert. Das Grauwasser wird durch ein eigenes Wasserrohrsystem zu den Urinalen und WCs geführt.

Um auch in Trockenperioden möglichst wenig Trinkwasser zur Spülung der Urinale und WCs nutzen zu müssen, erfolgt die Trinkwasser Nachspeisung in der Anlage nicht in die große Sprinklerzisterne, sondern in einen darin befindlichen und viel kleineren Hybridbehälter. So wird der Trinkwassereinsatz auf die auch tatsächlich benötigte Menge minimiert.



Durch den Einbau der Grauwasseranlage spart die Arena in Hamburg seit 2002 ca. 4,5 Millionen Liter Frischwasser pro Jahr.

ANSCHUTZ HILFT E.V.

Anschutz hilft e.V. wurde von der AEG in Berlin im Jahr 2009 ins Leben gerufen, um verschiedene gemeinnützige Institutionen in der unmittelbaren Umgebung der heutigen Uber Arena zu unterstützen.

Der Verein hat über die Jahre bereits mehr als eine halbe Million Euro an gemeinnützige Projekte und Organisationen im umliegenden Kiez gespendet sowie in Einzelfällen und -schicksalen schnelle, direkte und unbürokratische Hilfe geleistet.

Im Jahr 2023 belief sich die Summe der Spenden auf fast 110.000 Euro.

Dazu gehören unter anderem die Bahnhofsmision am Berliner Ostbahnhof, CABUWAZI Friedrichshain, Die Arche in Friedrichshain, der Drop In e.V., die GeBeWo – Soziale Dienste – Berlin GmbH mit der Arzt- und Zahnarztpraxis für Obdachlose am Stralauer Platz, Give Something Back To Berlin, Kreuzberg hilft, KulturLeben Berlin, das Jugendnetzwerk Lambda

Berlin Brandenburg, der Spielwagen, die Spendenbrücke sowie das Hip-Hop Projekt StreetUniverCity.

Ein wichtiger Faktor bei der Spendengenerierung für Anschutz hilft ist das Prinzip „kein Ticket ohne Spende“. Bei jedem Event in der Uber Arena und in der Uber Eats Music Hall gibt es ein Kontingent an Tickets, die für Einladungen von Business-Partnern und Freund*innen genutzt werden können. Doch um dem eigentlichen Wert dieser Karten gerecht zu werden, gilt bei Anschutz hilft das Prinzip, dass jedes Ticket nur mit einer angemessenen Spende vergeben wird.

Darüber hinaus unterstützt AEG die Stiftung Berliner Mauer bei der Pflege der East Side Gallery und des angrenzenden East Side Parks jährlich mit 50.000 Euro.

FAME FOREST – UMWELT-SCHUTZ MIT DISCO-KUGEL

Der FAME FOREST stammt aus Hamburg: Künstler*innen, die in der Barclays Arena auftreten, wird ein Baum gewidmet.

Star für Star, Baum für Baum entsteht so ein Wald. Der FAME FOREST. Aus dieser Ursprungs-Idee haben wir in den vergangenen Jahren eine multifunktionale CSR-Plattform aufgebaut, die seit ihrem Bestehen eine mediale Reichweite von rund 1,5 Milliarden Kontakten erzielt hat. Der FAME FOREST ist Habitat für die Entwicklung sinnstiftender Ideen. CSR trifft Entertainment. Wir sagen dazu: Der FAME FOREST schafft Biotope. In den Köpfen. In den Herzen. In der Natur.

So bunt wie das Leben selbst sind auch unsere Projekte. Wir pflanzen Bäume, kultivieren Bienen und legen Blumenwiesen an. Wir sammeln mit unseren Love & Peace-Schorlen Geld für Kinder in Kriegsgebieten oder setzen ein positives Signal in der Corona-Zeit mit unserem CampFire-Concert in der Barclays Arena zwischen einem Star und einer Person eines anderen Haushalts.

Diversität, Gleichheit, Gerechtigkeit und Inklusion sind für uns kein gesellschaftliches Korsett, sondern Selbstverständnis.



Mit der Erweiterung des FAME FOREST nach Berlin im Mai 2024, treibt das FAME FOREST Projekt die Verbreitung seiner ökologischen Botschaft voran und trägt dazu bei, relevanten Themen und Missständen eine Stimme zu geben und Bäume zu pflanzen.

Diese Erfolge markieren erst den Anfang eines langen Weges zur Nachhaltigkeit, motivieren uns jedoch, unsere Bemühungen zu verstärken und gemeinsam eine nachhaltige Zukunft zu schaffen.

UMGESETZTE MASSNAHMEN

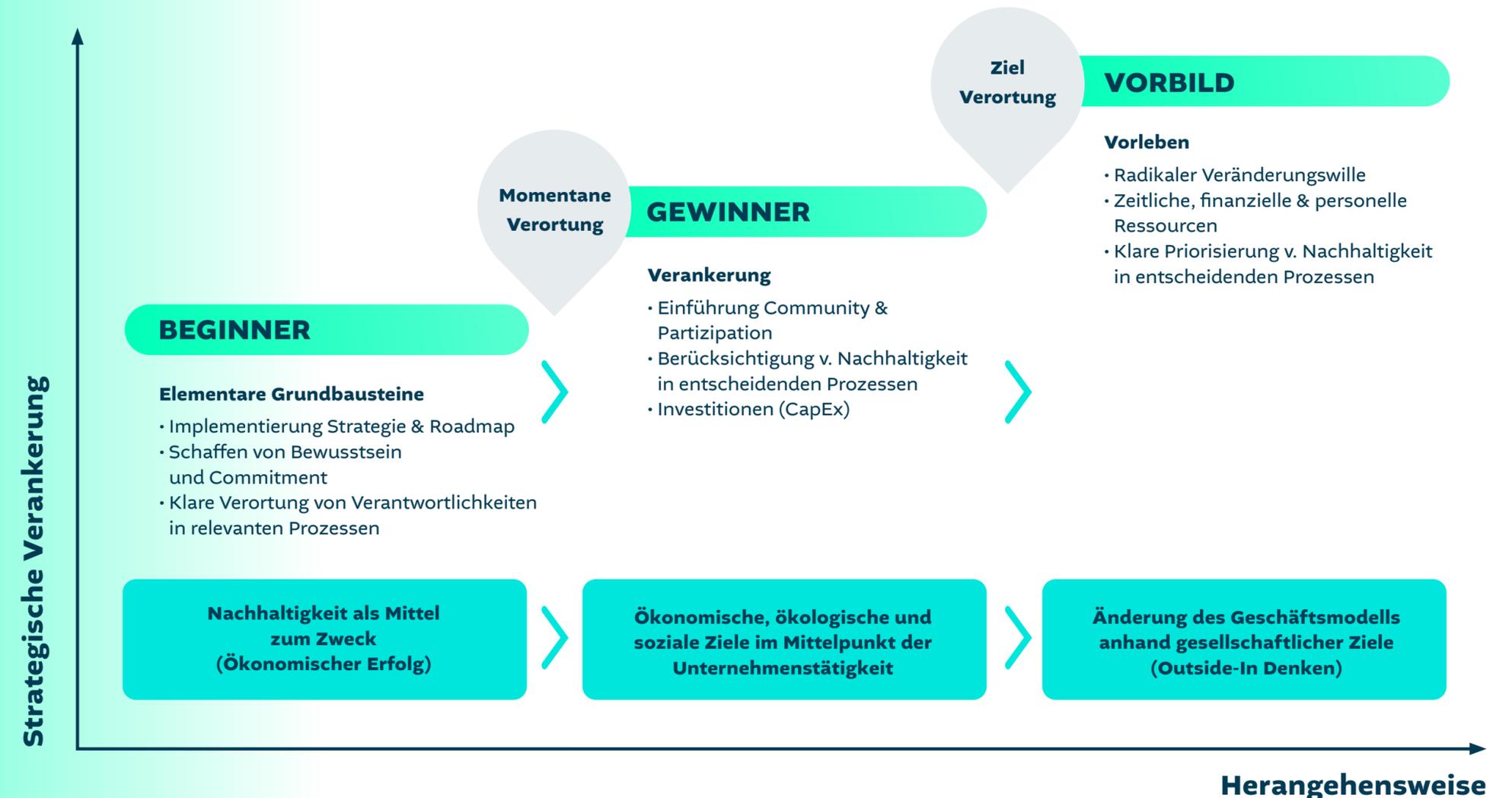
		 BARCLAYS Arena	Uber Arena	Uber Eats Music Hall	Uber Platz	
CO₂-Emissionen und Energie	Allgemein	Messung der THG Emissionen Scope 1 & 2	X	X	X	X
	Energiequellen	100% Ökostrom aus Wasserkraft	X	X	X	X
		Fernwärme	X		X	X
		Blockheizkraftwerk mit Ökoerdgas (zertifizierte Kompensation)		X		
	Einsparung	Umstellung auf LED inkl. Sportlicht	X	X	X	
		Bewegungsmelder für Beleuchtung	X	X	X	
		Wärmerückgewinnung in der Lüftung	X	X	X	
		Optimierung durch Energiemanagementsystem	X	X	X	
	Transport	ÖPNV Anbindung	X	X	X	X
		Kostenlose Nutzung des ÖPNV bei Veranstaltungen	X			
		Subventionierung des ÖPNV für Mitarbeitende		X	X	X
		Angebot Firmenfahrrad für Mitarbeitende		X	X	X
		Ausreichend Fahrradständer	X	X	X	X
	Müllvermeidung und Ressourcenschonung	Papier	Papierlose Vertragsprozesse	X	X	X
Recycling gebrauchter Papierhandtücher			X	X	X	
Papierservietten-Spender statt ungefragter Ausgabe (Einsparung 170.000 Servietten p.a)			X	X	X	
Plastik		Mehrwegbechersystem mit Inhouse Becherwaschanlage	X	X	X	
		Verzicht auf Plastik (vorzeitige Umsetzung des EU weiten Einweg-Plastik Verbots)	X	X	X	
Müll		Mülltrennung im Backstage	X	X	X	X
Wasser		Grauwasser Rückgewinnung	X			
		Urinale PH-Wertspülung	X			
		Regenwasser Retention auf dem umliegenden Gelände		X	X	X
Positiver Einfluss auf unser Umfeld		Begrünung	Extensive Dachbegrünung (mindestens 20% der Dachfläche)		X	X
	Flächenbegrünung (6.100 qm)		X			
	Extensive Baumpflanzung auf dem Areal (ca. 250 Bäume)			X	X	X
	Soziale Verantwortung und Arbeitsumfeld	Code of Conduct	X	X	X	X
		Anschutz hilft – finanzielle Unterstützung sozialer Projekte		X	X	X
		Fame Forrest – Ökosoziales Projekt	X			
		Kulturelle Teilhabe über Zugang zu Veranstaltungen	X	X	X	
		Women @ AEG – Interessenförderung der Mitarbeiterinnen	X	X	X	X

REIFEGRADMODELL

Als Grundlage zur Verortung unserer Bemühungen im Jetzt und in Zukunft.

Auf unserem Weg möchten wir unsere Nachhaltigkeitsbemühungen bewerten, auf den Prüfstand stellen und unser langfristiges Ziel stets vor Augen haben. Um dies sicherstellen zu können, verwenden wir ein Nachhaltigkeits-Reifegradmodell, welches uns unseren Fortschritt im Fortlauf analysieren lässt und Verbesserungspotenziale aufweist. Die verschiedenen Stufen und Reifegrade spiegeln dabei den jeweiligen Entwicklungsstand des Unternehmens wider. Obwohl wir bereits einige Maßnahmen in die Umsetzung bringen konnten, ist Nachhaltigkeit bisher kein strategischer Hauptanker. Mit Blick in die Zukunft streben wir dennoch danach, in der Live-Entertainment-Branche Vorreiter zu sein, neue Wege zu beschreiten, zu lernen und uns klar zu positionieren. Für unsere Zukunftsfähigkeit und um Veranstalter*innen und Zuschauer*innen ein einzigartiges und zugleich nachhaltiges Erlebnis zu bieten.

Der Weg zum Vorbild Nachhaltigkeits-Reifegradmodell



VISION UND MISSION

Um unser Zielbild und unser Handeln, begleitet durch die Verortung im Reifegradmodell, zu bestärken, entwickelten wir in Anlehnung an AEG Global unsere Vision und Mission. Diese sollen dazu beitragen, eine strategische Ausrichtung zu schaffen, die Identität zu stärken sowie uns und alle Mitarbeitenden mit Blick voraus zu motivieren.

Unsere Vision und Mission dienen als Leitstern, um uns auf einen gemeinsamen Kurs auszurichten. Sie sollen die Grundlage für strategische Entscheidungen und Priorisierungen bilden und als EntscheidungsfILTER dienen, um sicherzustellen, dass alle Aktivitäten im Einklang mit den langfristigen Zielen der Organisation stehen.

VISION:

Inspire the world's many voices to protect our planet.

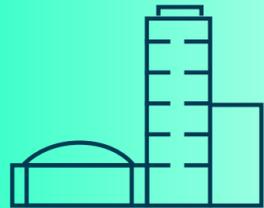
Unsere Vision ist es, eine umweltbewusste und soziale Umgebung zu schaffen, in der Künstler*innen und Besucher*innen gleichermaßen inspiriert werden und sich zurücklehnen und genießen können. Umweltschutz, Nachhaltigkeit und Gemeinschaft ist Teamspirit.

MISSION:

We're committed to operating responsibly and to catalyzing the influence of live entertainment to preserve the planet for future generations.

Im Kern unserer Mission steht das verantwortungsbewusste Handeln in unserem Arbeitsumfeld der Live-Entertainment Branche. Nicht nur wir möchten Umweltschutz und soziale Verantwortung zu unserer obersten Priorität machen, sondern auch Menschen inspirieren, sich ebenfalls für eine nachhaltige Zukunft einzusetzen.

HANDLUNGSFELDER



Handlungsfeld #1: VENUE / CORPORATE

Strategische Ziele

Wir erheben unseren CO₂-Fußabdruck weitestgehend und bauen die Datengrundlage kontinuierlich weiter aus (Scope 1-2).

Wir beziehen Energie aus regenerativen Energiequellen und erweitern stetig unsere Energie- und Ressourcensparmaßnahmen.

Innerhalb unserer Arbeitsumgebung und Büroräumen gehen wir mit gutem Beispiel voran: Schutz von Ressourcen, Abfallreduktion und striktes Recycling.

Wir fördern Biodiversität und setzen uns für den Schutz biologischer Vielfalt und unserer Ökosysteme ein.

Wir schaffen Anreize für Mitarbeitende, umweltschonendere Verkehrsmittel zu nutzen.

Maßnahmen | umgesetzt

Erfassung der Scope 1 & 2 Daten	CO ₂ -Fußabdruck 2022 für die einzelnen Venues und AEG Germany gesamt
Bezug von 100% Ökostrom aus Wasserkraft	
Fernwärme	Blockheizkraftwerk mit Ökoerdgas (zertifizierte Kompensation)
Bewegungsmelder für Beleuchtung	Umstellung auf LED-Beleuchtung inkl. Sportlicht
Papierlose Vertragsprozesse	
Extensive Begrünung der Dächer und Baumpflanzungen	
Angebot Firmenfahrrad	

Maßnahmen | laufend / geplant

Verbesserung der Datengrundlage und Erweiterung auf Scope 3	Nachhaltigkeitsbericht (Berichtspflicht ab 2025)
Installation Photovoltaik-Anlage	
Installation EV-Ladesäulen	
Optimierung technischer Anlagen (energetische Verbesserung, Energierückgewinnung)	
Mitarbeitenden Kommunikation zu Energieeinsparungspotenzialen	
Erstellung eines Maßnahmenplans zur Papierreduktion	IT Elektroschrott Recycling
Anlegen einer Wildblumenwiese und Flächenbegrünung	Fassadenbegrünung
Bienenvölker auf Dächern und Freiflächen	
Subventionierung des ÖPNV Tickets für Mitarbeitende	Umfrage unter Mitarbeitenden zur Erhebung des Mobilitätsverhaltens
Ausbau des Mobilitätsangebotes für Mitarbeitende	

● Hamburg ● Berlin ● AEG Germany



Handlungsfeld #2:

EVENT

Strategische Ziele

Wir schützen unsere wertvollste Ressource Wasser und reduzieren den Wasserverbrauch auf ein Minimum.

Ressourcenschonung: Wo möglich, sparen wir Ressourcen ein, verwenden umweltverträglichere Materialien und prüfen Wiederverwendbarkeit und Materialkreisläufe.

Wir steigern durch effektive Maßnahmen die Attraktivität öffentlicher Verkehrsmittel und schaffen damit Anreize für Besucher*innen für eine nachhaltige Anreise.

Wir erfassen relevante Daten zur Messung von Besucherströmen (Scope 3 CO₂-Emissionen).

Wir geben unser Wissen an Veranstalter*innen weiter und schaffen eine nachhaltige Grundlage für die Zusammenarbeit.

Maßnahmen | umgesetzt

Grauwasserrückgewinnung speist Lösch- und Toilettenwasser	Urinale PH-Wert Spülung
Regenwasser Retention auf dem umliegenden Gelände	
Papierservietten-Spender statt ungefragter Ausgabe (Einsparung 170.000 Servietten p.a)	Recycling Papierhandtücher zu Toilettenpapier
Einsatz umweltschonender Reinigungsmittel	
Jedes Ticket beinhaltet die kostenlose Nutzung des ÖPNV	
Schaffung von ausreichend Fahrradstellplätzen	Stadtradstation und Moia-Haltepunkt

Maßnahmen | laufend/geplant

Wassernutzung der Retentionstanks in der Parkgarage	
Reduktion von Klatschpappen & Flyern	
Mülltrennung Backstage	
Jedes Ticket beinhaltet die kostenlose Nutzung des ÖPNV	
Erhöhung der Parkplatzgebühren und Rückführung in nachhaltige Fonds	
Zusammenarbeit mit Veranstaltern zur Schaffung einer Basis/Datengrundlage	Berechnung des CO ₂ -Fußabdrucks pro Event/Besucher*in
Handlungsempfehlungen für nachhaltiges Veranstalten	Anreize für ressourcenschonendere Produktion schaffen

● Hamburg ● Berlin ● AEG Germany



Handlungsfeld #3:

LIEFER- KETTEN & PARTNER- SCHAFTEN

Strategische Ziele

Wir erstellen eine Richtlinie und Maßstäbe, die unsere Einkaufsstruktur und -standards nachhaltig gestalten und Orientierung im Einkauf geben.

Unsere gastronomischen Bemühungen sind nachhaltig ausgerichtet: Gesundes Speisenangebot, Abfallvermeidung, Ressourcenschonung, CO₂-Einsparung

Wir ziehen nachhaltige Unternehmen als Partner und Sponsoren an und bemühen uns stets um ein nachhaltiges Partner*innen Netzwerk.

Wir achten auf transparente Lieferketten und möglichst kurze Transportwege. Die Kooperationsbedingungen zu Lieferanten sind innerhalb eines Kodex klar definiert.

Maßnahmen | umgesetzt

Mehrwegbechersystem	Inhouse Becherwaschanlage
Verzicht auf Plastik (vorzeitige Umsetzung des EU weiten Einweg-Plastik Verbots)	

Maßnahmen | laufend/geplant

Erstellung einer Einkaufsrichtlinie zur Orientierung und Status Quo Bestimmung	
Maßnahmen zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen	Evaluierung von Biogasanlage und Kompostieranlage
Prüfung der Hygieneverordnung bzgl. der Weitergabe von Lebensmitteln (Umgang Food Waste)	Ausbau veganes / vegetarisches Speiseangebot
Sustainability Rider für Partner als Referenz und Leitlinie für Partnerkooperationen	
Regionales Lieferanten Sourcing	



Handlungsfeld #4:

KULTUR & SOZIALES

Strategische Ziele

Wir engagieren uns regional und sozial und binden dabei unser Umfeld aktiv mit ein.

Wir setzen uns für soziale Gerechtigkeit ein und wirken sozialer Ungleichheit mit entsprechenden Maßnahmen entgegen.

Wir finden uns alle an einem attraktiven Arbeitsplatz wieder. Im Fokus steht die Gesundheit und das Wohlergehen aller Mitarbeitenden.

Maßnahmen | umgesetzt

FAME FOREST Hamburg: Lokales Aufforstungsprojekt für Künstler*innen, die in der Barclays Arena auftreten

Anschutz hilft e.V.: Finanzielle Unterstützung diverser lokaler sozialer Einrichtungen

Finanzielle Unterstützung der Stiftung Berliner Mauer zur Pflege der East Side Gallery

Nachbarschaftsfest "Family Sundays" zusammen mit den Projekten von Anschutz hilft

Kooperation mit KulturLeben zur Vergabe von freien Ticket Kontingenten an Familien mit fehlenden finanziellen Mitteln

Angebot von Sportkursen und gemeinsamen Sportaktivitäten

Maßnahmen | laufend / geplant

Transfer FAME FOREST nach Berlin

Transfer Anschutz hilft e.V. nach Hamburg

Kooperation mit KulturLeben für Suitenkunden und Partner

Spezifische Projektsuche und -auswahl mit Themenschwerpunkten sozialer Gerechtigkeit

Begrünung der Arbeitsumgebung: Mooswände, Pflanzen als Raumtrenner

Aufmerksamkeit für ökö-soziale diverse Themen (Fame Schorlen, Merchandise, Baumpflanz-Aktionen, etc)

● Hamburg ● Berlin ● AEG Germany



Handlungsfeld #5: KOMMUNI- KATION

Strategische Ziele

Wir streben Transparenz gegenüber Stakeholdern und Interessengruppen an und legen unser Engagement durch professionelle Berichterstattung offen dar.

Wir stärken intern die Partizipation und Motivation für Nachhaltigkeitsthemen bei Mitarbeitenden.

Wir pflegen eine gesunde Beziehung zu unserem lokalen Umfeld und binden dieses sowie Partner aktiv ein.

Durch zielgruppengerechte Kommunikation und kreative Ansprache erreichen wir Besucher*innen und schaffen Awareness.

Zertifizierung

Maßnahmen | umgesetzt

AEG Global Sustainability Report seit 2010	AEG Germany Transparenzbericht
Partizipation der Mitarbeitenden in 5 Handlungsfeldgruppen	Town Halls und Quarterly Updates
Nachhaltigkeitskampagnen (z. B.: Earth Month, Pride)	
Webunterseiten auf Homepages für CSR und Nachhaltigkeit	Mehrwegbecherkampagne

Maßnahmen | laufend/geplant

Wesentlichkeitsanalyse	Nachhaltigkeitsbericht (Berichtspflicht ab 2025)
Nachhaltigkeit als fester Themenschwerpunkt im Intranet	Interne Aktionen zum Thema Nachhaltigkeit
Stakeholdermapping & -management	
Sustainability Rider für Veranstalter	Besucher*innen Kommunikation vor Ort
Barrierefreie Kommunikation: Verwendung leichter Sprache; einheitliche Gender Policy	
A Greener Arena Zertifizierung	Evaluierung weiterer Zertifizierungen

● Hamburg ● Berlin ● AEG Germany

ZERTIFIZIERUNG

Die Barclays Arena in Hamburg sowie die Uber Arena und die Uber Eats Music Hall in Berlin haben die Greener Arena Improvers Certification 2024 erhalten.

Die Zertifizierung wurde nach einem strengen Bewertungsverfahren durch die gemeinnützigen Nachhaltigkeitsspezialisten A Greener Future (AGF) erreicht. Die Bewertung umfasst eine detaillierte Analyse von Nachhaltigkeitsbereichen wie Verkehr, Energie und Strom, Abfall, Wasserverbrauch, lokale Umwelt, CO₂ und Lebensmittel und Getränke und beinhaltet einen Vor-Ort-Besuch durch qualifizierte AGF-Prüfer.

Improvers machen große Fortschritte auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit, mit positiven Maßnahmen und Verbesserungen, die zeigen,

dass die Venue sich stark für die Reduzierung negativer ökologischer und sozialer Auswirkungen und die Verbesserung positiver Auswirkungen einsetzt.

Die Gründer des weltweit ersten Nachhaltigkeitsstandards für Festivals und Veranstaltungen im Jahr 2007, das AGF-Rahmenwerk, wurde zur Orientierung, Bewertung und Zertifizierung von Hunderten von Veranstaltungen, Festivals und Veranstaltungsorten weltweit eingesetzt und bietet unabhängige Audits und externe Verifizierungen.



KONTAKT:

Anschutz Entertainment Group Development GmbH
Mercedes-Platz 1
10243 Berlin

Moritz Hillebrand
moritz.hillebrand@aegeurope.com

