

Corporate Social Responsibility bei der Messe Düsseldorf

Andrea Eppert, Leiterin Stabsstelle CSR

HSD, Internationales Messemanagement, 08.12.2025

Messe
Düsseldorf

Persönlich

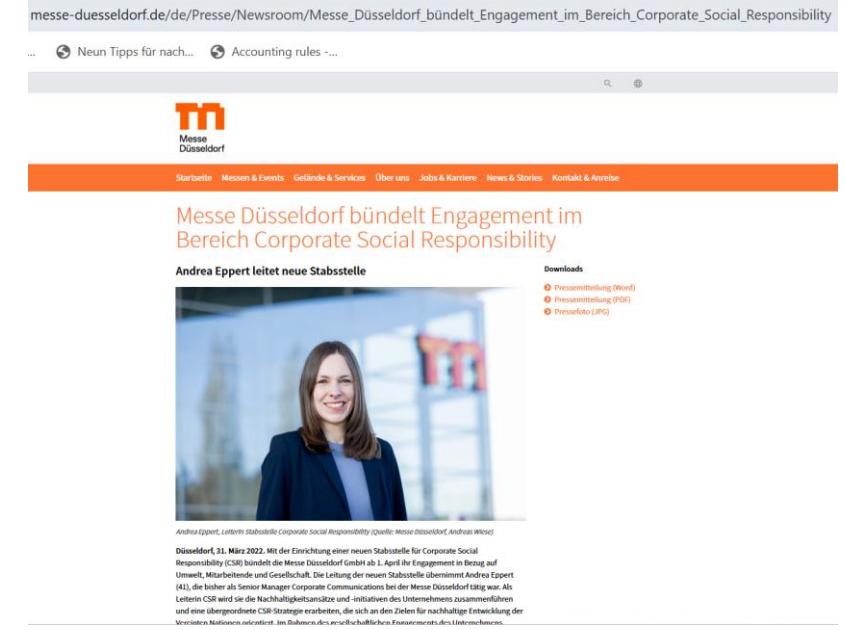
Seit 2006 bei der Messe Düsseldorf GmbH (**Branchenkenntnis, Netzwerk**)
(vorher Diplom als Literaturübersetzerin, ein Jahr Frankfurter Buchmesse)

- Presseabteilung / Pressearbeit für einzelne Düsseldorfer Messen
- Unternehmenskommunikation (**Kommunikationsstärke**)
Beginn der Beschäftigung mit CSR, Erarbeitung von Empfehlungen für die Messe Düsseldorf

Seit April 2022 Leiterin Stabsstelle CSR

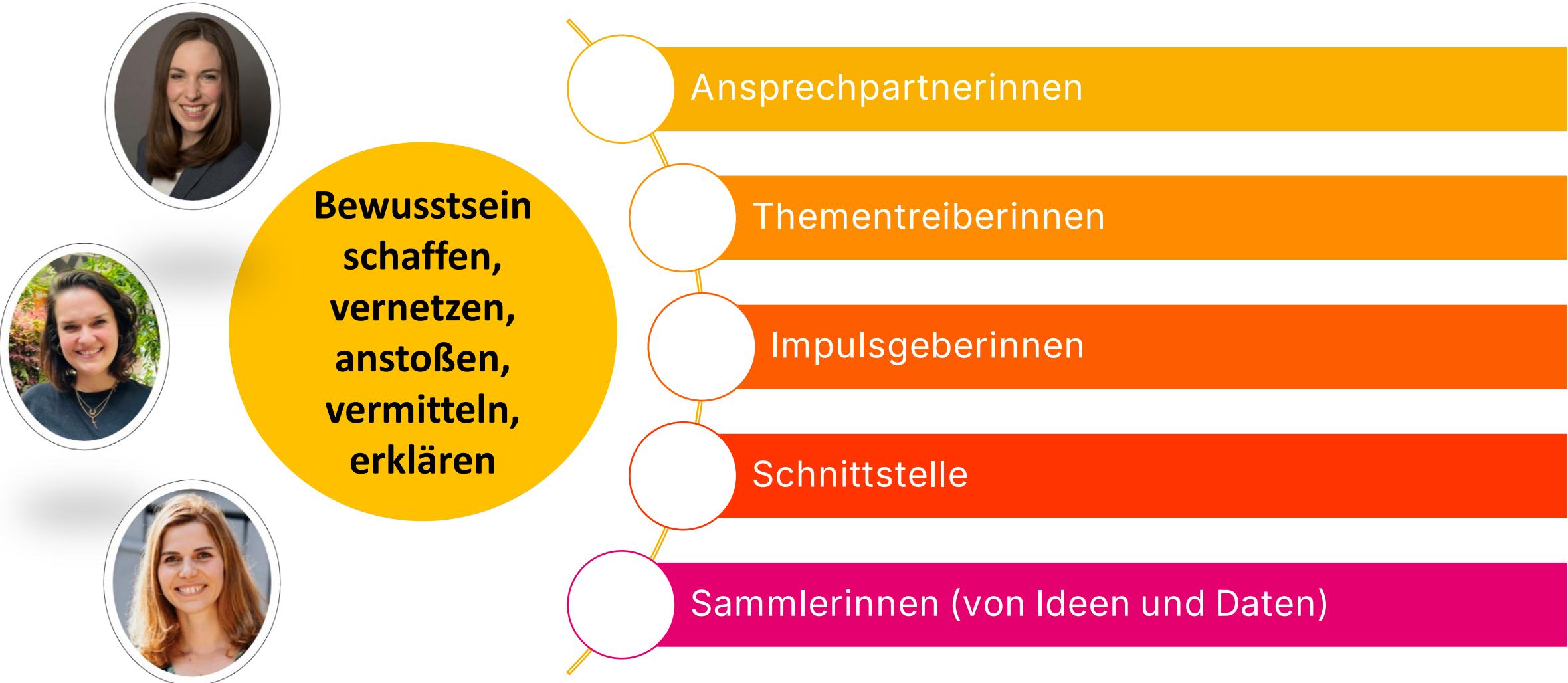
- Vorbereitung der Berichtspflicht
- Entwicklung einer ganzheitlichen CSR-Strategie
- Erarbeitung einer Roadmap zur Zielerreichung
- Implementierung eines umfassenden Nachhaltigkeitsmanagements

→ **Klassische Schnittstelle/Querschnittsabteilung**



The screenshot shows a news article from the Messe Düsseldorf website. The URL in the address bar is messe-duesseldorf.de/de/Presse/Newsroom/Messe_Duesseldorf_bündelt_Engagement_im_Bereich_Corporate_Social_Responsibility. The page title is "Messe Düsseldorf bündelt Engagement im Bereich Corporate Social Responsibility". Below the title, there is a photo of Andrea Eppert and a caption: "Andrea Eppert leitet neue Stabsstelle". At the bottom of the page, there is a section titled "Downloads" with links to "Pressemitteilung (Word)", "Pressemitteilung (PDF)", and "Pressefoto (JPG)". The page also includes a footer with links to "Startseite", "Messen & Events", "Gelände & Services", "Über uns", "Jobs & Karriere", "News & Stories", and "Kontakt & Anreise".

Team und Rolle der Stabsstelle CSR



Agenda

1. Was bedeutet CSR für die Messe Düsseldorf?
2. Unternehmensvorstellung im Nachhaltigkeitskontext und Herausforderungen
3. CSR bei der Messe Düsseldorf
 - Erwartungen von außen
 - Wesentliche Themen
 - Unsere Nachhaltigkeitsstrategie
 - Unsere Treibhausgasbilanz
 - Das tun wir schon

Was bedeutet CSR für die Messe Düsseldorf?

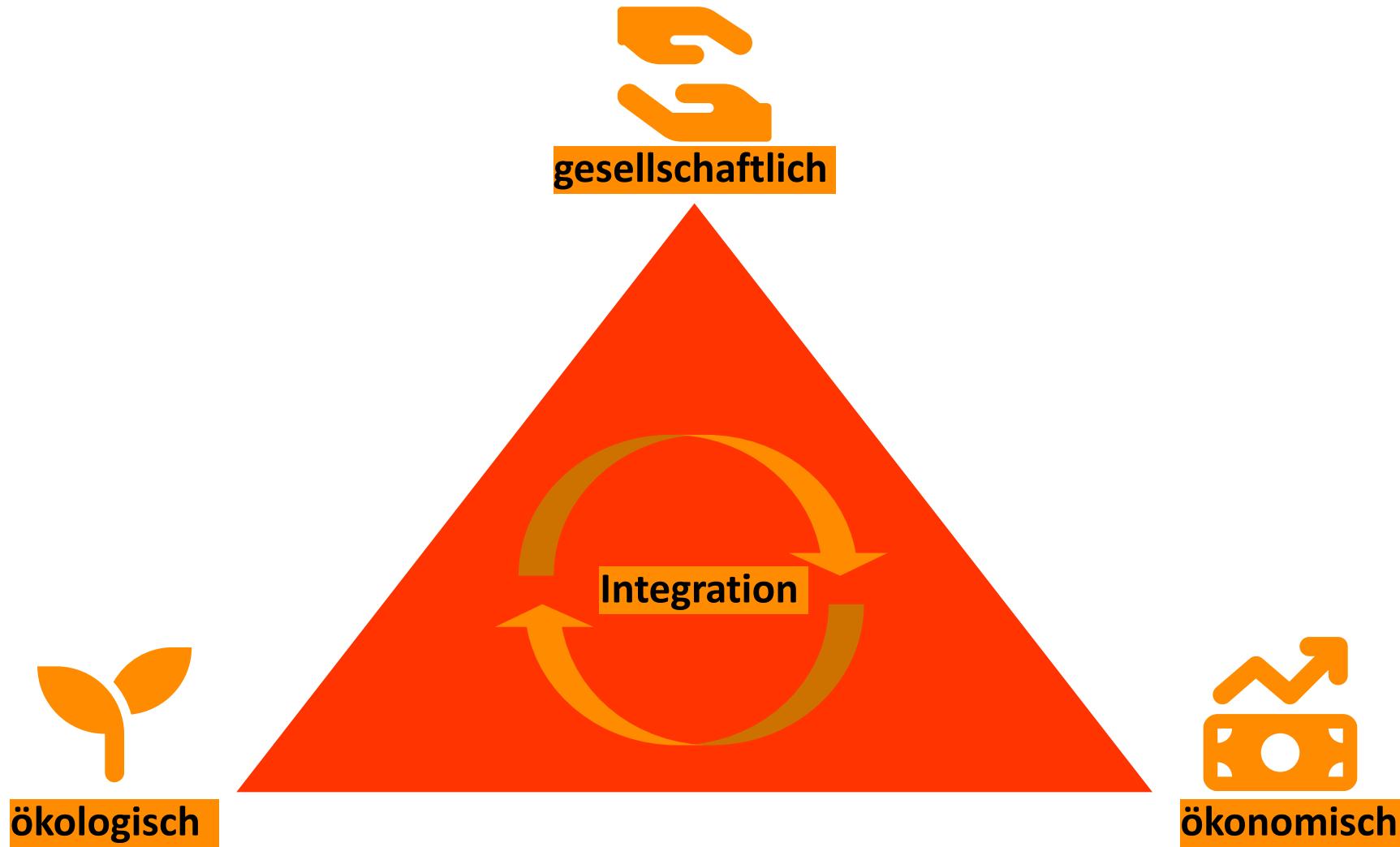
Was ist CSR?

**das ist doch
so was mit
Umwelt**

Corporate Social Responsibility
(CSR) bezeichnet die
Verantwortung von Unternehmen
für ihre Auswirkungen auf die
Gesellschaft.

(EU-Definition)

Die 3 Dimensionen der Nachhaltigkeit



Auswirkungen und Einflüsse von Unternehmen



UN Sustainable Development Goals (SDG)

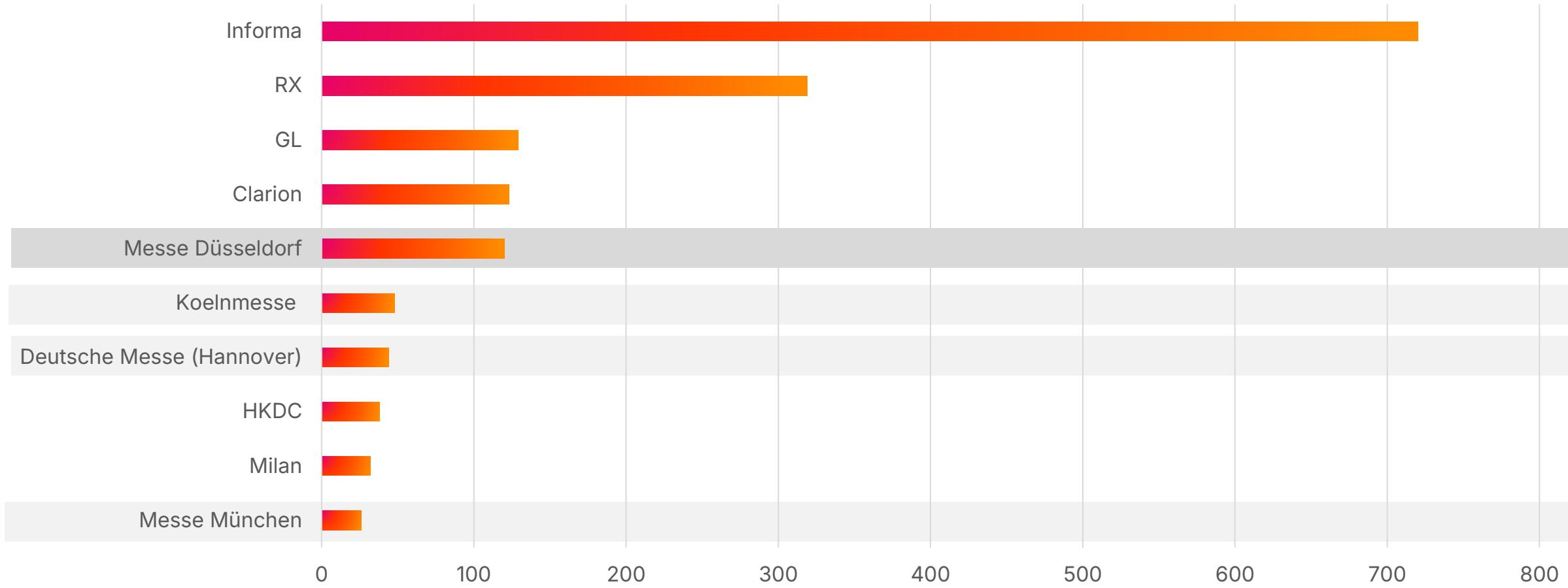


Messe Düsseldorf

Unternehmensvorstellung im
Nachhaltigkeitskontext und
Herausforderungen

Teil der globalen Top 5

Weltgrößte Messegesellschaften nach Ergebnis vor Steuern im Jahr 2023



Quelle: jwc Global Industry
Performance Review 2024

■ in M€

Highlights in a Nutshell

393 M€

GmbH-Umsatz
(392 M€
Konzern)

16%

Rendite:
höchst
profitabel

736

Mitarbeitende
in Düsseldorf
und weltweit

40

Messen in
Düsseldorf –
davon 20
Weltleitmessen



Messe
Düsseldorf

76

Messen rund
um den Globus

78

internationale
Vertretungen
für 142 Länder

56,6%

im direkten
Besitz der Stadt
Düsseldorf

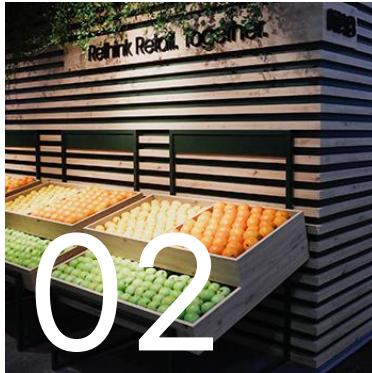
>75

Jahre
Unternehmens-
geschichte

Unsere sechs Kompetenzfelder



01



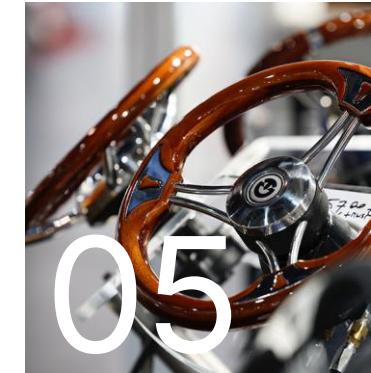
02



03



04



05



06

Maschinen,
Anlagen und
Ausrüstungen

Einzelhandel,
Handwerk und
Dienst-
leistungen

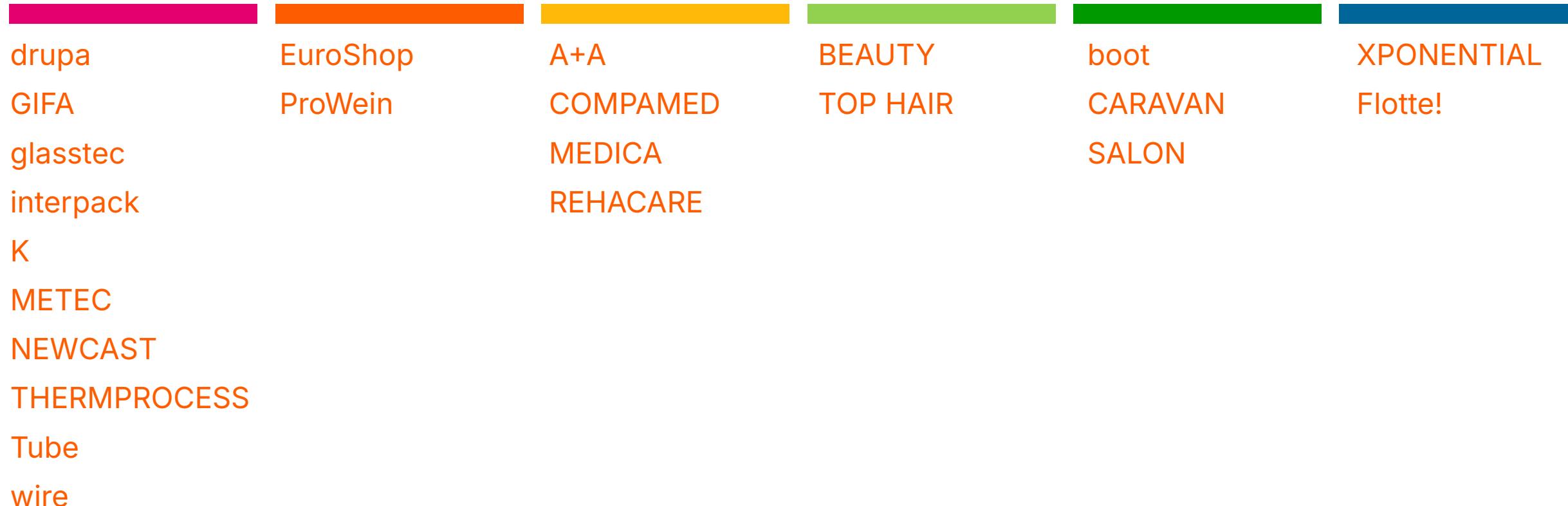
Gesundheit
und Medizin-
technik

Lifestyle und
Beauty

Freizeit

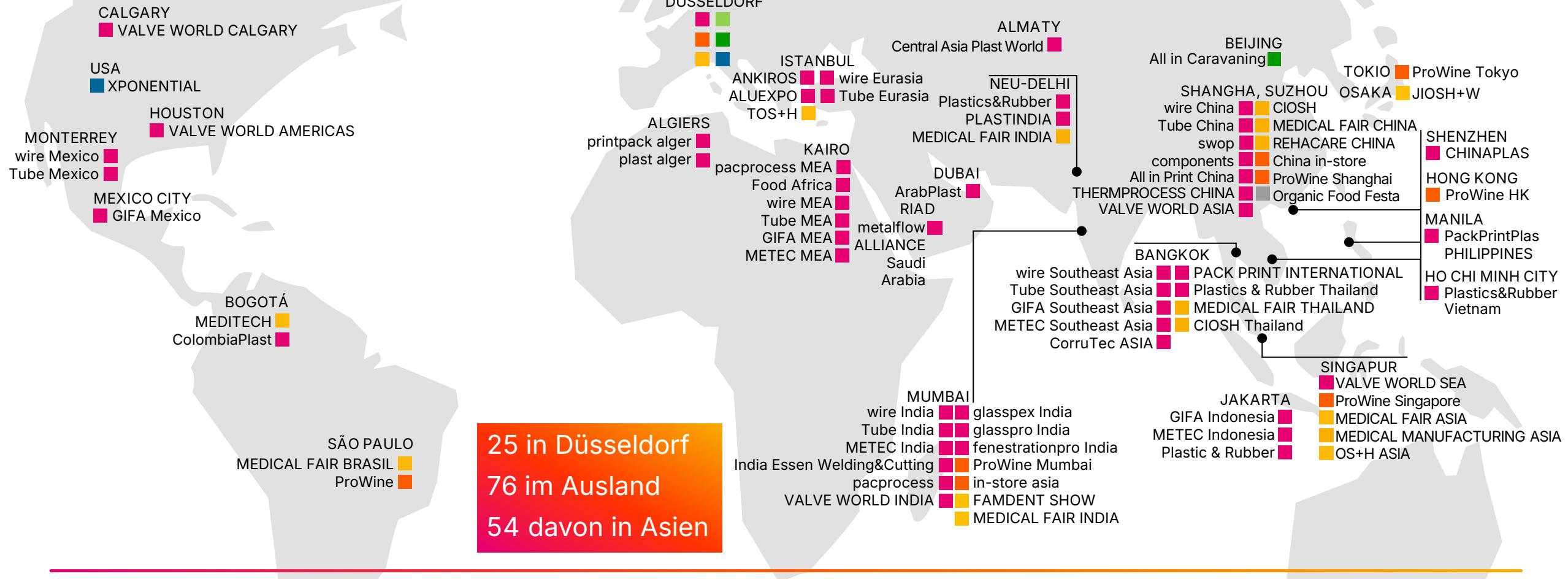
Mobilität

... mit globalen Nr.-1-Messen ...

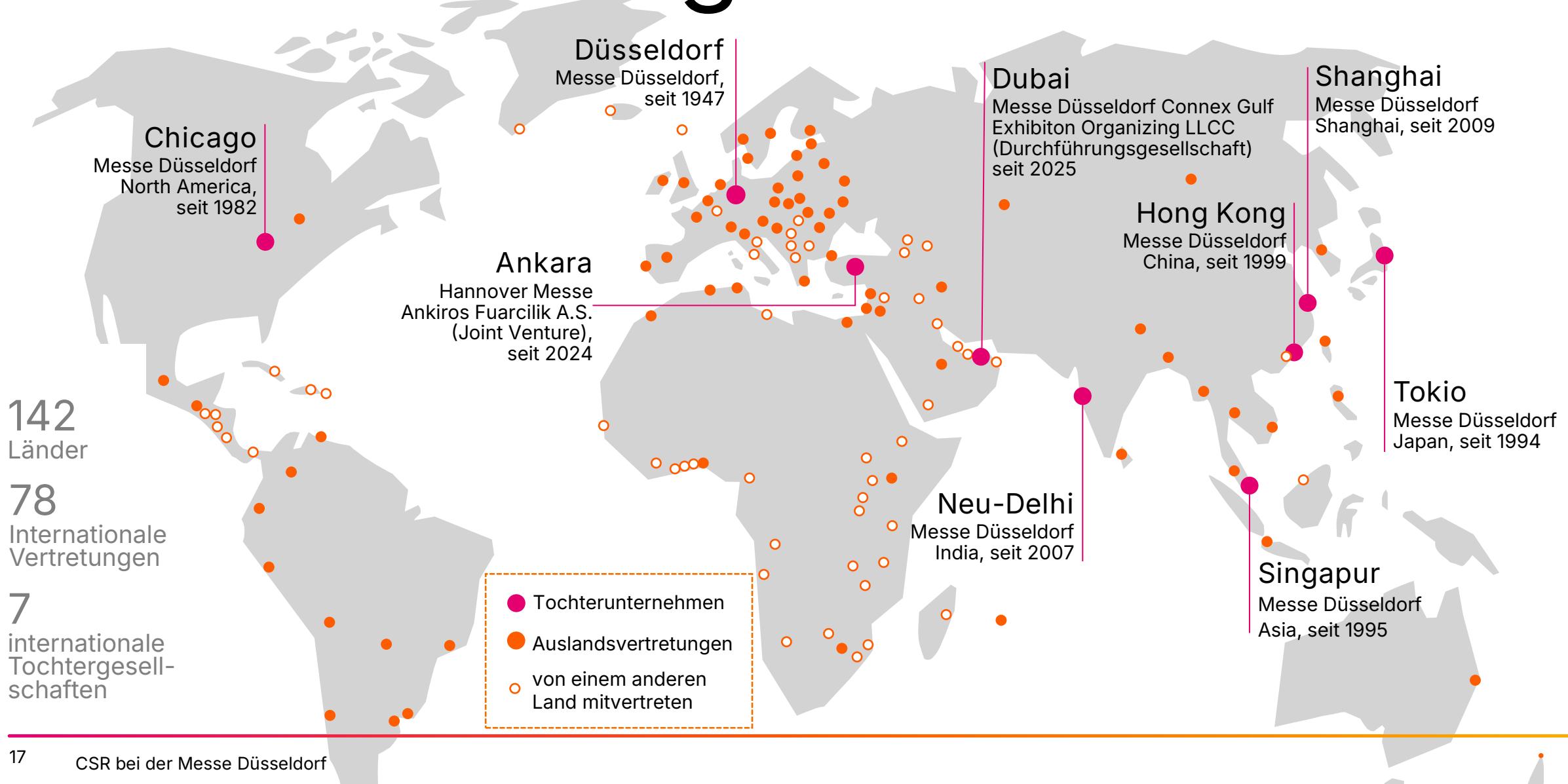


... und führenden Fachmessen weltweit.

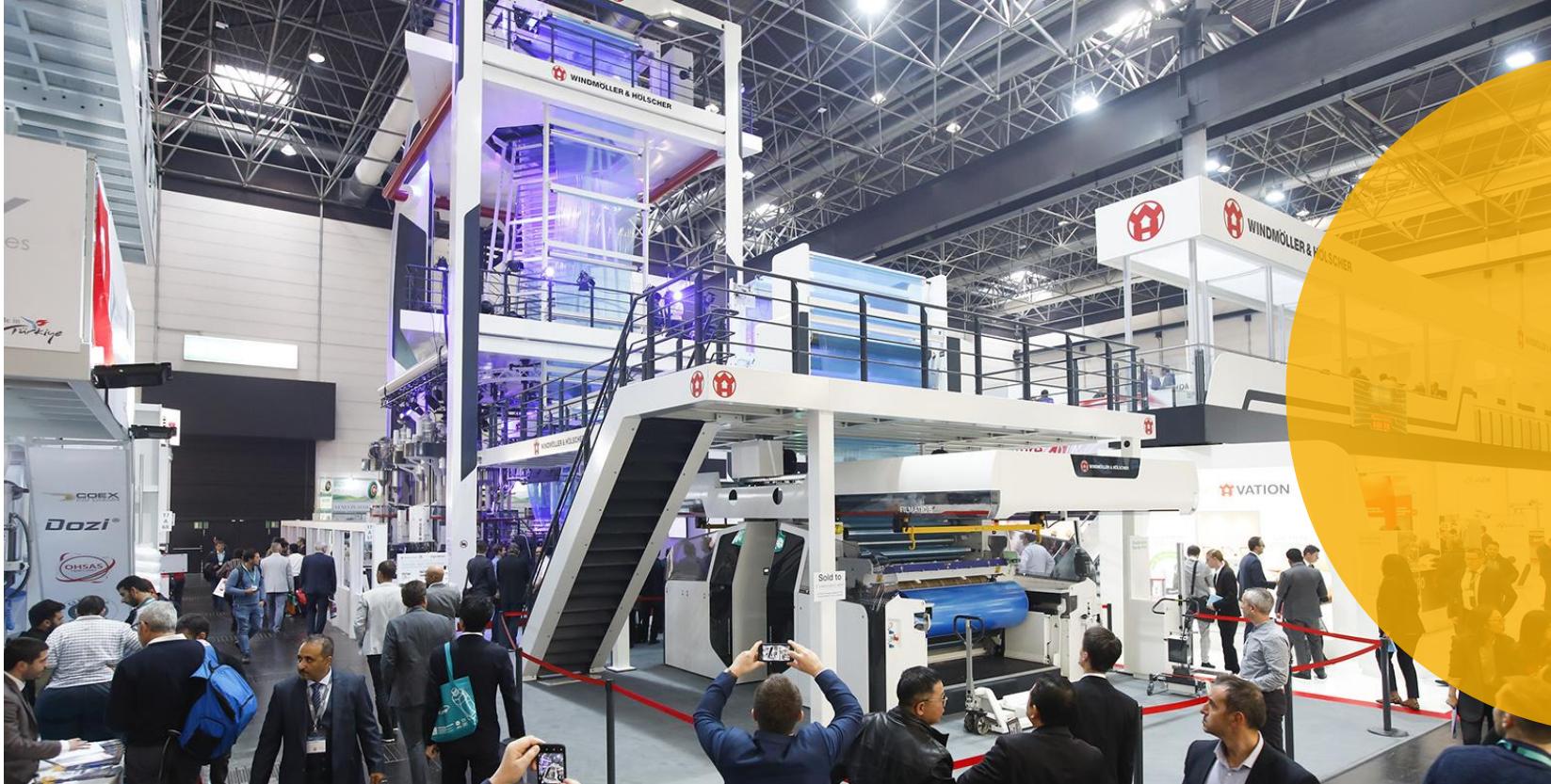
- Maschinen, Anlagen und Ausrüstung
- Handel, Handwerk, Dienstleistungen
- Gesundheit & Medizintechnik
- Lifestyle & Beauty
- Freizeit
- Mobilität



Wachsendes globales Netzwerk



Führender Messeplatz für Investitionsgütermessen



Das Düsseldorfer Messegelände

Hallen

- › 18 Hallen
- › bis zu 25.000 qm groß
- › bis zu 26m hoch

Größe

- › 613.000 qm Gesamtfläche
- › 305.727 qm Ausstellungsfläche, davon 262.727 m² innen

Infrastruktur

- › 20.000 Parkplätze
- › 2 U-Bahn-Haltestellen
- › 6 Bushaltestellen
- › Direkter Autobahn-anschluss (A44)
- › 10 Minuten zum Flughafen



Erwartungen von außen

CSR-relevante Stakeholder



Relevanteste Stakeholder für CSR



Anforderungen und Erwartungen

GESETZE	STADT DÜSSELDORF	div. STAKEHOLDER
<p>u. a.</p> <ul style="list-style-type: none">• Gewerbeabfallverordnung• Kreislaufwirtschaftsgesetz• EU Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)• EU-Taxonomie• EU Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD)• Mehrwegangebotspflicht (Verpackungsgesetz)	<p>• u. a.</p> <ul style="list-style-type: none">• Klimaneutrale Stadt 2035• Diverse Ratsbeschlüsse• „Zero-Waste Stadt“• Mitglied im „Klimapakt mit der Wirtschaft“	<p>u. a.</p> <ul style="list-style-type: none">• Mitarbeitende & Bewerbende: verantwortungsvolles, nachhaltiges Unternehmen• Besuchende: Nachhaltigkeit als Messethema• Ausstellende Unternehmen: nachhaltige Angebote für Standbau, Catering etc.• Medien: stellen kritische Fragen, v. a. zu Umweltauswirkungen

Europäische Vorgaben



Ziel: Reduktion von 55% CO₂ bis 2030
Klimaneutralität bis 2050

EU Taxonomie

CSRD



Berichtspflicht aktuell in Diskussion:
verschoben auf 2028

- ✓ Bisher: alle größeren Unternehmen
 - ab 250 Mitarbeitende
 - Mind. 40 Mio. Euro Umsatz oder
 - Mind. 20 Mio. Euro Bilanzsumme
- ✓ Alle an der Börse gelisteten Unternehmen (außer Kleinstbetriebe)

Bisher nicht berichtspflichtige Unternehmen

Berichtspflicht nach CSRD: Themen der ESRS

Generelle Standards

inkl.

Taxonomie

Umwelt

E1 Klimawandel

inkl. THG-Bilanz

E2 Umweltverschmutzung

E3 Wasser- & Meeresressourcen

E4 Biologische Vielfalt & Ökosysteme

E5 Ressourcennutzung & Kreislaufwirtschaft

1 Allgemeine Anforderungen

2 Allgemeine Angaben (Pflicht)

Soziales

S1 Arbeitskräfte des Unternehmens

S2 Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette

S3 Betroffene Gemeinschaften

S4 Verbraucher & Endnutzer

Governance

G1 Unternehmenspolitik

10 Themen (E1, E2, ..., G1), 36 Unterthemen (Energie, Wasser, Abfälle,...) und mehr als 73 Unterunterthemen (z. B. Wasserentnahme) unter Wesentlichkeitsvorbehalt

= Pflichtangaben

Erwartungen der Stadt Düsseldorf

Corporate Governance Kodex für die Beteiligungen

- ökologische und soziale **Nachhaltigkeit** soll bei der **strategischen Ausrichtung des Unternehmens und deren Umsetzung berücksichtigt werden** (ausdrücklicher Bezug zu den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen (SDGs) und die kommunale Nachhaltigkeitsstrategie der LHD)
- **strategische und operative Pläne** sollen finanzielle und nachhaltigkeitsbezogene Ziele umfassen
- das **Risikomanagement- und interne Revisions- / Kontrollsyste** muss auch auf nachhaltigkeitsbezogene Belange ausgerichtet werden
- Die Geschäftsführung soll gemeinsam mit den Führungskräften und den Beschäftigten ein **Unternehmensleitbild entwickeln**, das Fragen der **Integrität und Compliance** abbildet und auf die **Charta der Vielfalt** Bezug nimmt.
- Die Geschäftsführung soll gemeinsam mit den Führungskräften eine **gleichstellungsfördernde, tolerante und diskriminierungsfreie Kultur** im Unternehmen mit gleichen Entwicklungschancen gewährleisten

Klimaneutrale Stadt 2035

Düsseldorf strebt für 2035 Klimaneutralität an, was mit **2t CO₂ pro Person pro Jahr** definiert ist. Das bedeutet für uns gemäß Rahmenplan der Stadt zur Zielerreichung eine **Reduktion um 67% gegenüber 2016**

Im Rahmen des Klimapaktes sind wir zur Abgabe von Klimazielen und **Offenlegung eines Pfades** zur Zielerreichung bis Ende 2023 verpflichtet.

Ratsbeschlüsse und Handlungsfelder mit ausdrücklicher Nennung der stadt.
Beteiligungen

Wärmewende bei Neubauten und Sanierungen

Solaroffensive

Nachhaltiges Bauen nach DGNB-Standards

Weitere relevante Handlungsfelder

Mobilität

Biodiversität

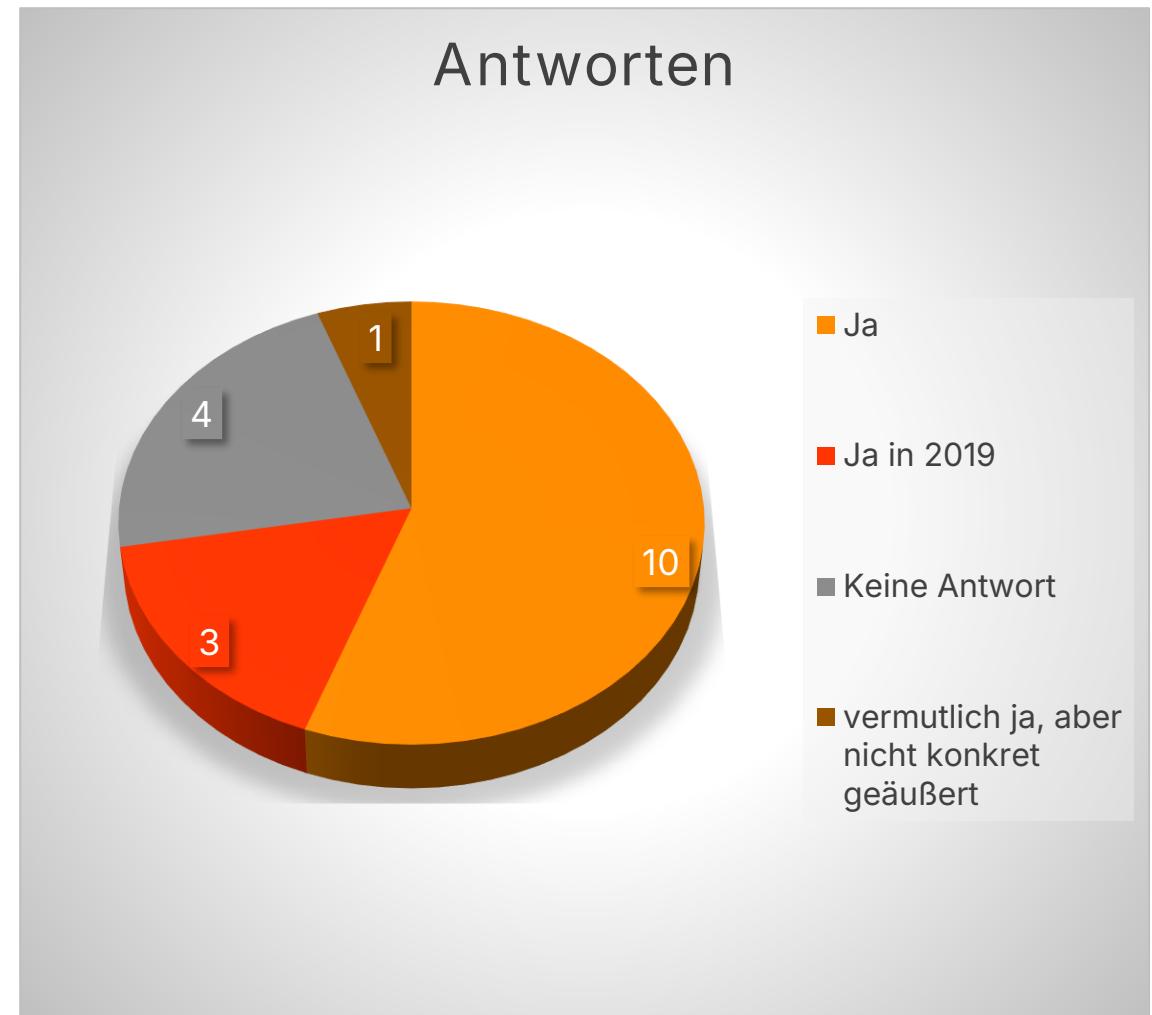
Abfallwirtschaft

Nachhaltige Beschaffung

Hohe Relevanz für unsere Kunden: Ökologische Themen sind zentrale Herausforderungen

Ressourceneffizienz
Kreislaufwirtschaft
Energieeffizienz
Dekarbonisierung

10 Projekte geben an, ökologische Nachhaltigkeit sei grundsätzlich ein Thema für ihre Kunden, ein weiteres vermutet, dass das Thema relevant sei. Weitere drei Projekte von denen in 2022 keine Rückmeldung erfolgte, haben dies schon 2019 positiv beantwortet.



Selbstverpflichtung durch Brancheninitiativen



Net Zero Carbon Pledge for the Events Industry | October 2021

Following best available science on the impacts of climate change, we acknowledge that there is an urgent need to accelerate the transition towards global net zero emissions, and for the events industry to play its part in helping to deliver the goals of the Paris Agreement and ensuring a just transition.

Recognising that the events industry is comprised of a complex and fragmented mix of stakeholders from across the globe, we acknowledge that while individual companies and organisations may take specific actions to minimise their carbon impact, to drive meaningful progress a system-wide approach is also needed.

In this context, my organization commits to support the goal of net zero greenhouse gas (GHG) emissions by 2050, in line with global efforts set out by the Paris Agreement to limit warming to 1.5°C and reduce total global GHG emissions by 50% by 2030, and to actively promote and advocate for industry efforts throughout the value chain.

In pursuit of this aim, my organization undertakes to:

1. Before the end of 2023, publish the organisation's pathway to achieve net zero by 2050 at the latest, with an interim target in line with the Paris Agreement's requirement to reduce global GHG emissions by 50% by 2030

• Identify and prioritise actions to reduce emissions [such as energy management, water conservation, materials management, food and beverage waste reduction, housekeeping initiatives, sustainable procurement, stakeholder management and employee

2023, 2025, 2040: Deutsche Messewirtschaft setzt sich ehrgeizige Klimaschutzziele

Messen sind für Unternehmen weltweit Marktplätze zum Austausch von Produkten und Dienstleistungen, aber auch um neue Kooperationen einzugehen und Innovationen zu vermarkten. Messen sind Treffpunkte, auf denen Branchenpartner als Problemlöser gemeinsam Wege in eine nachhaltige Zukunft bereiten. Messen sind Ideenschränke, um an wirtschaftlichen Lösungen zur Bekämpfung der Klimakrise zu arbeiten, sie sind Teil der Lösung auf dem Weg zu einer klimaneutralen Wirtschaft.

Die deutsche Messewirtschaft unterstützt vollumfänglich die Ziele des Pariser Abkommens, die Erderwärmung auf 1,5 Grad zu begrenzen. Aufbauend auf die vielen vorhandenen Klimaschutzmaßnahmen der zahlreichen Akteure in der Messewirtschaft wollen wir als Branche unseren Beitrag leisten, damit die Klimaziele erreicht werden. Dabei handeln wir nach dem Grundsatz „Vermeiden vor Reduzieren vor Kompensieren“. Die deutsche Messewirtschaft bekennt sich zudem zu den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen als Leitplanken für die eigene Unternehmenspraxis und verpflichtet sich in einem ersten Schritt zur Umsetzung der folgenden Maßnahmen:

Klimaneutralität bis 2040

Wir werden unsere CO2-Emissionen kontinuierlich reduzieren.

Die deutsche Messewirtschaft ist bis 2040 klimaneutral.

Erwartungen weiterer Stakeholder

- Strukturen schaffen, z. B. zur Trennung von Abfällen
- Vorgaben machen, z. B. zur Zulassung von Materialien oder Dienstleistern
- Nachhaltige Angebote machen, z. B. Standbaupakete, Anreise
- Beratung und Hilfestellung geben, z. B. zu nachhaltigerer Messeteilnahme
- Informationen und Wissen vermitteln, z. B. zu relevanten Themen/ Herausforderungen der Branchen: aktuell insbes. Ressourceneffizienz, Kreislaufwirtschaft, Energieeffizienz, Dekarbonisierung
- Selbst verantwortungsvoll und nachhaltig agieren, Umweltauswirkungen verringern
- Compliance mit Umweltstandards und Menschenrechtskonventionen

„stakeholders want to see
accelerating change“

SISO Studie

„Finding the future together“

Wesentliche Themen

Bewertung der Wesentlichkeit

Themen-Longlist	Doppelte Wesentlichkeit	Externer Abgleich	Interner Abgleich
<ul style="list-style-type: none">• ESRS• GRI G4: Event Organizers Sector Disclosures• ISO 20121: Nachhaltige Veranstaltungen• Leitfaden für nachhaltige Veranstaltungen des UBA• SDG inkl. Unterziele	<ul style="list-style-type: none">• Inside-Out: Auswirkungen und Risiken durch die Unternehmensaktivität auf Umwelt und Menschen• Outside-In: Auswirkungen, Risiken und Chancen durch externe Faktoren für die Unternehmensaktivität	<ul style="list-style-type: none">• Net Zero Carbon Events Initiative• AUMA-Arbeitskreis• Berichte und Veröffentlichungen von Wettbewerbern• SISO-Studie „Finding the Future together“• Expertengespräche• BAUM MA-Umfrage	<ul style="list-style-type: none">• Gespräche mit Fachkollegen• Begleitung DC Green-Globe Audit• Mitarbeiterbefragung

Doppelte Wesentlichkeit

Impact Materiality (Inside-out)



Financial Materiality (Outside-in)

Outside-In: Risikobetrachtung

Regulatorische Risiken

- Strafen bei Nichterfüllung von steigenden Berichts- oder Sorgfaltspflichten
- Steigende Kosten durch politische Maßnahmen, z. B. Zukauf CO₂-Zertifikate, Anwohnerparkausweise
- Wasserrationierung auf Grund von Wassermangel
- Drohendes Verbot aktuell genutzter Kältemittel
- Steigende Kreditkosten bei mangelhaftem Nachhaltigkeitsrating

Reputationsrisiken

- Zunehmende „Ächtung“ bestimmter Branchen und Themen
- Recruitingprobleme wegen „schmutzigem“ Image von Messen und mangelndem Diversity-Commitment
- Störung der Abläufe wegen Protesten gegen Themen unserer Messen
- Messegäste aus Ländern mit Verstößen gegen Menschenrechte
- Sinkende Akzeptanz in der Stadt wegen hoher Umweltauswirkungen

Physische Risiken

- Unterbrechung von Veranstaltungen oder Lieferketten und Flug- oder Bahnverkehr durch Extremwetterereignisse
- Überschwemmung wegen Hochwasser oder Starkregen
- Niedrigwasser gefährdet Boot-Anlieferung
- Steigende Versicherungsprämien bei zunehmenden Extremwetterereignissen
- Gesundheitliche Probleme von Mitarbeitenden und Besuchern wegen extremer Hitze

Transitorische Risiken

- Sinkende Bereitschaft zu Flugreisen – CO₂-Budgets in Unternehmen
- Steigende Anforderungen hinsichtlich Nachhaltigkeit von Ausstellern
- Steigende Anforderungen hinsichtlich Nachhaltigkeit von Gastveranstaltern und Auftraggebern (BMWK, DOSB)

Sehr hoher Energiebedarf



Kälteverteiler



Lüftungszentrale

Laufende Modernisierungen: Unser neues Headquarter



Nachhaltigkeitsthemen in unserem Unternehmensbetrieb

- Abfall
- Arbeitssicherheit und BGM
- Arbeitsverträge/Gehälter
- Baumaßnahmen
- Begrünung/Biodiversität
- Beschaffung von Büromaterial und Verbrauchsgütern (Materialien, Herkunft, Arbeitsbedingungen)
- Compliance
- Dienstreisen
- Digitalisierung und IT
- Energieverbrauch
- Fuhrpark
- Investitionen/Anlagen
- Mitbestimmung
- Mobilität der Mitarbeitenden
- Reinigung
- Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben
- Vielfalt und Chancengerechtigkeit
- Wasserverbrauch
- Werte/Ethik/Geschäftsbeziehungen
- Winterdienst

Hohes Abfallaufkommen

- Abfälle aus Standbau
- Sonderabfälle (z. B. Kühlmittel, Weinflaschen)
- Produktionsabfälle
 - Glas
 - Kunststoffe
 - Papier
 - Verpackungen
- Lebensmittelreste & -abfälle
- Siedlungsabfälle (von Kunden)
- Siedlungsabfälle in der Verwaltung



Viele internationale Reisen

Ausstellende
Unternehmen
gesamt

24.639

Auslandsanteil
76 %

Besucherinnen und
Besucher gesamt

1.040.243

Auslandsanteil
39 %

Hoher Transportbedarf



Viele Werbemittel/Printprodukte



Side-Events – Veranstaltungstechnik



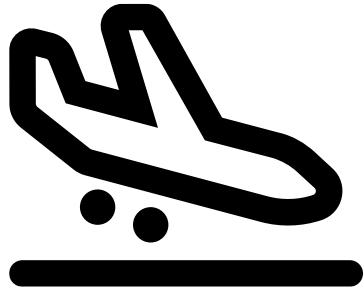
Side-Events – Catering



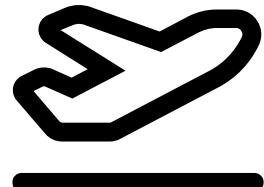
Shuttleservice



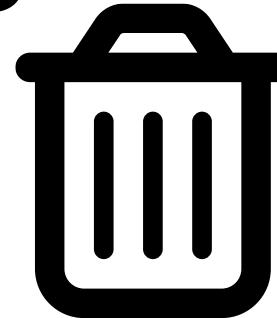
Beispiele für unsere Umweltauswirkungen



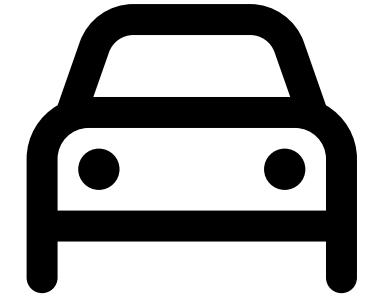
360.459 internationale Kunden in 2023 (ohne BeNeLux)



Rd. 560 dienstliche Flüge in 2023



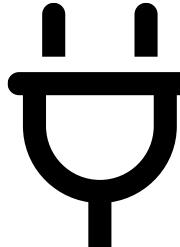
rd. 9.000 t Abfall jährlich



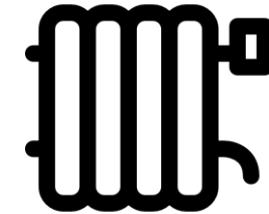
jährlich zwischen 500.000 und 600.000 PKW



jährlich ca. 100.000 LKW



29.063.388 kWh Stromverbrauch in 2023

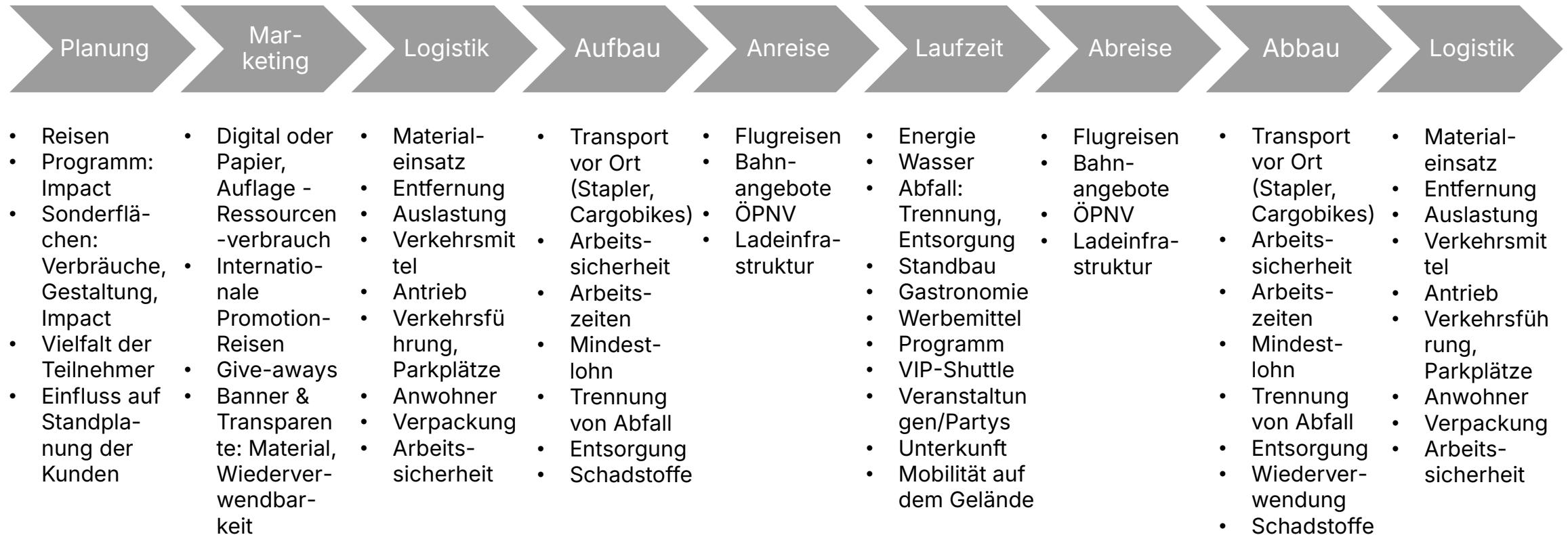


19.561224 kWh Heizenergie in 2023

CO₂

2023 ca. 3.500 t CO₂ in Scope 1

Nachhaltigkeitsthemen in unserer Veranstaltungs-Wertschöpfungskette



Unser Einfluss ist begrenzt – alleine geht es nicht

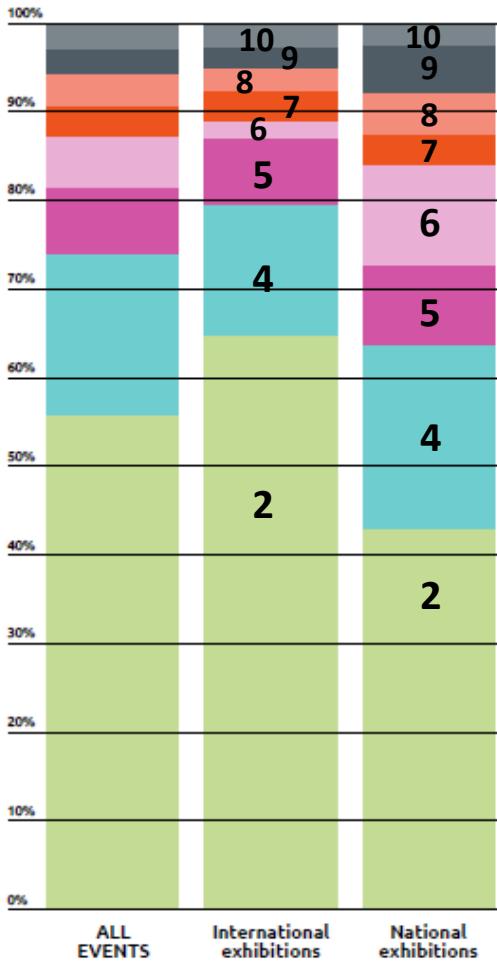


Emissionsübersicht französischer Events

Inkl. Anreise &



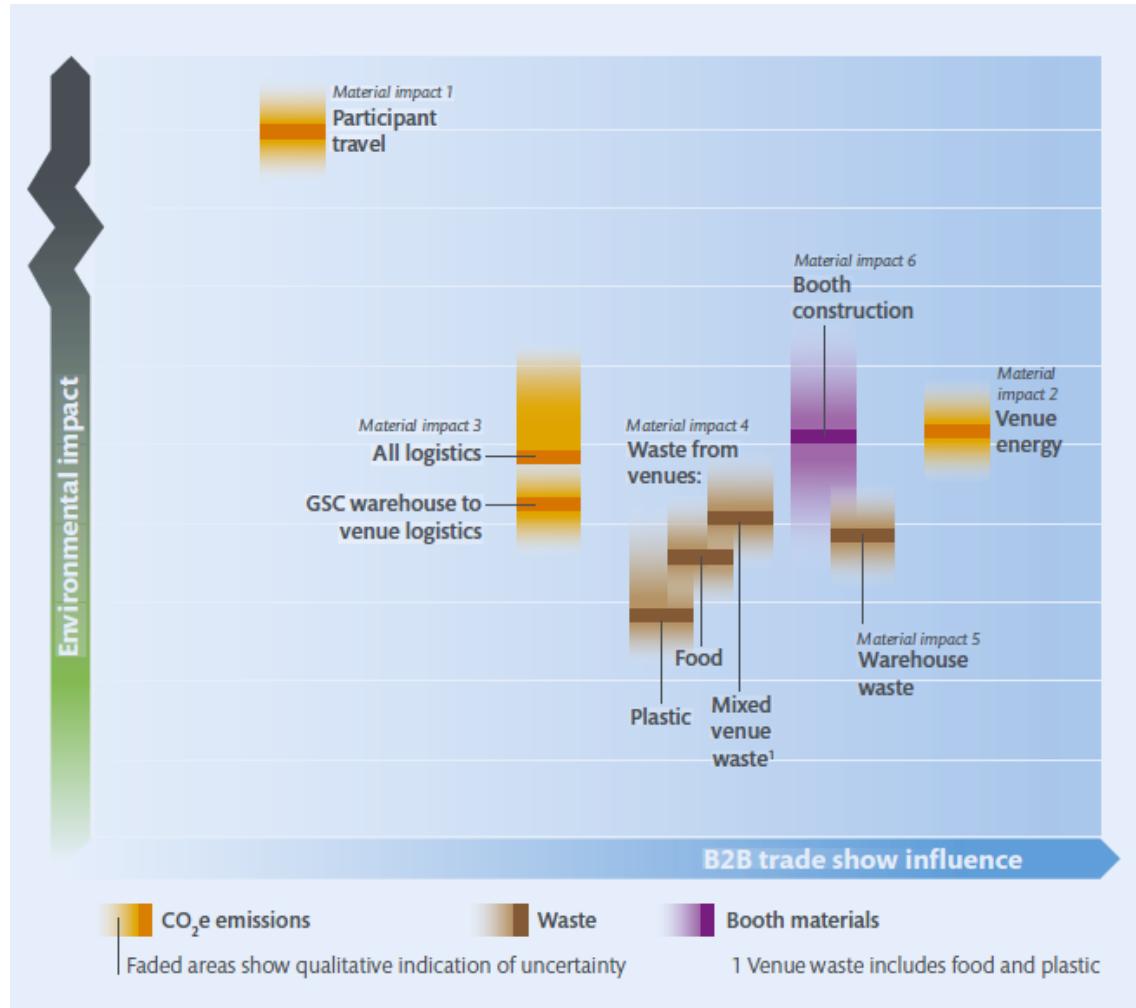
Ohne Anreise &



Emissionsursachen (nach Relevanz)

1. Teilnehmermobilität (auch bei nationalen Messen)
2. Standbau und Produktion
3. Unterbringung
4. Catering
5. Logistik
6. Venue Energie
7. Kommunikation/Werbung
8. Sonstige
9. Abfall
10. Immaterielle Dienstleistungen (digitale Aktivitäten, Streaming, Datentransfer etc.)
11. Wasser

SISO-Studie „Finding the Future“ Höhe der Auswirkungen und Beeinflussbarkeit



Quelle: SISO Studie: „Finding the Future together“

Themenpriorisierung NZCEI

Sehr hohe Priorität

- Venue Energie, Heizung, Kühlung
- Allgemeiner Abfall
- Produktions-/Aufbau-Abfall

Hohe Priorität

- Standbau
- Produktionsmaterialien
- Produktion und Transport von Speisen und Getränken
- Logistik/Fracht
- Teilnehmer-Mobilität
- Lebensmittelabfall/-verschwendungen

Mittlere Priorität

- Papier
- Werbematerial/Merchandise
- Aussteller- und Mitarbeiter-Mobilität

Kriterien für Priorisierung

- Höhe der Umweltauswirkungen
- Beeinflussbarkeit
- Bedeutung: Relevanz für Stakeholder/Erwartungshaltung

Industry Priority Action Areas

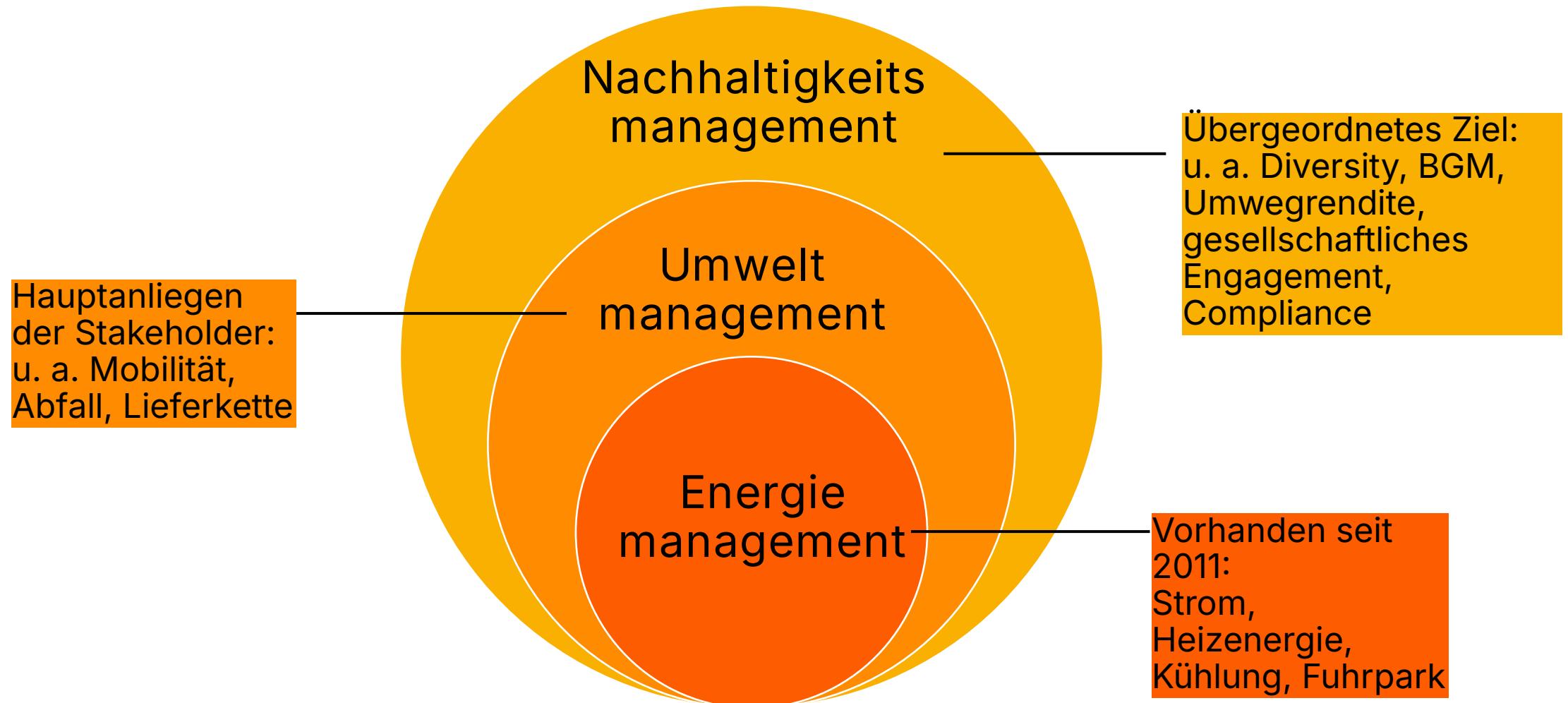
- Energy
- Production & Waste
- Food & Food Waste
- Freight & Logistics
- Travel

Ökologische Themen sind „gesetzt“

Der **Klimawandel** und die mit ihm einhergehenden Herausforderungen stehen **im Zentrum der regulatorischen Anforderungen** an die Messe Düsseldorf und sind zudem die **zentralen Themen für alle Branchen**.

Sowohl in der **Außenwahrnehmung** (Corporate Ebene) als auch aus **Kundensicht** (Veranstaltungsebene) haben Themen die damit zusammenhängen, vor allem Energie- und Ressourceneffizienz, **höchste Priorität**.

Höchste Priorität aktuell aus Stakeholdersicht: Minimierung der Umweltauswirkungen



Outside-In: Chancenbetrachtung

In allen Industrien großer Informations- und Investitionsbedarf in neue Technologien und Anlagen wegen EU-Klimazielen und hoher Kosten für Energie und Ressourcen.

Transformation erfordert Zusammenarbeit entlang der gesamten Wertschöpfungsketten

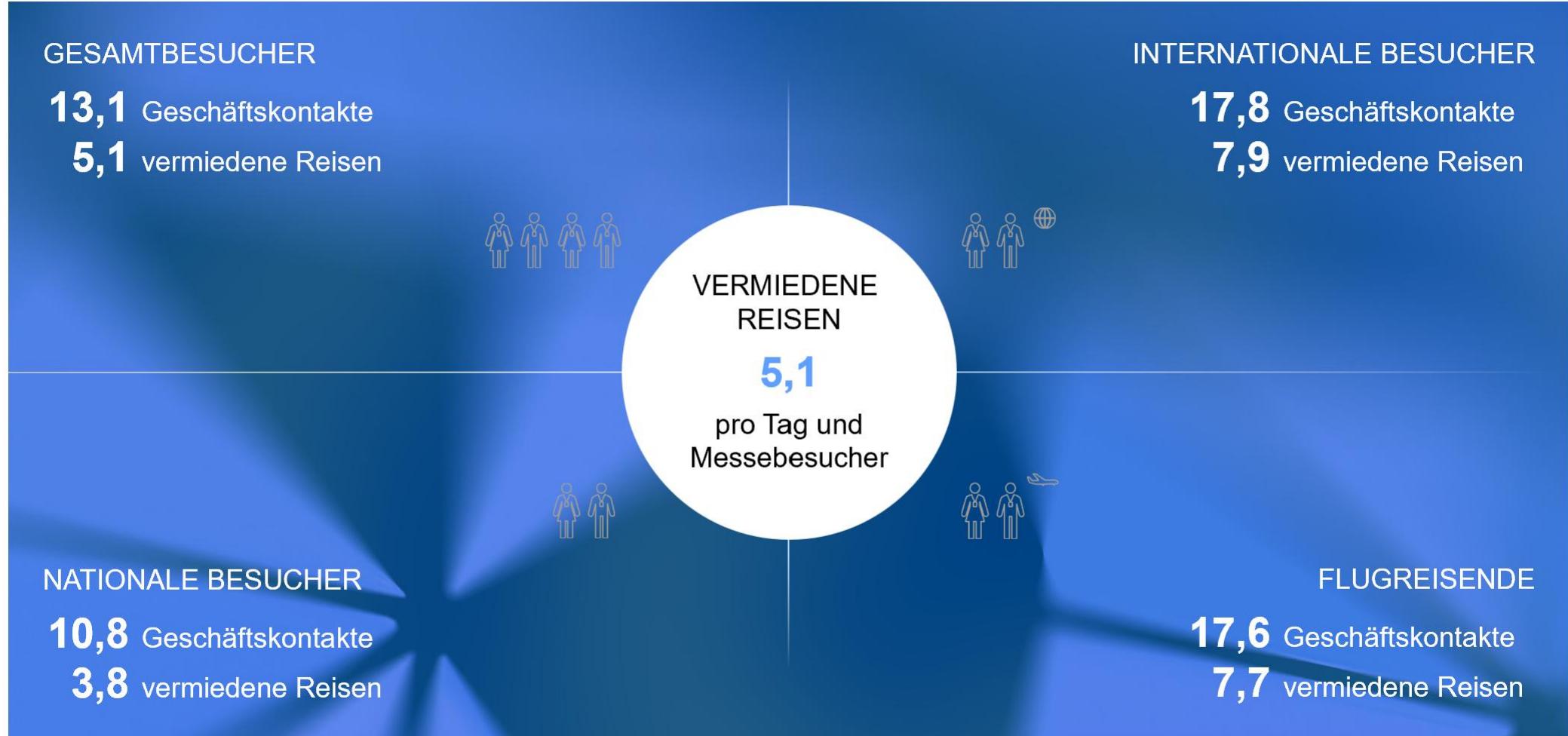
Gesetze stellen Branchen vor konkrete Herausforderungen und terminierte Ziele (Bsp.: Laut EU-Kunststoffstrategie dürfen ab 2030 nur noch Kunststoffverpackungen auf den Markt kommen, die zu einhundert Prozent recyclingfähig sind)

Knappe Budgets in allen Unternehmen: Zeit, Geld, zukünftig auch Emissionen

Entstehung neuer Wachstumsmärkte (Kreislaufwirtschaft, regenerative Energien, Dekarbonisierung, nachhaltige Mobilität etc.)

- Relevanz von Messen als Plattformen für Innovationen und neue Technologien
- Relevanz von Messen als Orte hochwertiger Wissensvermittlung
- Relevanz unserer Leitmessen als : Treffpunkte der gesamten Branchen
- Chance durch Aufgreifen aktueller Herausforderungen in Schwerpunkten und Sonderschauen (Bsp: Sonderschau „design for recycling“ bei der interpack 2026)
- Chance für Messen als „Effizienztool“ durch die Verdichtung von Terminen und Nutzen
- Chance für die Entwicklung neuer Veranstaltungen und Produkte

Reiseersparnis durch Messen



Unser Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung

Wir stellen das, was wir am besten können, in den Dienst der Nachhaltigkeit:

- Wir bringen Menschen zusammen und **vernetzen** sie.
- Wir bieten **Plattformen zur Vermittlung von Wissen** und schaffen eine Schnittstelle zwischen Wissenschaft/Forschung und Praxis.
- Wir bieten **Plattformen für innovative Technik** und **Innovationen für mehr Ressourceneffizienz und Nachhaltigkeit**, wir leisten **Exorthilfe** für diese Innovationen und helfen so bei der Transformation der Wirtschaft.



Positiver Impact durch Initiativen und Veranstaltungen



SDG Fußabdruck und Handabdruck



Unsere Nachhaltigkeits- strategie

Fußabdruck runter, Handabdruck rauf

Mit unseren Veranstaltungen wollen wir Wirkung erzeugen – bei gleichzeitig möglichst geringen Auswirkungen auf die Umwelt.

Wir geben nachhaltigen Themen und Innovationen einen immer größeren Raum bei unseren Veranstaltungen.

Wir fördern die Vernetzung und den Diskurs zur Erreichung der SDGs.



Wir messen unsere Umweltauswirkungen und setzen uns ambitionierte Ziele, sie zu verringern.



Wir verankern Nachhaltigkeit noch tiefer, breiter und wirkungsvoller in der Unternehmensaktivität und allen Prozessen.

Über den Status Quo und unsere Fortschritte berichten wir transparent und regelmäßig.

Unser Nachhaltigkeitsansatz

Unsere Vision

- Nachhaltige Veranstaltungen mit Transformationswirkung

Unsere Werte

- Respektvoll. Aufgeschlossen.
Partnerschaftlich.
- Entschieden. Anspruchsvoll. Passioniert.
- Kompetent. Solide. Verlässlich.

Unser Ansatz

Als Treffpunkt der ganzen Wertschöpfungskette und Marktplatz für Innovationen und Diskurse erzeugen wir auf möglichst nachhaltigen Veranstaltungen größtmöglichen Impact. Dafür minimieren wir unsere Umweltauswirkungen und Ressourcenverbräuche und integrieren Nachhaltigkeits-Content auf allen Veranstaltungen.

So leisten wir einen Beitrag zur Transformation.

2 Handlungsebenen, 4 Bausteine

Corporate

Minimierung der Umweltauswirkungen auf Unternehmensebene (übergeordnete Tätigkeiten, Prozesse, Infrastruktur)

Veranstaltungen

Minimierung der Umwelt- auswirkungen aus der Durchführung unserer Messen

Minimierung der Umwelt- auswirkungen aus der Teilnahme Dritter an unseren Messen (Angebote für Kunden)

Leitmessen als Plattformen für nachhaltige Innovationen und Bildung

Unsere zentralen Handlungsdimensionen

**Planet.
People.
Performance.
Governance.**



Unsere Nachhaltigkeitsstrategie umfasst vier **zentrale Handlungsdimensionen**. In diesen vier Dimensionen konzentrieren wir unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten auf dreizehn Fokusthemen, die wir mit konkreten Zielbildern hinterlegt haben. So stellen wir sicher, dass wir Nachhaltigkeit in unseren strategischen Managementprozess integrieren und leisten einen Beitrag zur Erreichung unserer acht wesentlichen SDGs. Mit Engagement, Zielstrebigkeit und Leidenschaft.



Unsere wesentlichen SDGs



Planet

Umweltauswirkungen und Ressourcenverbräuche verringern
Fokus Themen:

- Energie & Emissionen
- Kreistaufwirtschaft & Ressourcen
- Gelände & Gebäude

People

Menschen zusammenbringen und befähigen
Fokus Themen:

- Wissen & Bildung
- Diversität & Chancengerechtigkeit
- Begegnung & Vernetzung
- Corporate Citizenship

Performance

Nachhaltig wachsen und Mehrwert generieren
Fokus Themen:

- Zukunftssichere Geschäftsfelder
- Plattformen für Nachhaltigkeit
- Regionale Wertschöpfung

Governance

Strukturen für verlässliche Standards sicherstellen
Fokus Themen:

- Compliance
- Nachhaltige Beschaffung & Lieferkettenmanagement
- IT-Sicherheit & Datenschutz

Erster freiwilliger Nachhaltigkeitsbericht

- Bericht für 2023
(keine Zahlen oder Aktivitäten aus 2024, kein Ausblick auf aktuelle Projekte)
- Auskunft zu Selbstverpflichtungen und übergeordneten Zielen
- Darstellung der Strategie
- Gliederung in Dimensionen und Fokusthemen
(kein reiner Umweltbericht sondern umfassende Darstellung)
- Best Practices
- Erste Treibhausgasbilanz für 2023 und Vergleich mit Basisjahr 2019
(nur Standort Düsseldorf)

<https://www.messe-duesseldorf.de/nachhaltigkeitsbericht2023>



Unsere Treibhausgas- bilanz

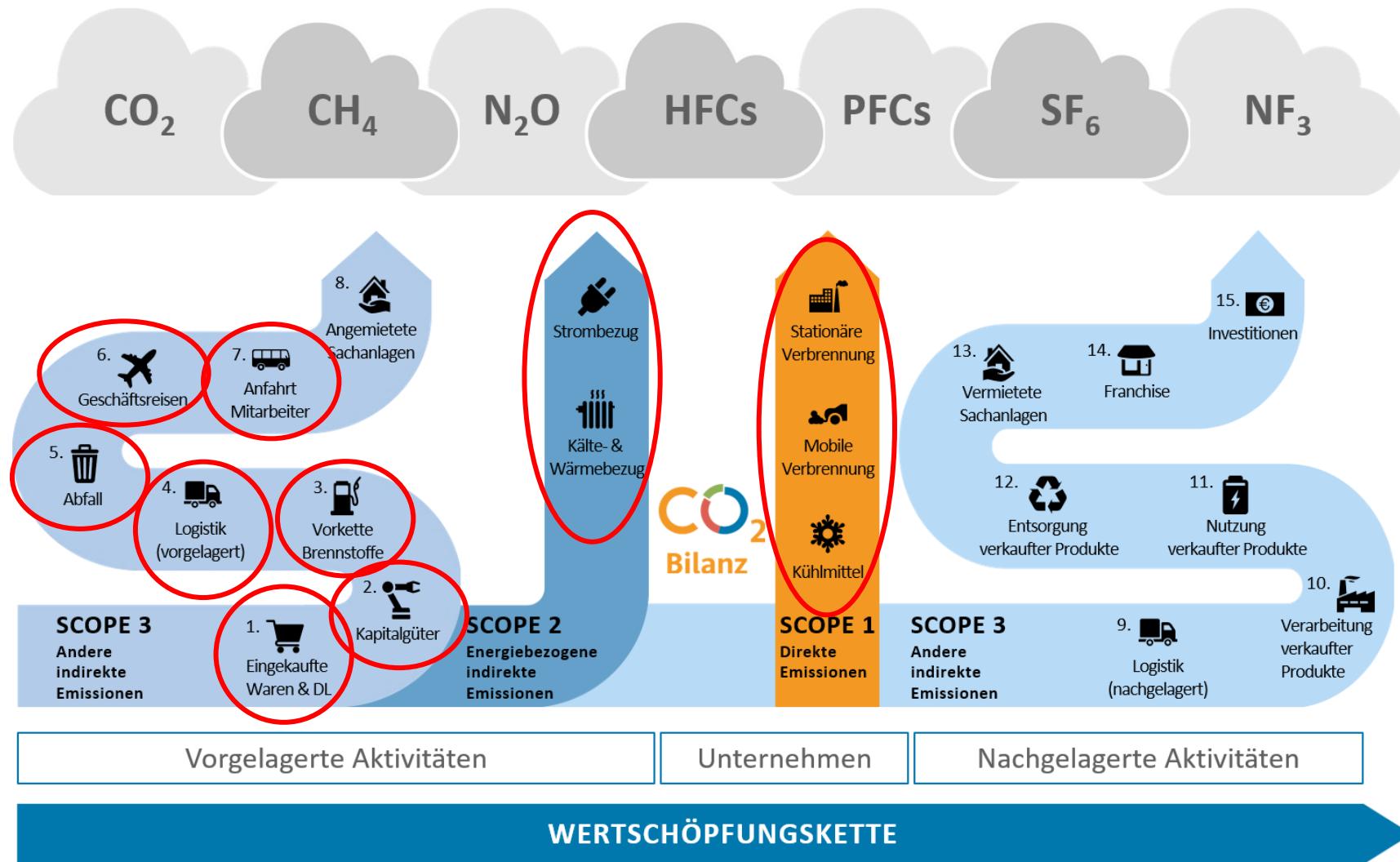
Wichtiger Meilenstein: Erste Treibhausgasbilanz

Das wurde erfasst

Treibhausgasbilanzen für Basisjahr 2019 und 2023 (nur Standort Düsseldorf)

- Emissionen aus Scope 1 (Heizenergie, Kältemittel, Fuhrpark)
- Emissionen aus Scope 2 (Strom, BHKW-Wärme)
- Emissionen aus Scope 3 (= vor- und nachgelagerte Wertschöpfungskette)
 - 3.1 Eingekaufte Materialien (nur ausgewählte Kategorien)
 - Catering bei eigenen Corporate Veranstaltungen (Weihnachtsfeier, Karneval)
 - Bewirtung in Kurt Schoop Lounge, Presse Center und Casino
 - Shuttle-Busse
 - Wasser
 - Externe Server
 - Transporte Allkom (Büromaterial)
 - Gabelstapler auf dem Gelände
 - 3.2 Kapitalgüter (nur ausgewählte Kategorien)
 - IT-Hardware
 - Fahrzeuge
 - 3.3 Energiebereitstellung/-verluste
 - 3.4 eigene beauftragte Transporte
 - 3.5 Abfall & (Ab-)Wasser
 - 3.6 Dienstreisen
 - 3.7 Mitarbeitendenmobilität / Arbeitswege

Erste Treibhausgasbilanz 2019 & 2023



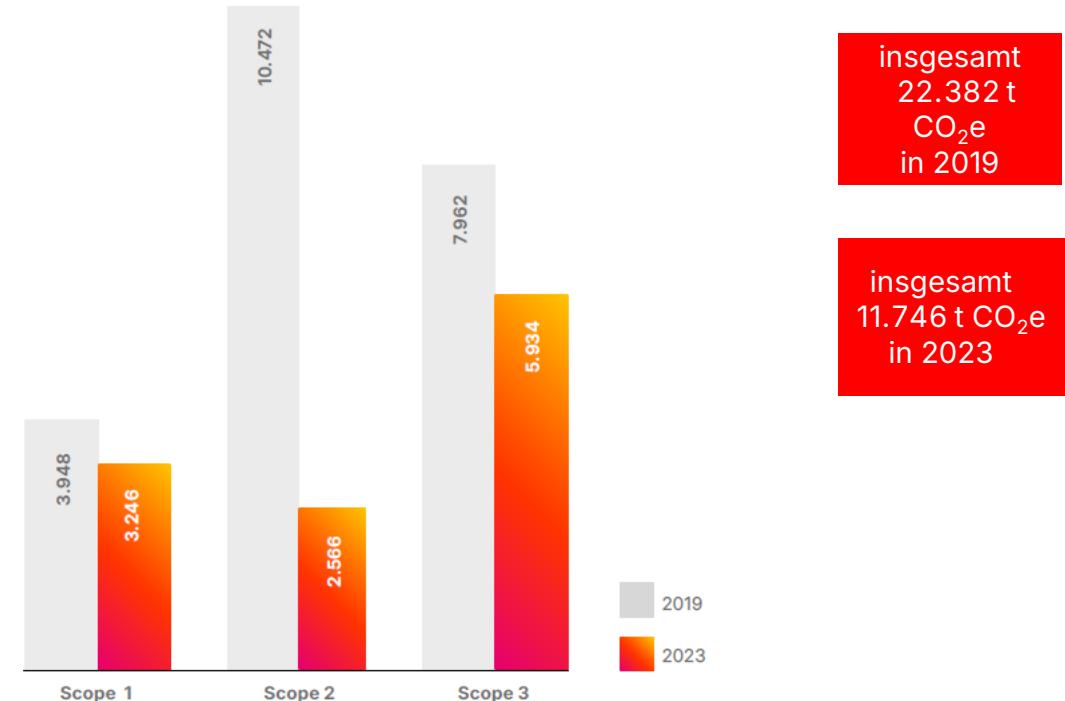
Der bisher erfasste Corporate Carbon Footprint

2019: 22.382 t CO₂

2023: 11.746 t CO₂

→ Reduktion um 48%

CO₂-Emissionen gesamt* nach
Scope 1,2 und 3 in t CO₂



insgesamt
22.382 t
CO₂e
in 2019

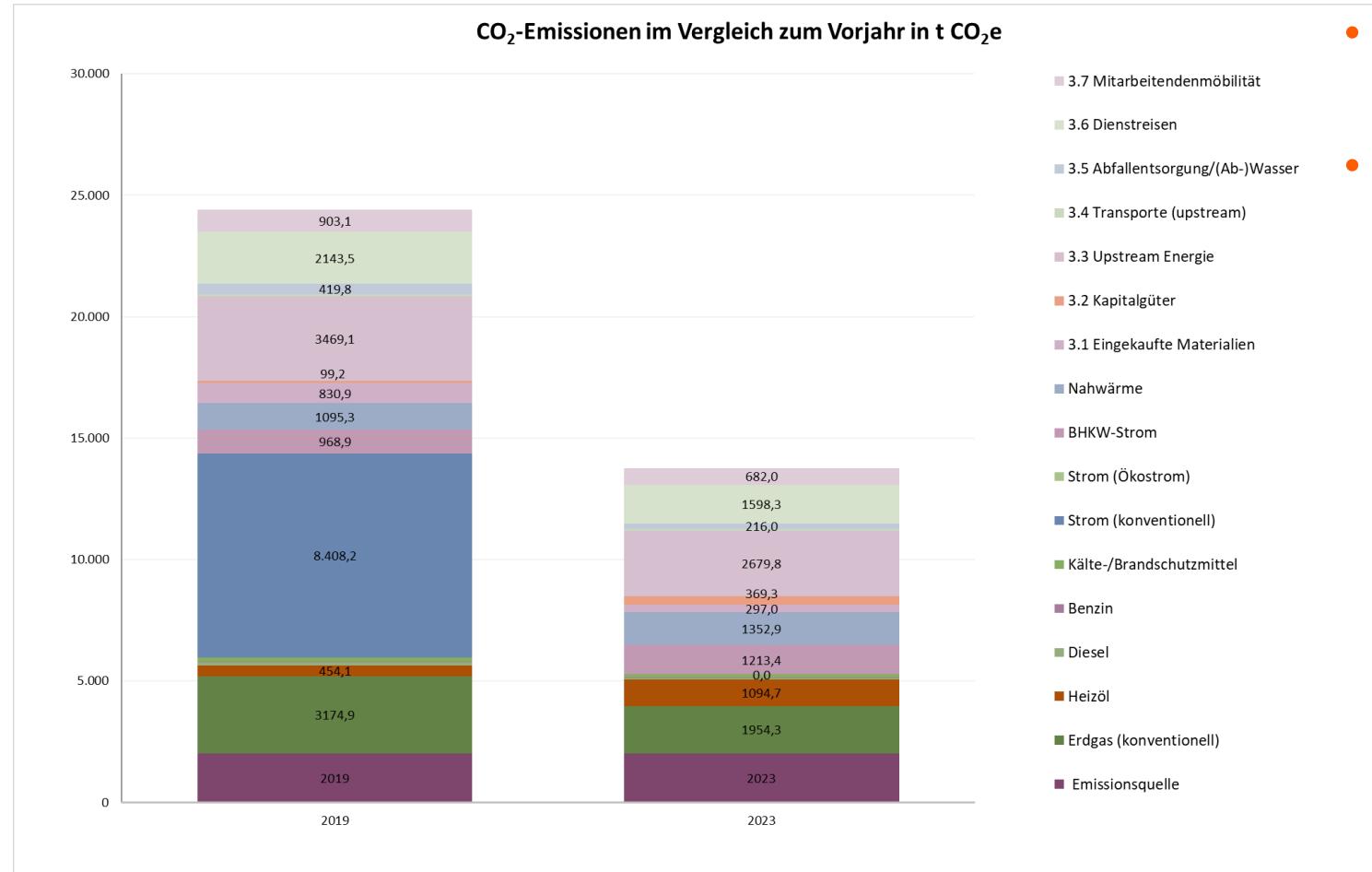
insgesamt
11.746 t CO₂e
in 2023

2019
2023

→ Größter Emissionsrückgang durch
Umstellung auf Ökostrom

Treibhausgasbilanz

Vergleich 2019 - 2023



- Hohe Emissionslast aus Dienstreisen (v. a. Flugreisen)
- Rückgang der Emissionen aus Arbeitswegen um 26%

Treibhausgasbilanz

Aussagekraft und Ausblick

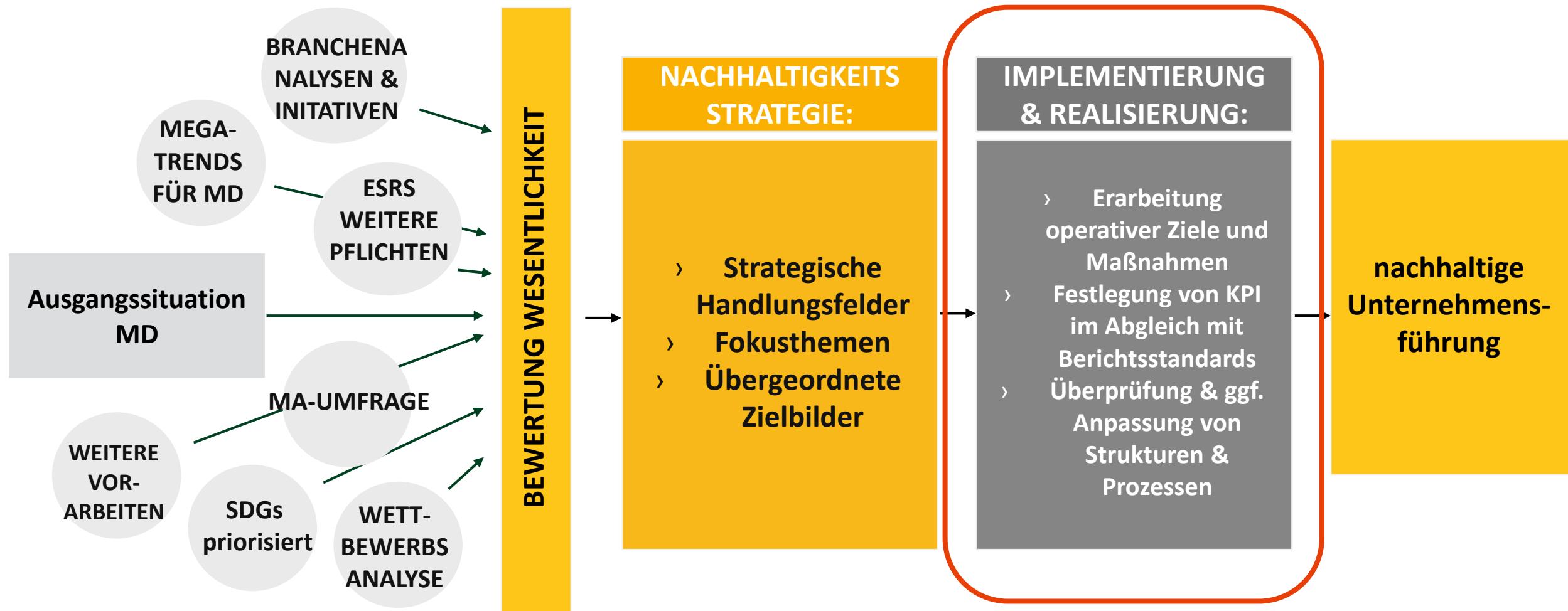
- Wichtiger erster Schritt, Grundlage für eine erste Reduktionsroadmap und Zielsetzung
- Aber: wesentliche Kategorien fehlen noch
 - Scope 3 Emissionen liegen deutlich über dem bisher erfassten Wert
- Ausweitung auf Gruppe notwendig
- Reduktionsziele sind pro Scope zu benennen und umzusetzen
- Gesetzeskonformer Anpassungsplan erst auf Basis der vollständigen Bilanz 2025 möglich

Bisher nicht erfasste Kategorien:

- Standbau
- Drucksachen
- IT- und Kommunikations-Dienstleistungen
- Reinigung und weitere Dienstleistungen
- Beratungen und weitere Agenturleistungen
- Emissionen aus Webseiten, Mailings, Streaming, etc.
- Hallengastronomie
- Standcatering
- Side Events
- Baumaßnahmen
- Büroausstattung
- Dienstreisen mit eigenem PKW
- Transporte von Exponaten
- An- und Abreise der Teilnehmenden
- Unterkunft der Teilnehmenden
- Investitionen: Anteilige Scope 1 & 2 Emissionen von Beteiligungen < 100% (SNIEC, Ankiros)

Unser Vorgehen

Strategieentwicklung CSR aktuell



31 übergeordnete Zielbilder definieren unseren Anspruch

Strategische Handlungsfelder	Fokusthemen	SDGs	Übergeordnete Zielbilder
PLANET	Energie & Klimaschutz	SDG 13; SDG 7	Im Rahmen unseres Energiemanagementsystems optimieren wir kontinuierlich die Energieeffizienz und stellen unsere Wärmeversorgung zukunftsfähig auf.
		SDG 13	Wir reduzieren die Emissionen aus unserem Geschäftsbetrieb mit dem Ziel der Klimaneutralität 2040.
		SDG 13; SDG 7	Wir nutzen die Potenziale unseres Geländes zur Erzeugung erneuerbarer Energien, um deren Anteil am Gesamteinsatz deutlich zu steigern.
		SDG 13; SDG 11	In Kooperation mit der Stadt Düsseldorf und den Verkehrsbetrieben schaffen wir Rahmenbedingungen für eine umweltfreundliche Logistik und Kundenmobilität bei unseren Veranstaltungen. Unser eigenes betriebliches Mobilitätsmanagement minimiert Emissionen aus Mitarbeitermobilität, Fuhrpark und Dienstreisen.
		SDG 13	Wir berücksichtigen physische und transitorische Klimawandelfolgen im Risikomanagement und stärken damit unsere Resilienz.
	Kreislaufwirtschaft & Ressourcen	SDG 13	Bei der Gestaltung von IT-Systemen und Anwendungen berücksichtigen wir neben Kundenutzen und Kosten auch die Reduktion des CO2 Fußabdrucks.
		SDG 12	Wir entwickeln innovative, nachhaltige Standalösungen für unseren Kunden und für unsere eigenen Stände und Sonderflächen.
		SDG 12	Gemeinsam mit unseren Gastronomiepartnern setzen wir auf ein nachhaltiges Catering und vermeiden Lebensmittelabfälle.
		SDG 12, SDG 6	Wir gehen sparsam mit der Ressource Wasser um und bekennen uns zu den Prinzipien der deutschen Wasserstrategie.
PEOPLE	Gebäude & Gelände	SDG 12	Nach den Prinzipien der Suffizienz und Effizienz minimieren wir unsere Ressourcenverbräuche.
		SDG 12	Wir verstehen Kreislaufwirtschaft als Schlüssel zur Nachhaltigkeit. Wir setzen Recyclingprodukte ein, schließen gezielt Materialkreisläufe und bieten die nötigen Strukturen für eine Wert erhaltende Trennung.
		SDG 12	Wir realisieren unsere Messen so umweltschonend wie möglich und sind damit Vorbild für unsere Stakeholder.
	Wissensmanagement & Bildung	SDG 12	Bei allen Baumaßnahmen berücksichtigen wir Nachhaltigkeitskriterien und orientieren uns an den Kriterien der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen in Übereinstimmung mit den Vorgaben der Landeshauptstadt Düsseldorf.
		SDG 11; SDG 15	In Übereinstimmung mit den städtischen Biodiversitäts-Zielen gestalten wir unser Gelände naturnah und achten auf den Schutz von Luft, Wasser und Boden.
	Diversität & Chancengerechtigkeit	SDG 4	Mit hochwertigen Aus- und Weiterbildungsangeboten sichern wir die Gewinnung und Bindung von kompetenten Mitarbeitenden. Wir setzen auf kontinuierliche, strategische Personalentwicklung, u. a. mit dem Ziel der internen Besetzung von Führungspositionen.
		SDG 4	Ein systematisches Wissensmanagement garantiert den reibungslosen Knowhow-Transfer an bestehende und zukünftige Mitarbeitende.
PERFORMANCE	Corporate Citizenship	SDG 10	Wir fördern Diversität und Vielfalt und verstehen sie als Erfolgsfaktor und Wettbewerbsvorteil. Wir schaffen ein diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld und achten auf Chancengerechtigkeit. Bei unseren Veranstaltungen streben wir an, auf Bühnen und Podien die Vielfalt der jeweiligen Branche abzubilden.
		SDG 10	Wir setzen uns für die Inklusion von Menschen mit Behinderungen ein. Wir achten auf die barrierefreie Gestaltung unseres Geländes und unserer Gebäude sowie auf die barrierefreie Zugänglichkeit unserer Veranstaltungen und digitalen Angebote.
	Begegnung & Vernetzung	SDG 8	Als verantwortungsvoller Arbeitgeber fördern wir die Leistungsfähigkeit und -bereitschaft sowie das Wohlergehen unserer Mitarbeitenden durch transparente Arbeits- und Vertragsbedingungen, einen wirksamen Arbeits- und Gesundheitsschutz und die Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben.
		SDG 11	Als Corporate Citizen sind wir aktives Mitglied der Stadtgemeinschaft an unserem Heimatstandort Düsseldorf und unterstützen gezielt lokale Initiativen, Projekte & Vereine.
	Zukunftssichere Geschäftsfelder	SDG 17	Unsere Leitmessen bieten nachhaltige und sichere Rahmen für Begegnungen und vernetzen die Player einer Branche entlang der Wertschöpfungskette. Daraus bilden sich neue und nachhaltige Partnerschaften.
		SDG 8	Mit unseren Veranstaltungen tragen wir direkt und indirekt maßgeblich zur Wirtschaftskraft und Sicherung von Arbeitskräften in der Stadt und der Region bei.
		SDG 9, SDG 12	Durch die Hervorhebung nachhaltiger Innovationen sowie mit gezielten Informations- und Programmangeboten zum Thema Nachhaltigkeit und zu den UN SDGs nutzen wir unsere Multiplikatorrolle und leisten einen aktiven Beitrag zu gesteigertem Nachhaltigkeitswissen.
		SDG 9	Wir besetzen sichtbar das Thema Nachhaltigkeit und positionieren uns durch transparente Nachhaltigkeitskommunikation und jährliche Nachhaltigkeitsberichte als verantwortungsvolles Unternehmen.
		SDG 9	Wir schaffen Mehrwerte für unsere Kunden und Mitarbeitende durch verantwortungsvoll gestaltete digitale Angebote.
GOVERNANCE	Nachhaltige Beschaffung & Lieferkettenmanagement	SDG 9	Bei der Entwicklung neuer Geschäftsfelder berücksichtigen wir neben wirtschaftlichen Erwägungen auch ökologische und soziale Aspekte. Wir steigern den Anteil von Veranstaltungen mit Nachhaltigkeitsbezug im Gesamtportfolio.
		SDG 8	Als „Basis for Business“ erschließen wir unseren Kunden durch die Teilnahme an einer unserer Leitmessen neue Kontakte, Geschäftschancen und Umsätze. Durch die Konzentration von Marktteilnehmern, Produkt- und Weiterbildungsangeboten erleichtern unsere Messen den Kunden eine möglichst effiziente Verfolgung verschiedener Interessen an einem Ort und tragen so zu Zeit-, Kosten und Emissionseinsparungen bei.
	Compliance	SDG 8	Wir bieten unseren Kunden höchste Servicequalität und entwickeln unsere Angebote gemäß den Bedürfnissen unserer Stakeholder stetig weiter. Auf diese Weise sichern wir die Zufriedenheit unserer Kunden und Partner und langfristige Geschäftsbeziehungen.
	IT-Sicherheit & Datenschutz	SDG 12	Wir achten konsequent und umfassend auf die Sicherheit der Daten unserer Kunden und Mitarbeitenden und optimieren stetig die Schutzmaßnahmen unserer IT-Infrastruktur.

Pragmatischer Bottom-up Ansatz



Unsere Klimaziele

Deutsches Klimaschutzgesetz und Selbstverpflichtungen in Brancheninitiativen

Deutsches Klimaschutzgesetz

- 2045: Netto-Treibhausgasneutralität

Net Zero Carbon Events Initiative (NZCE)

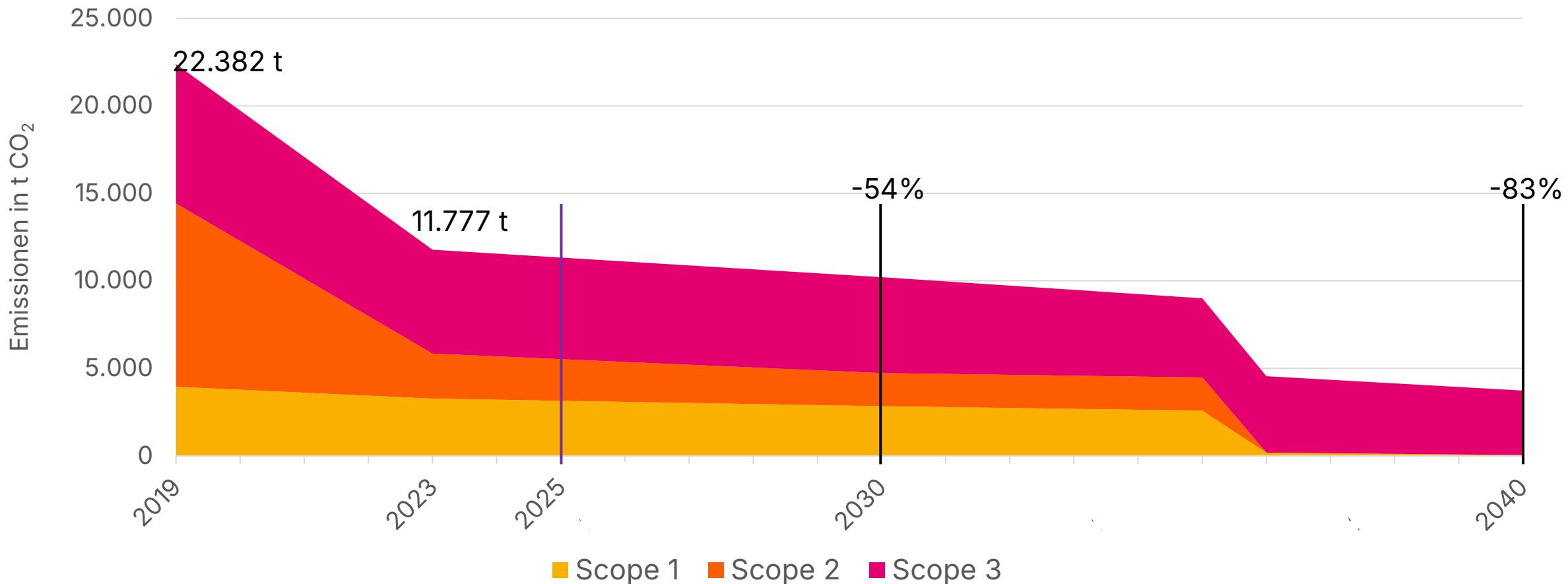
- 2050: Netto Null Emissionen
- 2030: Mindestens 50% Reduktion gegenüber eigenem Basisjahr (2019) – insgesamt, nicht pro Scope

Positionierung der deutschen Messewirtschaft („Auma-Ziel“)

- 2040: Klimaneutralität

Unser Dekarbonisierungspfad

Dekarbonisierung Scope 1, 2 & 3 basierend auf Annahmebasierter Zielsetzung 2019 - 2040



Deregulierung als Chance



Freiwillig und selbstbestimmt statt verpflichtend

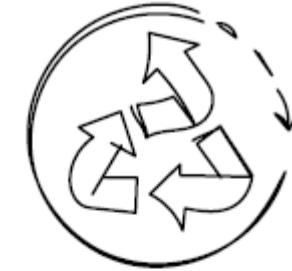


Das tun wir schon

Umweltschutz

Das tun wir schon

- Wir arbeiten schon seit 2010 mit einem **zertifizierten Energiemanagementsystem** kontinuierlich und erfolgreich an der Reduktion unserer eigenen Emissionen.
- Wir gestalten unser Gelände **Biodiversitäts-freundlich**:
 - Rasengittersteine auf den Parkplätzen
 - Ca. 10.000 qm Gründachfläche
 - Baumbestand auf den Parkplätzen
- Wir setzen **Wasserspararmaturen und -spülvorrichtungen** ein
- Wir integrieren **Nachhaltigkeitsthemen** in unsere Veranstaltungen
- Wir ermuntern auch unsere Kundinnen und Kunden, ihre **Meseteilnahme so nachhaltig wie möglich** zu gestalten und haben dafür einen **Kunden-Guide** aufgelegt:
www.messe-duesseldorf.de/nachhaltig-ausstellen



PLANET

- Energie & Emissionen
- Kreislaufwirtschaft & Ressourcen
- Gelände & Gebäude



11 NACHHALTIGE
STÄDTE UND
GEMEINDEN



12 NACHHALTIGE/R
KONSUM UND
PRODUKTION



13 MASSNAHMEN ZUM
KLIMASCHUTZ

Interner Guide

Das tun wir schon

Interner Guide für nachhaltigere Veranstaltungsorganisation

- Gliederung in **drei Projektphasen**
 - Vor der Messe
 - Auf der Messe
 - Nach der Messe
- Ansatzpunkte und Anregungen
- Ansprechpartner

Ziel: Auswirkungen und Alternativen klarmachen,
bewusst entscheiden

Corporate Social Responsibility

Klimaschutz | Sponsoring | Tafel | Nachhaltiger veranstalten

Für ein nachhaltigeres Messemanagement!

Nachhaltiges Handeln rückt bei der Realisierung unserer Veranstaltungen immer mehr in den Fokus. Entsprechend unserer CSR-Strategie denken wir Nachhaltigkeit schon in der Planungsphase mit, identifizieren Chancen zur Verbesserung und nutzen sie. Das Green Team Veranstaltungen hat für die verschiedenen Planungs- und Organisationsphasen einer Messe zahlreiche Ansatzpunkte identifiziert, an denen wir mit bewussten Entscheidungen für nachhaltige Lösungen einen Unterschied machen können.



Die untenstehenden Boxen bieten Ihnen Denkanstöße und konkrete Handlungsvorschläge, wie Sie mit Ihrem Projektteam dazu beitragen können, die Messe Düsseldorf von Event zu Event ein kleines bisschen nachhaltiger zu machen.

Vor der Messe

Auf der Messe

Nach der Messe

Vor der Messe

Planung & Vorbereitung

Platzierungsgespräche >

Dienstgänge >

Dienstreisen >

Werbematerial >

Anreisehinweise >

Energieverbrauch senken

Das tun wir schon



Photovoltaik-Anlagen

Das tun wir schon

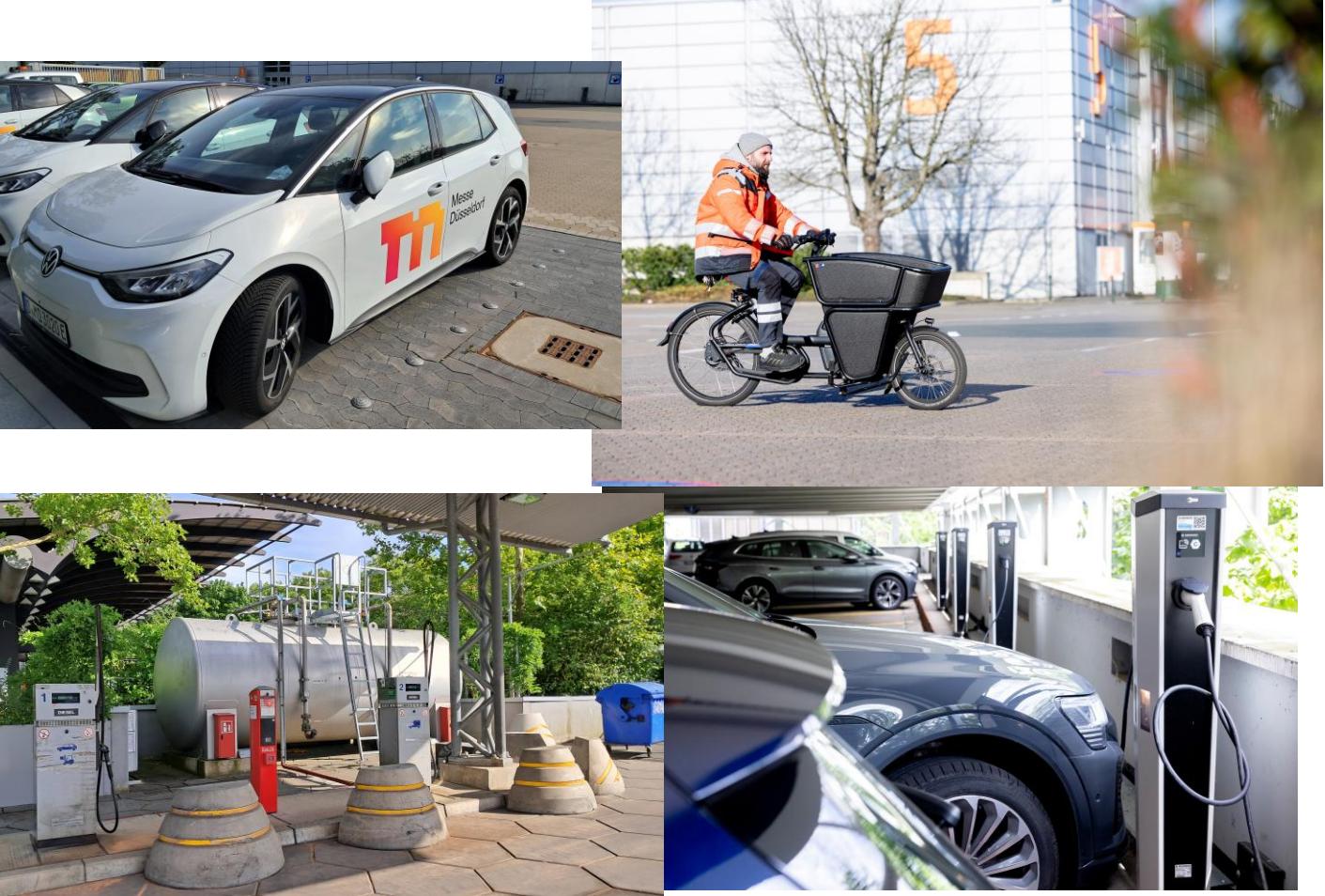
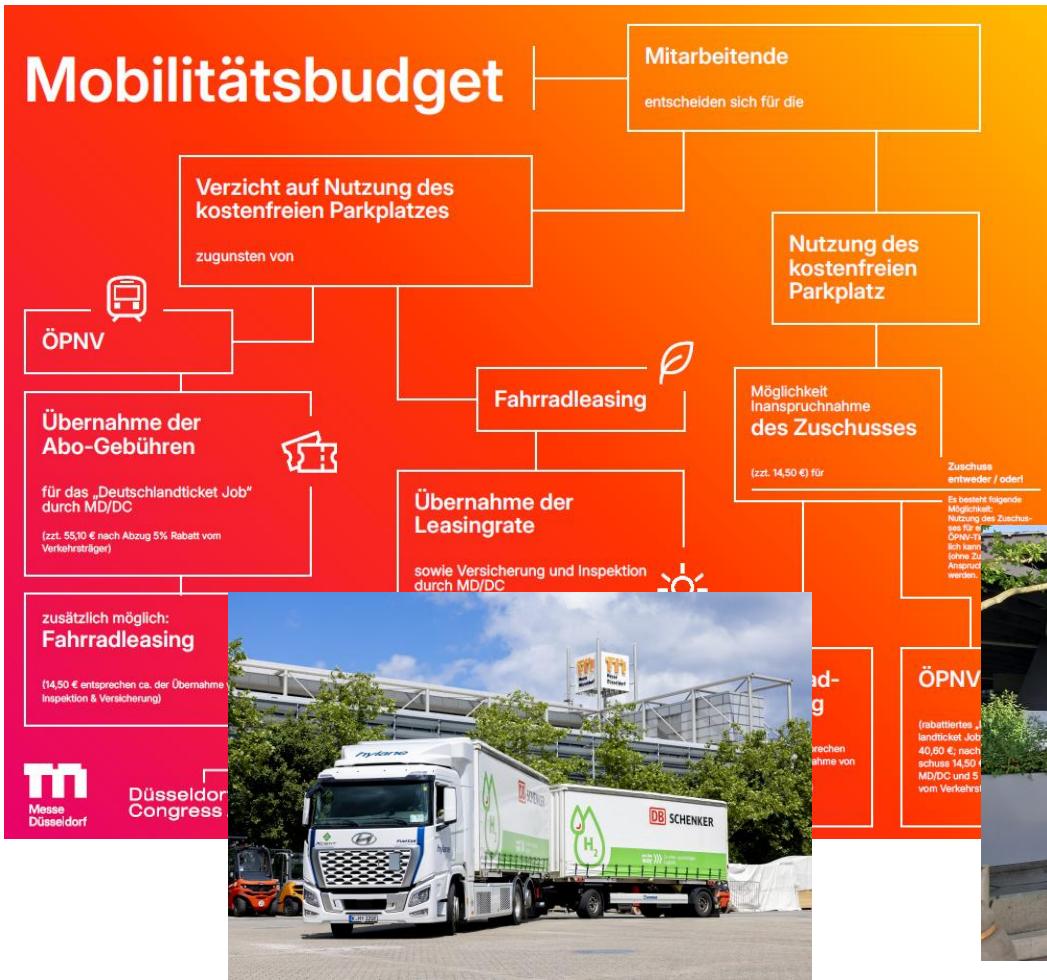
Im Bau

- Ca. 79.000 qm PV-Anlage auf sieben Hallendächern
- 5450 Kilowatt Peak
- Stromproduktion ab Q2 2026



Nachhaltige Mobilität

Das tun wir schon



Initiativen von Projekten

Das tun wir schon



Boot: Love your ocean



Interpack: SAVE FOOD Initiative



Boot: ocean tribute

Award

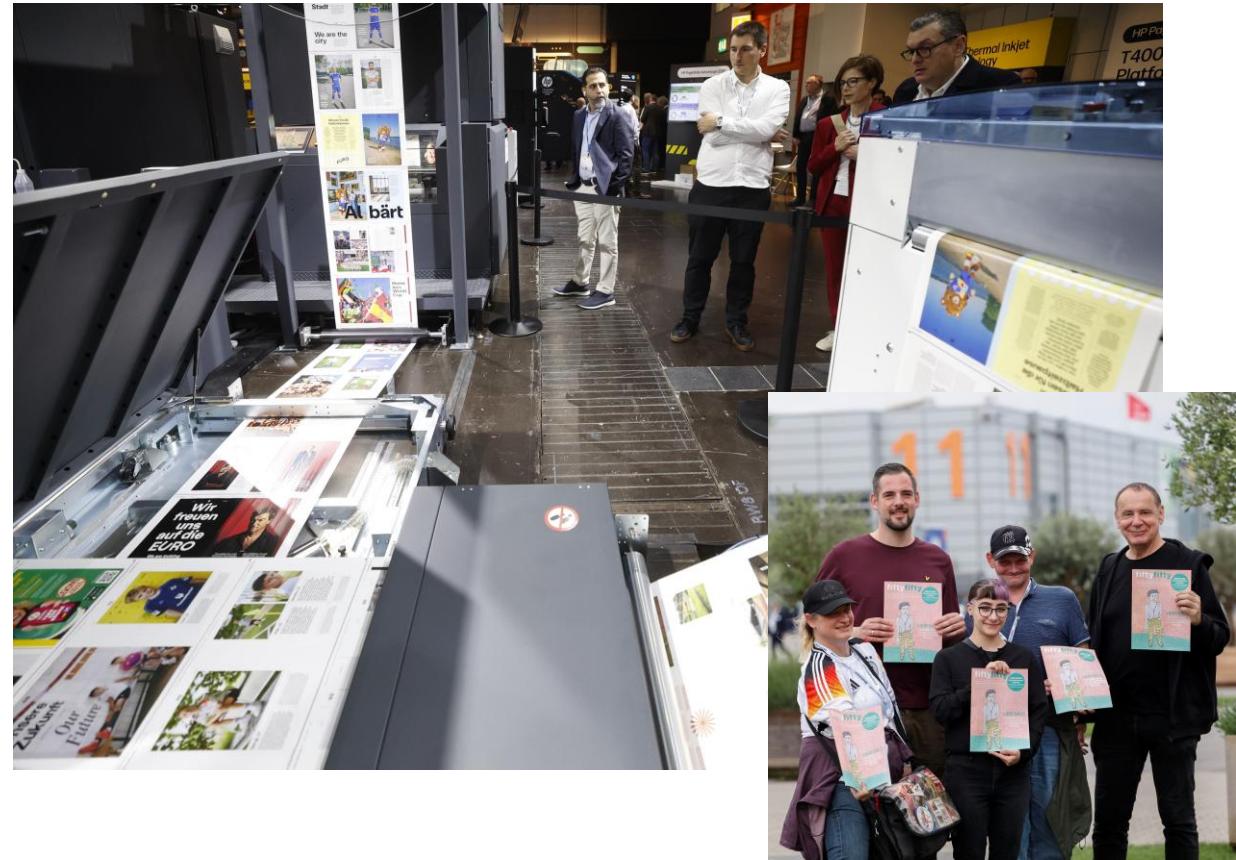
Druck von Fiftyfifty auf drupa 2024

Das tun wir schon

- Zur drupa 2016 ca. 550 t Papierabfälle aus Produktion während der Laufzeit

Initiative von HP, vermittelt von uns:

- Juli-Ausgabe des Obdachlosenmagazins Fiftyfifty
- Jahreskalender „Straßenhunde 2025“
- Aufkleber von Jacques Tilly
- Zusätzlich Papierspende an Düsseldorfer Kindertageseinrichtungen, Schulen und Gemeinden



Vereinbarkeit, Diversität, BGM

Das tun wir schon

- Wir haben vielfältige Arbeitszeitmodelle zur **Vereinbarkeit von Familie und Beruf** und bieten unseren Mitarbeitenden neben Kitaplätzen auch einen **Familienservice**
- Wir sind Unterzeichner der **Charta der Vielfalt**
- Wir sind Mitglied bei **Women in Exhibitions DACH (WIE)**
- Wir haben ein internes LGBTQ-Netzwerk **Proud@MD**
- Wir haben ein umfassendes **Betriebliches Gesundheitsmanagement**
- Unsere **Kantine** bietet gesunde, nachhaltige Gerichte an
- Unsere **Auszubildenden** werden immer wieder für ihre Leistungen ausgezeichnet
- Unsere Mitarbeitenden erhalten umfangreiche **Rabatte und Vergünstigungen**



PEOPLE

- Wissen & Bildung
- Diversität & Chancengerechtigkeit
- Corporate Citizenship
- Begegnung & Vernetzung



Corporate Citizenship - Sponsoring

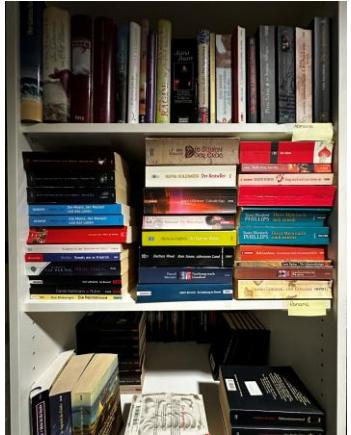
Das tun wir schon

- Partner der großen Düsseldorfer Sportvereine und Mitglied von Destination Düsseldorf und ProDüsseldorf
- Sponsor verschiedener Vereine und Veranstaltungen am Standort Düsseldorf und aus unseren Branchen.



Aktionen für Mitarbeitende

Das tun wir schon



Bücherschrank



Dreck-weg-Tag
&
Rhine Cleanup



Stadtradeln



b2run



Schichtwechsel



Spende fürs
Ehrenamt



Infoveranstaltung
Organspende



Blutspendetag

Wirtschaftliche Basis

Das tun wir schon

- Wir wirtschaften **subventionsfrei**
- Wir **entwickeln** unser Veranstaltungspotfolio im In- und Ausland stetig **weiter**
- Wir erweitern unser Portfolio um **digitale Angebote und Services**
- Wir tragen als **Innovationsplattform und Multiplikator** zur Verbreitung innovativer Technologien und zur Transformation der Wirtschaft bei.
- Wir generieren **Umsatz und Arbeitsplätze in der Region**



PERFORMANCE

- Zukunftssichere Geschäftsfelder
- Plattformen für Nachhaltigkeit
- regionale Wertschöpfung



Starke Governance

Das tun wir schon

- Wir stehen für transparente Betriebs- und Geschäftspraktiken.
- Wir halten Gesetze, steuerrechtliche Vorgaben und Standards verlässlich ein.
- Bestechung und Korruption werden von uns nicht toleriert – es gibt klare, verbindliche Compliance-Regeln.
- Wir achten auf die Sicherheit der Daten unserer Kunden und Mitarbeitenden.
- Wir berücksichtigen Nachhaltigkeitskriterien in unseren Beschaffungsprozessen.



GOVERNANCE

- Compliance
- nachhaltige Beschaffung & Lieferkettenmanagement
- IT-Sicherheit & Datenschutz



„Das Wichtigste ist es,
nie mit dem Anfangen
aufzuhören.“

(Albert Einstein)