



Nachhaltigkeit Messen und Events

HSD Düsseldorf 1. Dezember 2025

Udo Traeger



1. SDG's
2. Ausgangslage
3. Deutsche Messen und Nachhaltigkeit
4. Nachhaltigkeit Messen International
5. Links/Literatur

https://uba.co2-rechner.de/de_DE/

https://uba-event-free.co2-rechner.pro/de_DE/projects/activities/

(Für Veranstaltungen)

Udo Traeger



Messe Frankfurt : Projektleitung
Auslandsmessen in China, Japan, Indien, Singapur, Thailand,
Ägypten, Russland, Litauen, Mexiko, Argentinien

Buchmesse Frankfurt : Leitung Marketing u. Internationale
Abteilung,
ca.30 Buchmesse Gemeinschaftsstände weltweit

Koelnmesse : Vice-President, 2 Weltleitmessen, 2
Auslandsmessen

Exhibition Doctors: Gründer und Eigentümer.
strategische Beratung von Messegesellschaften
Entwicklungs zusammenarbeit

2bdifferent Beratung für nachhaltige Events: Partner

Auditor ISO20121 (Event Management)

Lehrbeauftragter: Duale Hochschule Mannheim -
Messemanagement und Nachhaltigkeit

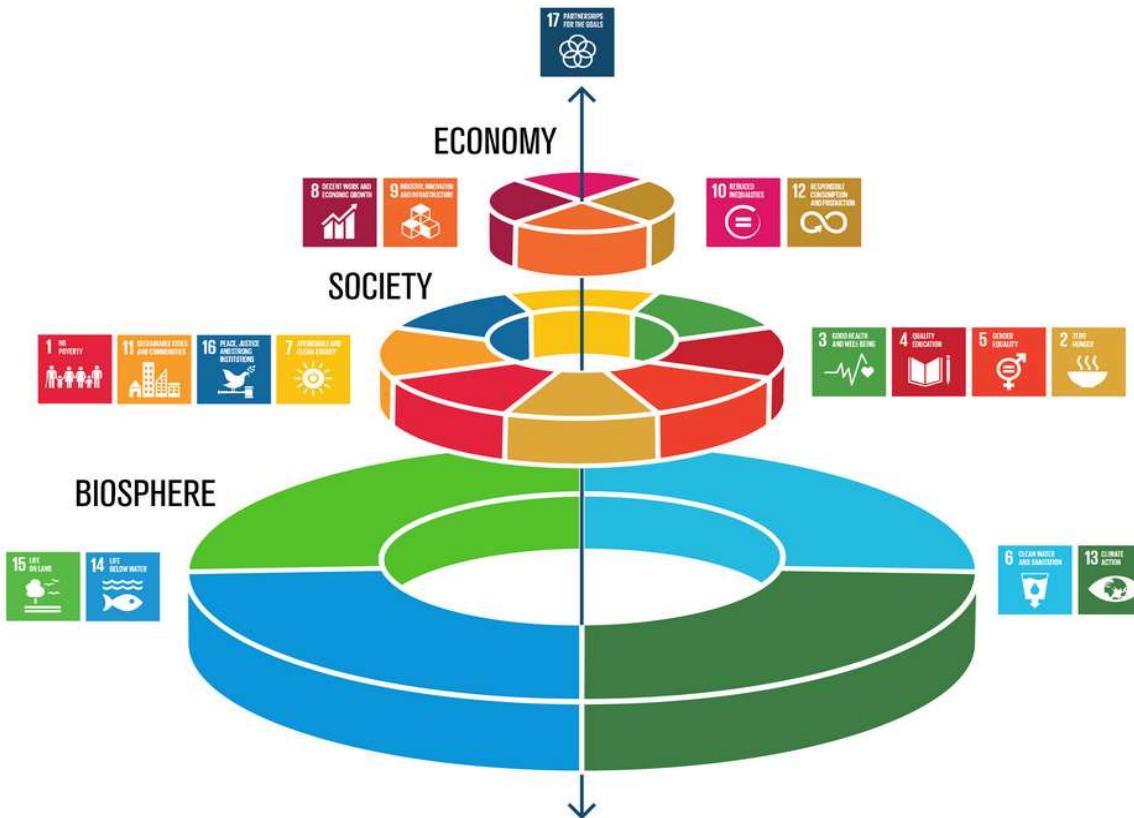
Vorträge
Hochschule Düsseldorf zu Auslandsmessestrategie und
Nachhaltigkeit, Universität Köln zu Auslandsmessestrategie

17 SDG Sustainable Development Goals





2, Nachhaltigkeit und verwandte Themen und Begriffe



169 Ziele

17 SDG Sustainable Development Goals



Passen alle zusammen?



**Landwirtschaftliche
Produktion
steigern**



**Landökosysteme (Böden)
wiederherstellen**



**Nachhaltiges
Wachstum**



Klimawandel stoppen



**Industrieproduktion
steigern**



**Erhaltung der
Ökosysteme**



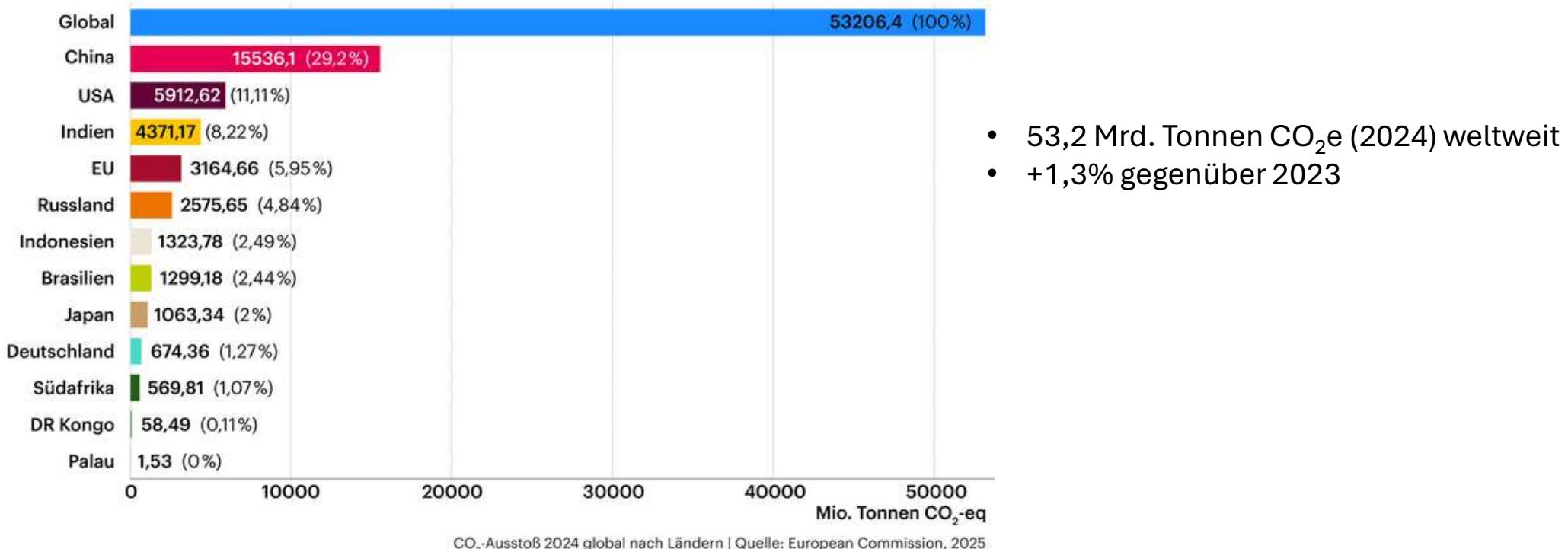
Kurz bio oder wie nachhaltig waren meine Messen und sonstige Tätigkeiten?



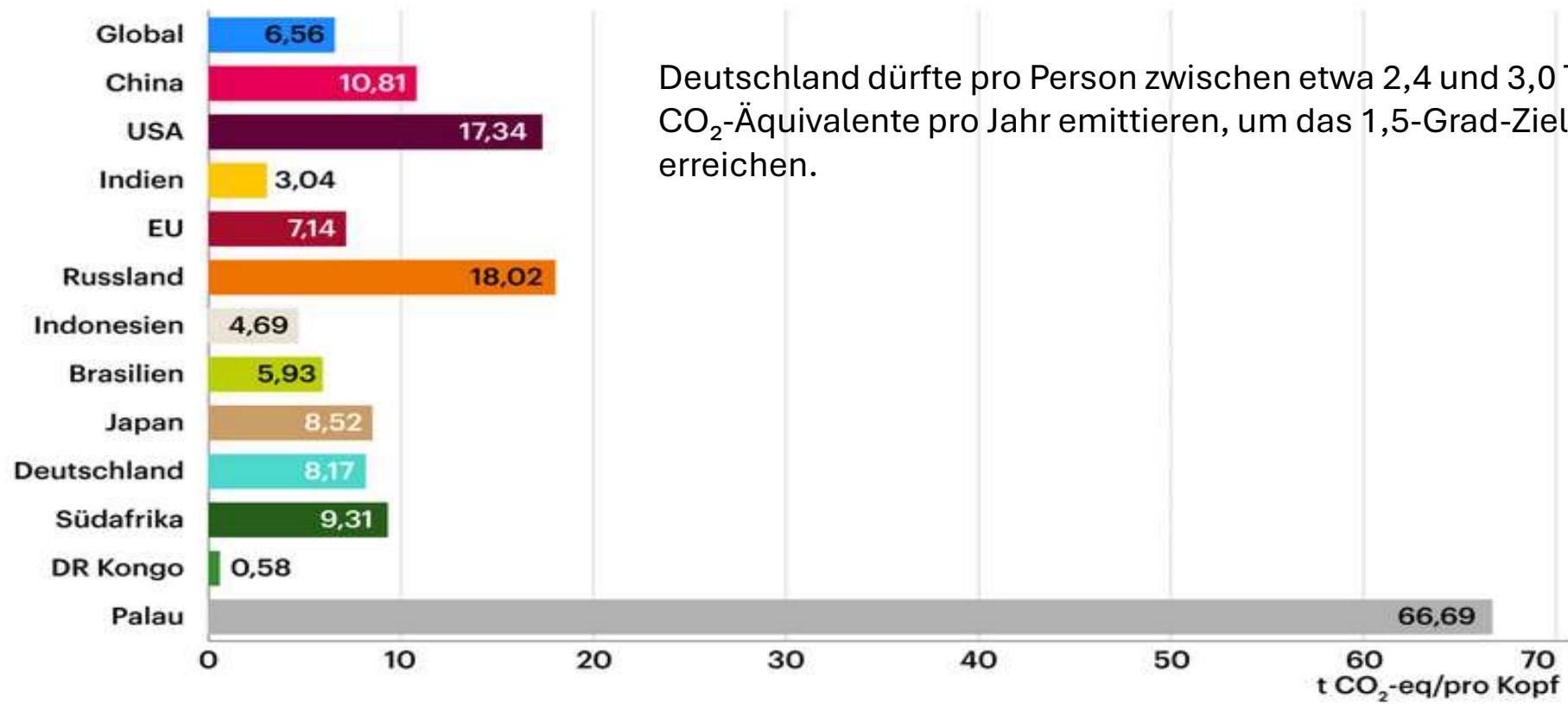
- Messe Frankfurt : Auslandsmessen in China, Japan, Indien, Singapur, Thailand, Ägypten
Rußland, Litauen, Mexiko, Argentinien  
- Buchmesse Frankfurt : Marketing und ca. 30 Buchmesse Gemeinschaftsstände weltweit  
- Koelnmesse : 2 Weltleitmessen 2 Auslandsmessen  
- Exhibition Doctors:
strategische Beratung von Messegesellschaften 
Entwicklungszusammenarbeit 
Partnerschaft mit 2bdifferent (www.2bdifferent.de) Beratung für nachhaltige Events 
- Jahre Lehrbeauftragter Duale Hochschule Mannheim: Messemanagement und Nachhaltigkeit 
- Vorträge Hochschule Düsseldorf zu Auslandsmessestrategie und Nachhaltigkeit 

2. Ausgangslage

CO2 Ausstoß 2024 global nach Ländern



1. Ausgangslage



2. Ausgangslage

	Klimaschutzziele	Zentrale Strategien und Instrumente
Deutschland	2030: mindestens -65 % 2040: mindestens -88 % 2045: Treibhausgasneutralität Ab 2050: negative Emissionen	Klimaschutzgesetz, Klimaschutzprogramme wie das Klimaschutz-Sofort- programm aus dem Jahr 2022
Europa	2030: mindestens -55 % 2050: Klimaneutralität	Europäisches Klimagesetz, Europäischer Grüner Deal, EU-Emissionshandel, EU-Klimaschutzverordnung, „Fit für 55“-Paket
International	Globale Erwärmung auf deutlich unter 2 °C, möglichst auf 1,5 °C begrenzen	Pariser Klimaabkommen, national festgelegte Beiträge (NDCs), Grüner Klimafonds

Aktuelle Situation Deutschland (Projektion UBA) 2025

2030 - 63% (64% in 2024)
 2040 - 81% (83% in 2024)
 2045 - 85% (THG Neutralität)
 2050 – 87% (negative Emissionen)

Ziele EU (November 2025)

- 2035 Spanne zwischen 66 – 72%
- 90% (Länder dürfen 5% über Kompensation im Ausland zukaufen!)

Emissionshandel auf 2028 verschoben



1. Ausgangslage

2025

COP 30 Ergebnisse: Kein Ausstieg aus Kohle, Öl und Gas beschlossen

UN-Plastikabkommen: kein globales Abkommen gegen Plastikmüll

EU Omnibus : neue, vereinfachte Regeln zur Berichtspflicht (CSRD)

EU Lieferkettengesetz: neue vereinfachte Regeln – nur noch TIER 1 Lieferantenf

EU Greenwashing: ausgesetzt



1. Ausgangslage

EU Umweltpolitik Omnibus I

Omnibus I reduziert und entschärft einen großen Teil der ursprünglich vorgesehenen Green-Deal-Regulierungen

vor allem:

- Weniger Unternehmen betroffen
- Weniger tiefe Prüf- und Sorgfaltspflichten
- Weniger Berichtspflichten
- Spätere Einführung
- Reduzierte Haftung
- Weniger komplexe Standards

1. Ausgangslage **EU Umweltpolitik Omnibus I**

1. Nachhaltigkeitsberichterstattung (CSRD / ESRS)

Geltungsbereich

Green Deal:

Sehr großer Anwendungsbereich – rund 50.000 Unternehmen müssten berichten, inkl. vieler Mittelständler.

Omnibus I:

- Schwellen steigen → nur noch Unternehmen > **1.000 Beschäftigte** & bestimmte Umsatz/Bilanz-Grenzen
- Zahl der verpflichteten Unternehmen sinkt massiv (Reduktion um ca. 80 %).

2. Lieferkettensorgfaltspflichten (CSDDD)

Tiefe der Lieferkette

Green Deal:

Prüfung der **gesamten Lieferkette** (inkl. indirekte Lieferanten).

Omnibus I:

Fokus nur noch auf **direkten Zulieferern (Tier-1)**.



1. Ausgangslage

EU Umweltpolitik

Green Claims Regel (Green Claims Directive)

Ein Gesetz, das Umwelt-Behauptungen von Unternehmen („grüne Aussagen“) regulieren soll, sodass sie seriös sind und nicht irreführend / „greenwashed“ sind.

Diese Richtlinie war Teil des EU-Green-Deal-Regulierungsrahmens.

Stand aktuell:

Am 20. Juni 2025 hat die Europäische Kommission ihre Absicht erklärt, den Vorschlag für die Green Claims Directive **zurückzuziehen**.

Grund: Der Vorschlag passe nicht mehr zu ihrer „Simplification“-Agenda („Vereinfachung“) angesichts der Omnibus-Pakete.

1. Ausgangslage



Übersicht: Kritische Klima-Begriffe und potenzielles Greenwashing

Begriff	Warum kritisch?	Typische Formen von Greenwashing
CO₂-Neutralität	Unklare Definition, oft nur rechnerischer Ausgleich; reale Emissionsreduktion fehlt Nur CO ₂	Firmen behaupten „CO ₂ -neutral“, weil sie billige Kompensationen kaufen, statt Emissionen zu senken
Klimaneutralität	Noch breiter und vager als CO ₂ -neutral; schwer überprüfbar	Produkt-/Unternehmenslabel „klimaneutral“ trotz laufender fossiler Aktivitäten
Offset / Kompensation	Viele Projekte nicht zusätzlich, nicht dauerhaft oder schlecht kontrolliert	Waldschutzprojekte, die sowieso stattgefunden hätten, werden als Kompensation verkauft
Negativemissionen	Häufig erst in Zukunft realistisch skalierbar; Risiko, heutiges Handeln aufzuschieben	Unternehmen berufen sich auf zukünftige Technologien, um im Jetzt wenig zu verändern
CCS	Technisch möglich, aber teuer, energieintensiv und begrenzt verfügbar	Fossile Firmen nutzen CCS als Argument, Öl/Gas weiter auszubauen („saubere fossile Energie“)
Senken	Natürliche Senken (Wälder, Böden) unsicher und zeitlich begrenzt	Firmen rechnen natürliche Senken ein, die später durch Brände, Rodung oder Klimawandel wegfallen
Treibhausgasneutralität	Weniger missbraucht, aber komplex; Gefahr der Verwässeung	Verwendung als Marketingversprechen, ohne vollständigen Reduktionsplan oder Transparenz



2. Deutsche Messen und Nachhaltigkeit

2.1. AUMA

Ausstellungs –und Messe – Ausschuss der Deutschen Wirtschafts e.V.

- Gründung 1907
 - 70 Mitglieder: Messeveranstalter (38), Verbände (29), (ausstellende Unternehmen, Serviceunternehmen, Besucherverbände)





2. Deutsche Messen und Nachhaltigkeit

2.1. AUMA

Ausstellungs –und Messe – Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.

Jährlich:





2. Deutsche Messen und Nachhaltigkeit

2.1. AUMA

Ausstellungs –und Messe – Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.



In 2024 130 Mio € Investition in (u.a.):

- Modernisierung von Messehallen
- Verwaltungs- und Veranstaltungsgebäuden, Neubauten
- technische Aufrüstung bestehender Gebäude.
- Photovoltaikanlagen auf Hallendächern und Parkhäusern
- Ausbau der E-Ladeinfrastruktur
- Begrünung von Dachflächen sowie in die energetische Optimierung.



2. Deutsche Messen und Nachhaltigkeit

2.1. AUMA

Ausstellungs –und Messe – Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.



Wir reduzieren kontinuierlich Treibhausgas-Emissionen.

Die deutsche Messewirtschaft ist bis 2040 klimaneutral.



Beschaffung

Wir machen produkt- und dienstleistungsspezifische Nachhaltigkeitskriterien zum Bestandteil unserer Beschaffungsprozesse.

Wir wirken auf deren Einhaltung entlang unserer Lieferketten hin.



Catering

Gemeinsam mit unseren Cateringpartnern bauen wir den Einsatz von regionalen, saisonalen, biologisch hergestellten Produkten im Catering von Kunden sowie Mitarbeitenden aus.

Die deutsche Messewirtschaft engagiert sich für das Vermeiden von Lebensmittelverschwendungen. Die Branche trifft mit ihren Cateringpartnern Vereinbarungen zur kontinuierlichen Evaluation von bedarfsgerechten Speise- und Getränkeangeboten.



Logistik

Wir arbeiten kontinuierlich daran, die Lenkung und Bündelung des messenahen Logistik-Verkehrs zu verbessern. Für eine Optimierung dieses Verkehrsaufkommens setzen wir intelligente Logistik-Systeme ein.

Die deutsche Messewirtschaft verfolgt außerdem die Dekarbonisierung ihrer standort-gebundenen Logistikfuhrparks.

2. Deutsche Messen und Nachhaltigkeit

2.1. AUMA

Ausstellungs –und Messe – Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.



Messestandbau

Wir sehen Messestände als Visitenkarte der ausstellenden Unternehmen an, die der Präsentation von Innovationen und Markenwelten dienen.

Die deutsche Messewirtschaft wird ein Portfolio für nachhaltige Messestände erarbeiten und ihren ausstellenden Unternehmen aktiv anbieten. Sie wird darüber hinaus ein Anreizsystem für ausstellende Unternehmen zur Entscheidung für nachhaltige, mehrfach verwendbare Messestände schaffen.

Reise

Wir werden gemeinsam mit unseren Partnern, insbesondere den öffentlichen Verkehrsunternehmen, Angebote für eine emissionsarme oder -neutrale An- und Abreise zu unseren Veranstaltungen schaffen.

Die deutsche Messewirtschaft wird die Ladeinfrastruktur für Elektromobilität an ihren Messeplätzen ausbauen.

Ökostrom

Wir treiben den Ausbau regenerativer Energien voran. Wir arbeiten konsequent darauf hin, in unseren Geschäftsprozessen fossile Energieträger durch Fernwärme und erneuerbare Energien zu ersetzen. Wir definieren für unsere Unternehmen konkrete Energieeinsparziele.

Die deutsche Messewirtschaft wird spätestens 2025 zu 100 Prozent Ökostrom nutzen.

Wertstoffe

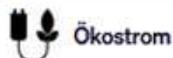
Wir setzen uns für einen effizienten Einsatz von Wertstoffen sowie für die Nutzung wiederverwendbarer Materialien ein.

Die deutsche Messewirtschaft verpflichtet sich, konsequent an der Reduzierung der Abfallmengen zu arbeiten.

Wasser

Wir nutzen Wasser so sparsam wie möglich und setzen dazu in unseren Unternehmen modernste wassersparende Technik ein.

Wir bauen die Begrünung unserer Messegelände und -gebäude in Bezug zur nutzbaren Freifläche insbesondere zur Speicherung von Regenwasser und zur Verbesserung der Luftqualität weiter aus.

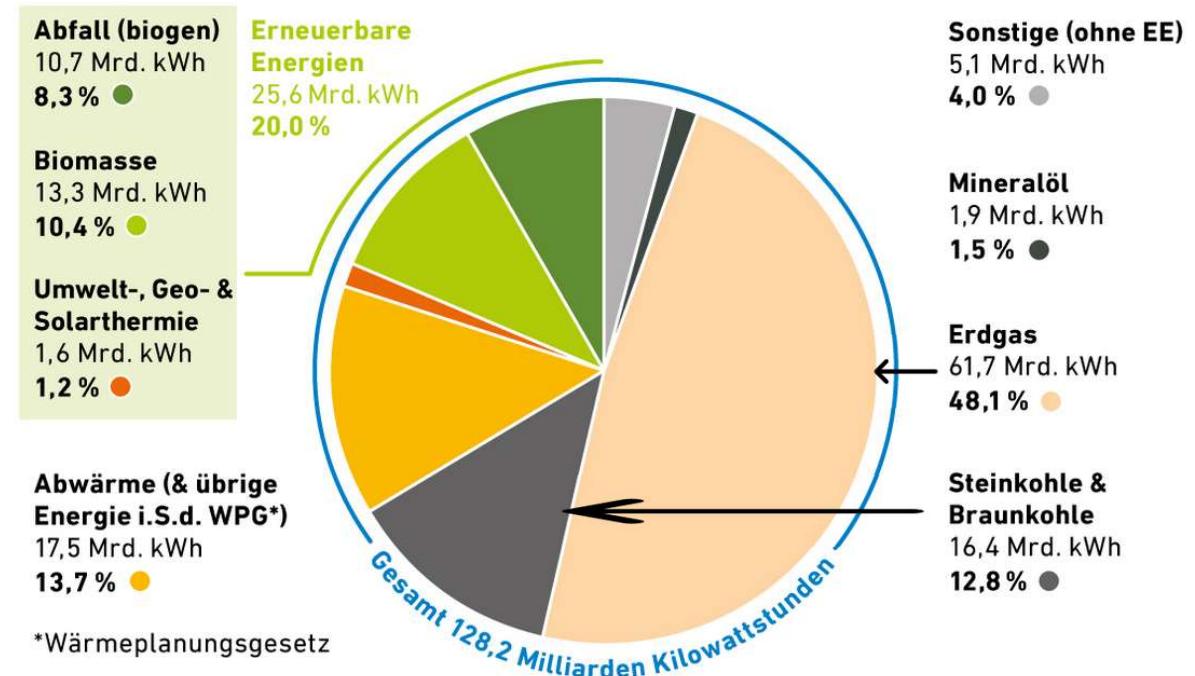


Wir treiben den Ausbau regenerativer Energien voran. Wir arbeiten konsequent darauf hin, in unseren Geschäftsprozessen fossile Energieträger durch Fernwärme und erneuerbare Energien zu ersetzen. Wir definieren für unsere Unternehmen konkrete Energieeinsparziele.

Die deutsche Messewirtschaft wird spätestens 2025 zu 100 Prozent Ökostrom nutzen.

EXHIBITION
DOCTORS

Fernwärmeverzeugung nach Energieträgern in Deutschland 2024



Quellen: BDEW; Stand: 5/2025

© 2025 Agentur für Erneuerbare Energien e.V.





Messestandbau

Wir sehen Messestände als Visitenkarte der ausstellenden Unternehmen an, die der Präsentation von Innovationen und Markenwelten dienen.

Die deutsche Messewirtschaft wird ein Portfolio für nachhaltige Messestände erarbeiten und ihren ausstellenden Unternehmen aktiv anbieten. Sie wird darüber hinaus ein Anreizsystem für ausstellende Unternehmen zur Entscheidung für nachhaltige, mehrfach verwendbare Messestände schaffen.

Anreiz

Direkte finanzielle Anreize vom Veranstalter (Rabatte auf Standmiete) sind bei großen deutschen Messegesellschaften **nicht** flächendeckend verbreitet — sie setzen stärker auf **Miet-/Systemstände, Beratungen, Serviceangebote und PR-Vorteile**, die den Wiederverwendungseinsatz wirtschaftlich attraktiver machen.



2. Deutsche Messen und Nachhaltigkeit

2.1. AUMA

Ausstellungs –und Messe – Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.

Wertstoffe

Wir setzen uns für einen effizienten Einsatz von Wertstoffen sowie für die Nutzung wiederverwendbarer Materialien ein.

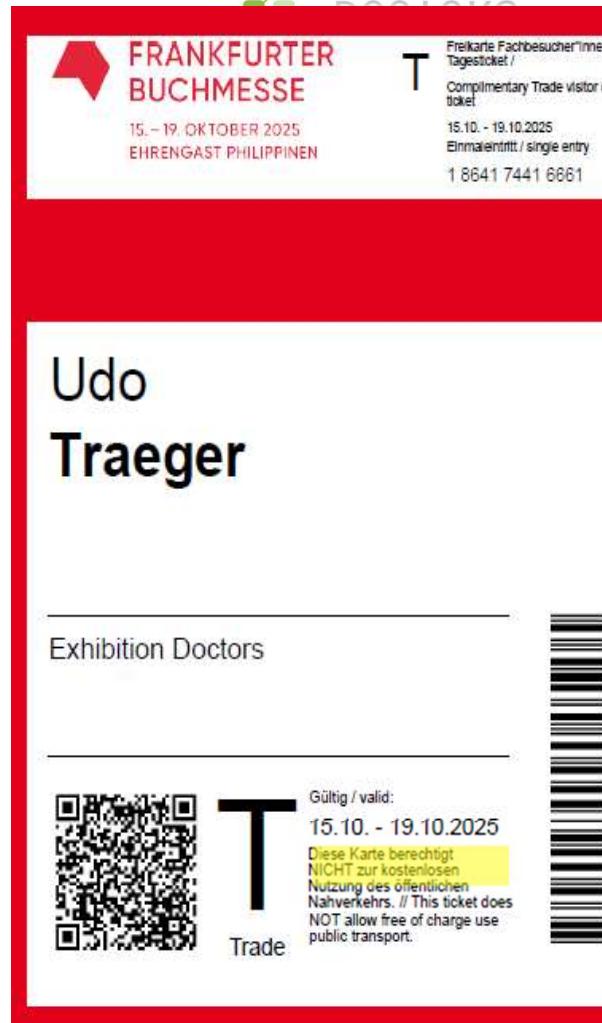
Die deutsche Messewirtschaft verpflichtet sich, konsequent an der Reduzierung der Abfallmengen zu arbeiten.

Kriterium	Messe Frankfurt (Trennung)	Koelnmesse (Pauschale)
Kostenmodell	Nach Menge/Art des Abfalls	Fixe Pauschale nach Standgröße
Nachhaltigkeit	Hoch, Recycling im Fokus	Gering, kein Anreiz zur Vermeidung
Aufwand für Aussteller	Höher (Trennung nötig)	Niedrig (alles pauschal)
Transparenz	Abhängig vom Verhalten	Einheitlich, aber wenig differenziert
Vorteil für „grüne“ Aussteller	Ja, Kostensparnis möglich	Nein, keine Differenzierung

2. Deutsche Messen und Nachhaltigkeit

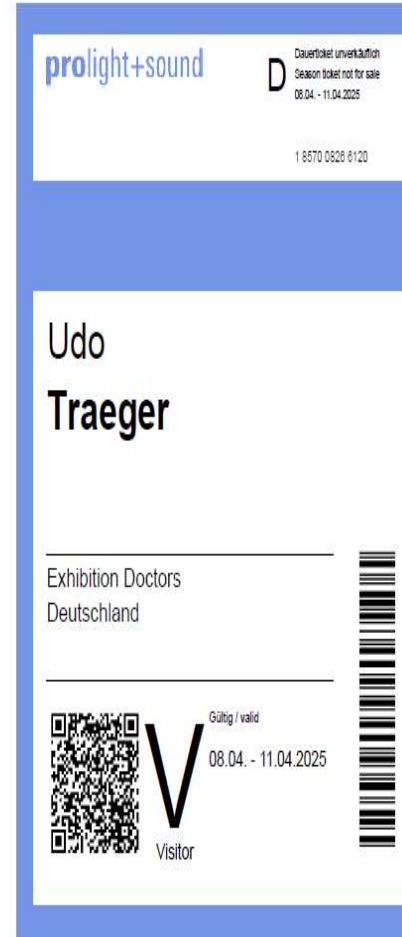
2.1. AUMA

Ausstellungs –und Messe – Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.



Ihre Eintrittskarte ist personalisiert und daher nicht übertragbar. Ausgedruckt ermöglicht sie Ihnen in Verbindung mit Ihrem Ausweis die kostenlose Hin- und Rückfahrt in Bussen und Bahnen im Gebiet des Rhein-Main-Verkehrsverbundes.

www.rmv.de. Die Eintrittskarte ist gemäß den AGB der Messe Frankfurt von Rückgabe und Umtausch ausgeschlossen. Es gilt die Hausordnung der Messe Frankfurt Venue GmbH.



2. Deutsche Messen und Nachhaltigkeit

2.1. AUMA

Ausstellungs –und Messe – Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.



AUMA-STUDIE „MEHRWERT VON MESSEBESUCHEN“

Anzahl vermiedener Geschäftsreisen pro Messebesuch pro Tag

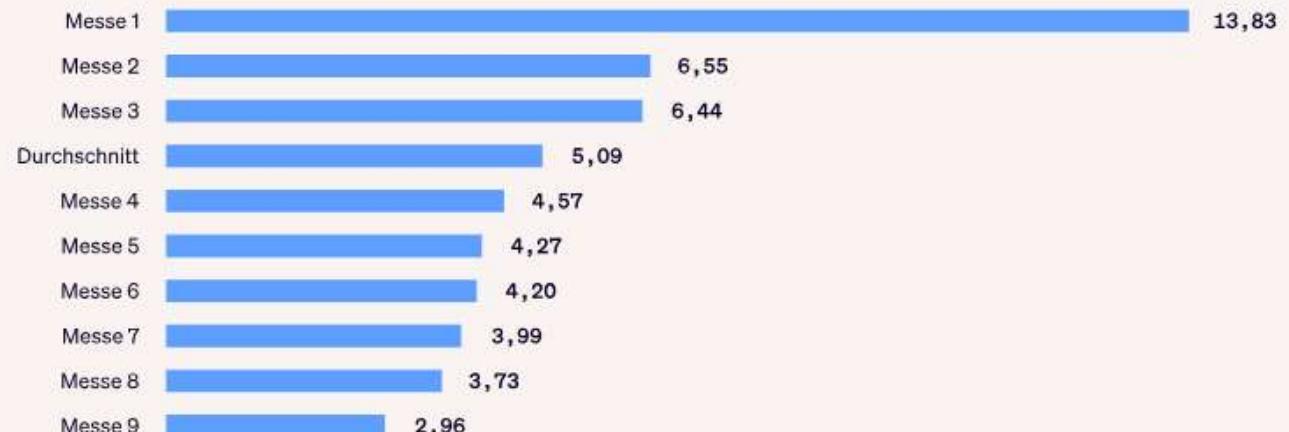


Abb. 1: AUMA, Besucherbefragung auf neun ausgewählten Messen, Januar-April 2024, n=2.912. Die Befragung erfolgte mittels standardisierter Fragebögen im Rahmen persönlicher Interviews (CAPI).

2. Deutsche Messen und Nachhaltigkeit

2.1. AUMA

Ausstellungs –und Messe – Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.



Fazit der Studie:



- Die AUMA-Studie liefert Hinweise darauf, dass Messen einen Beitrag zur Reduktion von Einzelgeschäftsreisen leisten können (Emissionsminderung)
- Indikator, dass strategisch geplante Messe-Teilnahmen Teil einer nachhaltigen Mobilitäts- und Event-Strategie sein können — insbesondere wenn sie ergänzt werden durch gezielte Maßnahmen zur Anreise, Unterkunft und Stand-/Materialoptimierung.
- Bereits in 2019 gab es eine ähnliche Umfrage (10.000 Teilnehmer) durch Informa plc. (lt. Nachhaltigkeitsbericht von 2023) "180.000 Flüge eingespart" aggregiert über 15 Events

Fazit: Messen als "Travel consolidators" also Einzelreisen vermeiden durch Bündelung von Begegnungen an einem Ort



3. Nachhaltigkeit Messen International

3.1. UFI und Nachhaltigkeit

3.2 Netzerocarbon events

3.3 Reed vs. Informa vs. Deutsche Messeveranstalter



3. Nachhaltigkeit Messen International

3.1. UFI und Nachhaltigkeit

- 1925 UFI gegründet in Mailand durch 20 europäische Messeplätze (Köln, Leipzig, Frankfurt a.M.)
- 1947 HQ Paris
- 2003 UFI- The Global Association of the Exhibition Industry
- 2025 UFI 100 Jahre mit 900 Mitglieder aus 90 Ländern mit ca. 890 anerkannten* Events

* Anerkannt = mind. 2- mal stattgefunden, auditiert nach UFI
Regeln: Aussteller (10% international) Besucher (5% international), Netto qm (gebuchte Fläche)

3. Nachhaltigkeit Messen International



3.1. UFI und Nachhaltigkeit

Working group Sustainable Development (40 Members)

ADNEC (UAE), **AEFI** (Italy), **Audited Media** (USA), **AUMA** (Germany), **beMatrix** (Belgium), **BIEC** (India), **BITEC** (Thailand), **Comexposium** (France), **Consumer Technology Association** (USA), **Easyfairs** (Belgium), **EEIA** (Belgium), **Expotrans** (Italy), **fwd:** (Germany), **Fiera Milano** (Italy), **Fiera Verona** (Italy), **Fondazione Fiera Milano** (Italy), **Galis** (France), **Greenview** (Singapore), **Holtmann+** (Germany), **ICC Sydney** (Australia), **IEIA** (India), **IFES** (Belgium), **IMEX** (UK), **Informa Markets** (UK), **Jaarbeurs** (The Netherlands), **jwc** (Germany), **Kölnmesse** (Germany), **MCH Group** (Switzerland), **Messe Düsseldorf** (Germany), **Messe Frankfurt** (Germany), **Messe Muenchen** (Germany), **P S Bedi & Co** (India), **Palexpo** (Switzerland), **PCEI** (Poland), **RAI Amsterdam** (Netherlands), **R.E. Rogers India** (India), **Reduce2** (USA), **Riva del Garda FiereCongressi** (Italy), **RX** (UK), **Stockholm Massan** (Sweden), **Targi Kielce** (Poland), **TCEB** (Thailand), **TEA** (Thailand), **UNIMEV** (France), and **VIPARIS** (France).



3. Nachhaltigkeit Messen International

3.1. UFI und Nachhaltigkeit

Sustainable Development Award (2012 – 2025)

Kein deutscher Gewinner seit 2012

Themenorientiert (in 2025: Inklusion)

Gewinner 2025 RX (Reed Exhibitions) "Guide to Inclusive Events"

<https://youtu.be/rkg0tUwXgZ0?si=JETXht2HXteaZw2T>



3.2 Netcerocarbon events

Basiert auf "**Net Zero Carbon Pledge for the Events Industry | October 2021**"

Folgende Ziele müssen die Unterzeichner verfolgen:

1. Innerhalb von 1,5 Jahren nach Unterzeichnung der Verpflichtungserklärung den Weg der Organisation, **um bis spätestens 2050 netto null zu erreichen**, mit einem **Zwischenziel** im Einklang mit der Forderung des Pariser Abkommens, **die globalen Treibhausgasemissionen bis 2030 um 50 % zu reduzieren**.
2. Zusammenarbeit mit Partnern, Lieferanten und Kunden, um den Wandel in der gesamten Wertschöpfungskette voranzutreiben
3. Messung und Nachverfolgung der **Scope-1-, -2- und -3-THG-Emissionen**
4. Mindestens alle zwei Jahre über Fortschritte berichten



3.2 Netcerocarbon events

Basiert auf "**Net Zero Carbon Pledge for the Events Industry | October 2021**"

3. Messung und Nachverfolgung der **Scope-1-, -2- und -3-THG-Emissionen**

Beispiel für Messebetrieb

Scope	Art der Emissionen	Typische Beispiele für Messeveranstalter
Scope 1	direkte Emissionen	Hallenheizung (Gas/Öl), eigene Fahrzeuge (Stapler, Service-Flotte), Notstromaggregate
Scope 2	indirekte Energie-Emissionen	Eingekaufter Strom, Fernwärme/Fernkälte, Beleuchtung, Klimatisierung
Scope 3	sonstige indirekte Emissionen	Anreise von Besuchern/Ausstellern, Standbau & Materialproduktion, Logistik, Catering, Abfall, Hotelübernachtungen, Dienstleister



3.2 Netcerocarbon events

Basiert auf "**Net Zero Carbon Pledge for the Events Industry | October 2021**"

3. Messung und Nachverfolgung der **Scope-1-, -2- und -3-THG-Emissionen**

Beispiel für Messebetrieb (ohne eigene Hallen)

Scope	Art der Emissionen	Typische Beispiele (ohne eigene Hallen)
Scope 1	direkte Emissionen	Eigene PKW/Transporter, organisatorische Dienstfahrten, ggf. eigene kleinen Geräte (Generatoren, Eventfahrzeuge)
Scope 2	indirekte Energie-Emissionen aus eingekaufter Energie	Stromverbrauch im eigenen Büro, IT, Beleuchtung, Heizung/Kühlung der eigenen Büroräume
Scope 3	sonstige indirekte Emissionen, größter Bereich	Anreise von Besuchern & Ausstellern, gemietete Hallen/Locations (Energieverbrauch wird Scope 3 statt Scope 2), Standbau & Materialproduktion, Logistik, Catering, Abfall, Hotelübernachtungen, Dienstleistungen von Partnern

3.2 Netzerocarbon events

Wichtige Trends bei der Messung (Bericht 2025)

Scope 1 und 2 verfestigt sich: Mehr als die Hälfte der Unterzeichner messen nun aktiv direkte Emissionen aus eigenen oder kontrollierten Quellen und indirekte Emissionen aus gekaufter Energie.

Dieser Prozentsatz wird weiter steigen, da weitere Organisationen ihre Absicht bekundet haben, in den kommenden in den kommenden Zyklen zu messen.

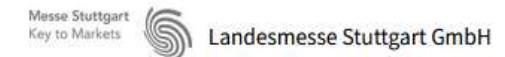
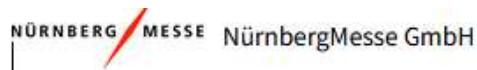
Scope 3 zeigt den größten Sprung in der geplanten Aktivität: Während weniger als die Hälfte derzeit die Emissionen der Wertschöpfungskette misst, plant ein erheblicher Teil, im nächsten Berichtszyklus damit zu beginnen.

Leitlinien zur Emissionsberechnung bei Messen (Quelle: AUMA Wissen)

<https://www.auma.de/schwerpunkte/nachhaltigkeit/leitlinie-zur-emissionsberechnung-bei-messen/>

3.2 Netcerocarbon events

Deutsche Messeveranstalter:





3. Nachhaltigkeit Messen International

3.1. UFI und Nachhaltigkeit

3.2 Netzerocarbon events

3.3 Reed vs. Informa vs. Deutsche Veranstalter



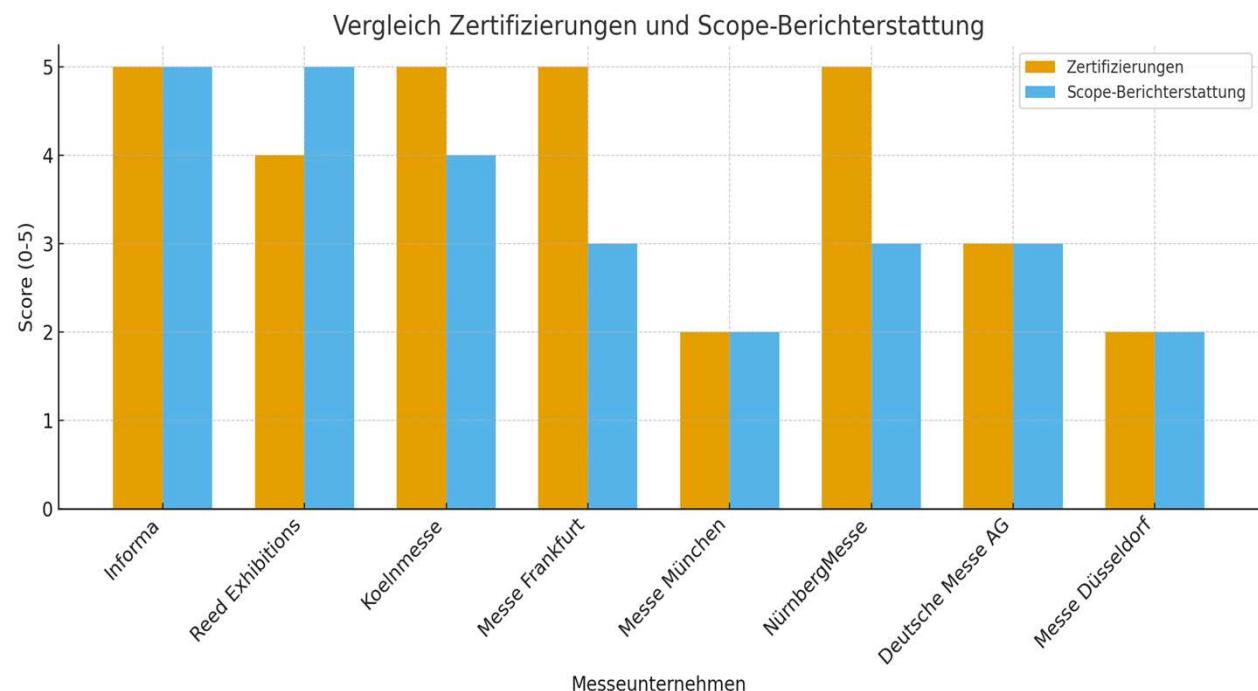
Interpretation & Einschätzung

- **Favorisierung von Pariser-Kompatibilität:** Informa und Reed Exhibitions (RX) sind im Ranking besonders hoch, weil ihre Netto-Null-Strategien relativ ambitioniert sind und ihre Aussagen klar mit wissenschaftlichen oder branchenspezifischen Roadmaps verbunden sind.
- **Deutsche Messegesellschaften:** Messe Frankfurt ist mit EMAS-Zertifizierung und einem realistischen, mittelfristigen Klimaziel (2040) sehr stark. Koelnmesse macht Fortschritte mit einem früheren Ziel (2035).
- **Zertifizierungen als Hebel:** EMAS (bei Frankfurt) und ISO (u.a. Koelnmesse, NürnbergMesse) sind wichtige Mechanismen, um Umweltmanagement kontinuierlich zu verbessern.
- Bei Informa ist dies über Reportingrichtlinien (GRI, Assurance) sichtbar.



- **Informa** ist besonders ambitioniert: Ihre Zwischenziele (2025, 2030) sind klar und sehr aggressiv – sie streben echte Netto-Null bereits bis 2030 an.
- **RX / Reed** hat ein bedeutsames Zwischenziel bis 2030 (-50 %) und ein langfristiges Ziel bis 2040, was auf einen gut strukturierten Übergangspfad hinweist.
- **Messe Frankfurt** operiert mit systematischen Zwischenzielen über CCF, aber ihre mittelfristigen Ziele
 - sind eher strategisch formuliert als streng quantifiziert (zumindest öffentlich).
- **Koelnmesse** hat ein solides Ziel (2035), aber weniger verflochtene Zwischenmessungen in öffentlich zugänglichen Quellen.
- **NürnbergMesse** setzt auf greifbare Infrastruktur-Ziele (z. B. Energieversorgung, Fuhrpark), was eine pragmatische Strategie ist, aber es ist kein „Net-Zero“-Versprechen auf denselben Maßstab wie bei Informa oder RX.

3.3 Reed vs. Informa vs. Deutsche Veranstalter

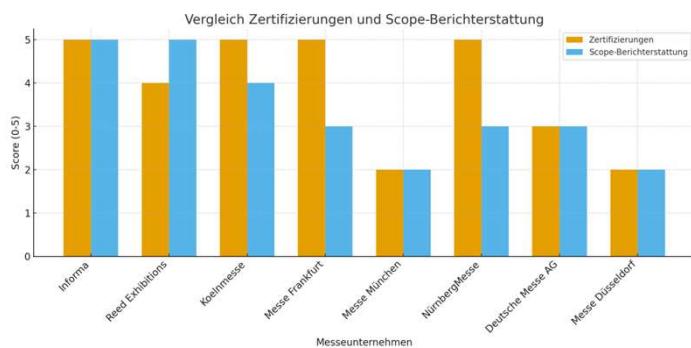


Hier ist die grafische Übersicht der acht Messeunternehmen:

Balken links (blau): Anzahl / Niveau der Zertifizierungen (höher = mehrere, z. B. EMAS, ISO, GRI, DGNB).

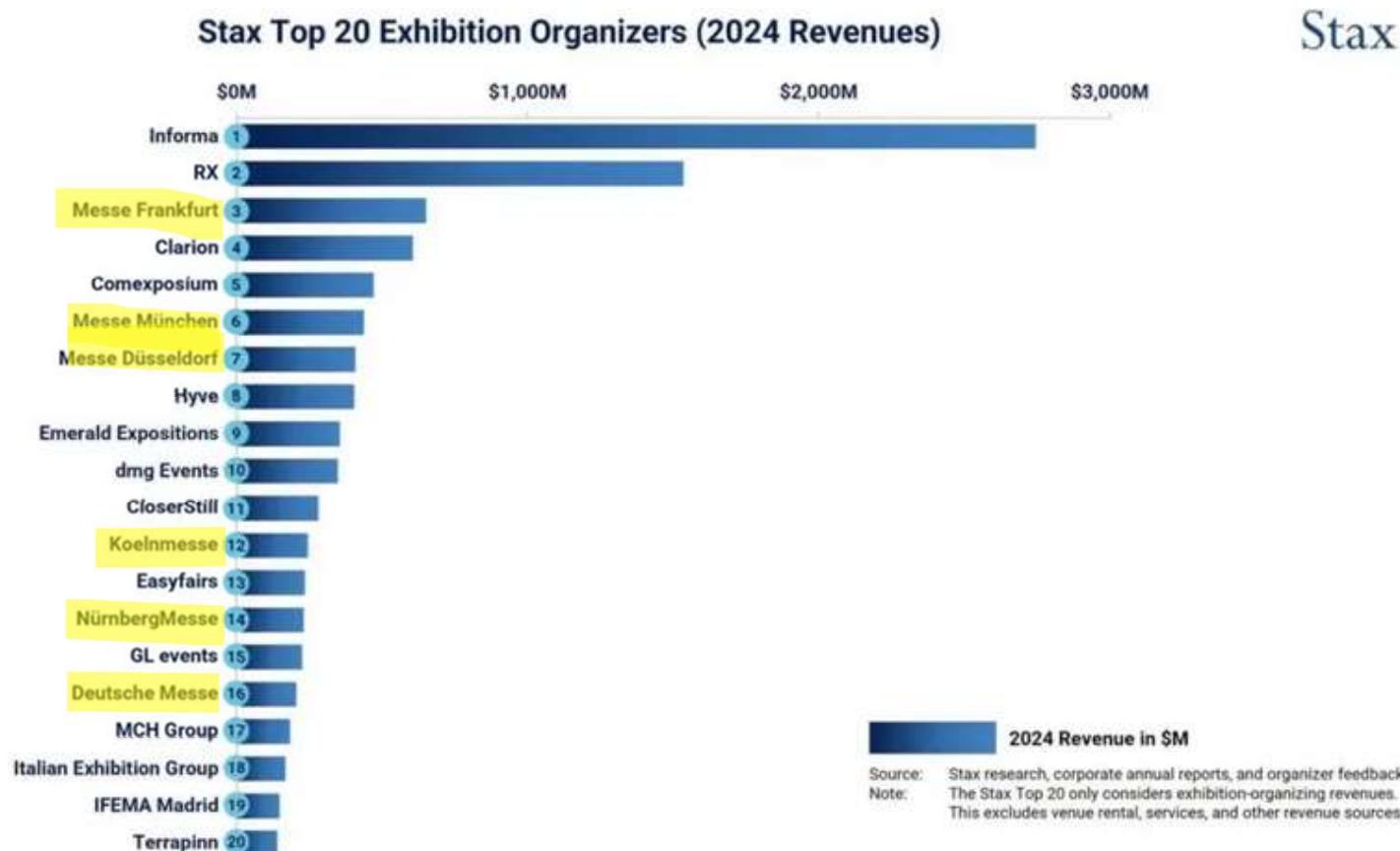
Balken rechts (orange): Transparenz der Scope-Emissionsberichterstattung (höher = detaillierte Angaben zu Scope 1, 2, 3).

3.3 Reed vs. Informa vs. Deutsche Veranstalter



- **Informa** und **Reed Exhibitions** führen bei Scope-Berichterstattung, Informa zusätzlich bei Zertifizierungen.
- **Messe Frankfurt** und **NürnbergMesse** haben formale Zertifikate, Scope-Berichterstattung ist aber etwas geringer sichtbar.
- **Messe München, Deutsche Messe AG** und andere zeigen moderate Zertifikate / Reporting, allerdings werden ihre Emissionen weniger detailliert offengelegt.

3.3 Reed vs. Informa vs. Deutsche Veranstalter





Besten Dank!

Q&A

Udo Traeger
Exhibition Doctors
udotraeger@exhibition-doctors.com
T. 06251 1058642
M. 01601501968