

Vorlesung am 15. Dezember 2025
Hochschule Düsseldorf
Britta Wirtz
Geschäftsführerin der Messe Karlsruhe

messe
— karlsruhe

Gliederung

- Persönliche Vorstellung
- Messe Karlsruhe:
 - Einordnung der Messe Karlsruhe
Geschäftsfelder, Gesellschaftsstruktur, Faszilitäten, Kennzahlen, Vision und Strategie
 - strategische Portfolioentwicklung Methoden und Anwendung: Ist-Portfolio
 - BANI-Welt Ableitung auf Mindset & Organisationsentwicklung: von der klassischen Aufbauorganisation zur agilen Struktur
- Fragerunde

Zu meiner Person

Beruflich...

.

Studium der Kommunikationswissenschaft, Kunstwissenschaft und Wirtschaftswissenschaft
Zunächst Fokus Public Relations

Seit 1996 im Messewesen

- 1996 bis 2008 Reed Exhibitions Deutschland GmbH

Assistentin, Projektleiterin, Prokuristin, Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung

2007 Auszeichnung mit Presidents Award

- 2009 bis 2014 Sprecherin der Geschäftsführung der Karlsruher Messe- und Kongress GmbH

- seit 2014 Alleingeschäftsführerin der Karlsruher Messe- und Kongress GmbH;

- Geschäftsführerin der NMK Neue Messe Karlsruhe GmbH & Co. KG, Messe Karlsruhe GmbH, Karlsruher Sportstätten Betriebs-GmbH (bis 10/2025)

- Seit 04/2025 Gesellschafterin der The World Games 2029 Karlsruhe GmbH

Zu meiner Person

Mandate & Gremien

Stellvertretende Vorsitzende des Aufsichtsrats der BGV Versicherungs- AG
sowie Mitglied des Prüfungsausschusses

Stv. Vorsitzende des Hochschulrats der Hochschule für Gestaltung (2019 bis 10/2025)
Mitglied des Stiftungsrates der Hochschule für Musik, Karlsruhe

Gewähltes Mitglied der Vollversammlung der IHK Karlsruhe

Erste Stellvertretende Vorsitzende der FKM Gesellschaft zur Förderung von Messe- und
Ausstellungskennzahlen Vorstandsvorsitzende der Freunde und Förderer der art KARLSRUHE e.V.

Beiratsmitglied in div. Gremien, Fachbeiräten, Messebeiräten (u.a. CityTax Beirat)
Gründungsmitglied Women in Exhibitions
2024 Wahl zur „Macherin des Jahres“

Zu meiner Person

.... privat

Karlsruher Wurzeln: Käthe Kaufmann

Verheiratet mit Paul Lukas Wirtz, Bauingenieur;
Selbstständig Büro für Brückenprüfung

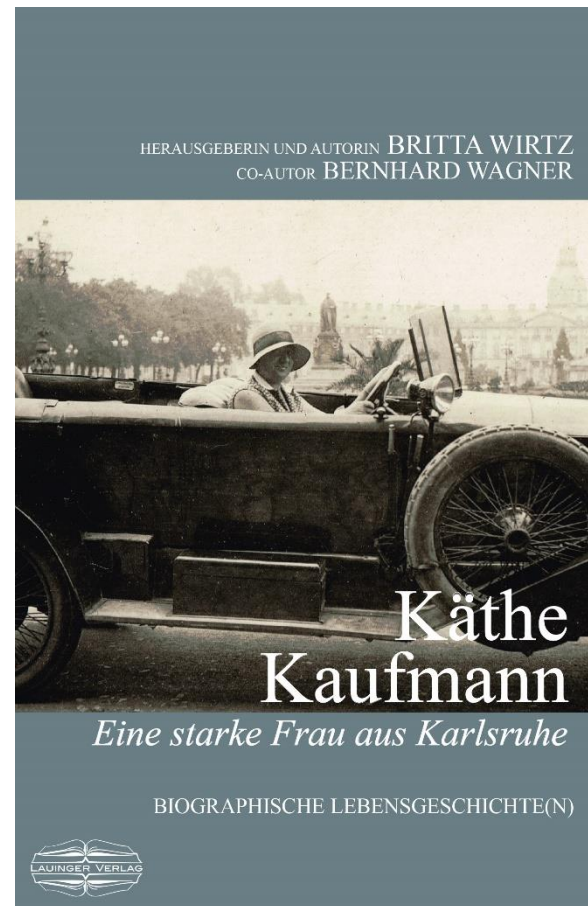
Zwei Söhne:

Finn Arne 18 Jahre

Paul Fredrik 23 Jahre

...im Ehrenamt:

Ass. District Governor im Distrikt 1930
Rotary Club Karlsruhe-Baden



Karlsruhe? ChatGPT antwortet:

Karlsruhe liegt im Südwesten Deutschlands, im Bundesland Baden-Württemberg, nahe der französischen Grenze und ist Teil der Metropolregion Rhein-Neckar sowie des Oberrheinraums.



Lage & Erreichbarkeit

- **Zentrale Lage** im deutschen Südwesten zwischen Stuttgart, Straßburg und Mannheim.
- **Guter Anschluss** über die A5, A8, ICE (u. a. Direktverbindungen nach Frankfurt, Stuttgart, München)
- **ÖPNV-Vorzeigemodell**: „Karlsruher Modell“ kombiniert Straßenbahn- und Eisenbahnstrecken.



Wirtschaft

- **Innovativer Mittelstand**: viele Technologie- und IT-Unternehmen.
- **TechnologieRegion Karlsruhe**: wirtschaftsstarke Region mit Schwerpunkt auf Energie, Mobilität, IT, Maschinenbau.
- **Wichtige Institutionen**: EnBW (Energie), init (Verkehrstelematik), dm (Handel)



Wissenschaft & Forschung

- **KIT (Karlsruher Institut für Technologie)**: Eine der renommiertesten Forschungs- und Bildungseinrichtungen Europas, Schwerpunkt auf Technik und Naturwissenschaften.
- **Forschungsinstitute**: z. B. Fraunhofer IOSB, FZI (Forschungszentrum Informatik).
- **CyberForum e.V.**: Größtes regionale Hightech-Unternehmernetzwerk Europas im IT-Umfeld.



Besonderheiten

- Sitz des **Bundesgerichtshofs** und **Bundesverfassungsgerichts** – Karlsruhe ist bekannt als „Residenz des Rechts“.
- Moderne Messe- und Kongressstandorte: u. a. Messe Karlsruhe und Kongresszentrum.

Messeplätze in Deutschland (AUMA-Statistik 2025)


Ausstellungskapazitäten* brutto in m²

Stadt	Halle	Freigelände
Hannover	392.453	58.000
Frankfurt/M	391.554	64.326
Köln	290.000	100.000
Düsseldorf	262.727	43.000
München	200.000	414.000
Berlin ExpoCenter City mit CityCube	190.000	157.000
Nürnberg	180.000	50.000
Stuttgart	119.800	40.000
Leipzig	111.300	70.000
Essen	110.000	20.000
Friedrichshafen	87.500	35.500
Hamburg	87.000	10.000
Dortmund	63.000	10.000

Stadt	Halle	Freigelände
Karlsruhe	60.000	105.000
Augsburg	54.550	10.000
Bremen	39.000	100.000
Berlin Estrel Congress Center (ECC)	30.000	
Event Center Messe München (MOC)	28.765	
Erfurt	24.120	21.600
Freiburg	21.500	81.000
Offenbach	20.100	
Wiesbaden	10.000	
Husum	4.800	70.000
Idar-Oberstein	4.450	900

*Messegelände mit mindestens einer regelmäßig stattfindenden Veranstaltung in den AUMA-Kategorien international oder national/Stand: April 2025

Hallen:
Platz 14
Freigelände:
Platz 3



Messe Karlsruhe – Was wir tun

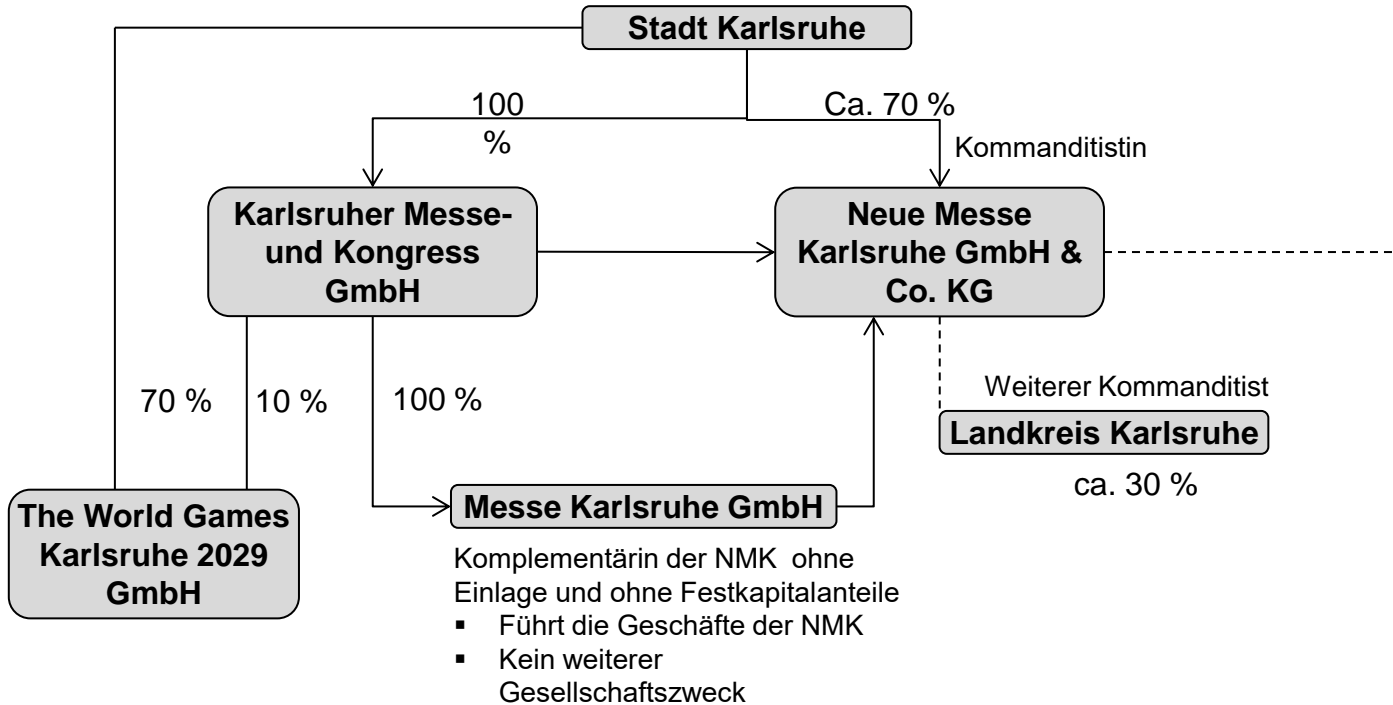
Karlsruher Messe- und Kongress GmbH (Messe Karlsruhe)

GESCHÄFTSFELDER

- Karlsruhe | Messe (Eigen- und Gastveranstaltungen)
 - Karlsruhe | Kongress & Kultur (Gastveranstaltungen)
- ... und 3.000 dazu gehörige Dienstleistungen & Services (digital & analog)



Messe Karlsruhe: Unternehmen und Beteiligungen



Fachlicher Beirat NMK,
gegründet anlässlich der
aktuell in Umsetzung
befindlichen Neugestaltung
der Unternehmensstruktur:

- Stadt Rheinstetten
- Stadt Baden-Baden
- IHK Karlsruhe
- HWK Karlsruhe
- RVMO
- Stadt Landau
- Landkreis Südliche Weinstraße
- Landkreis Germersheim



Bestehend aus den Hallen am Festplatz

- Konzerthaus, Stadthalle, Schwarzwaldhalle, Gartenhalle und der **Festplatzoberfläche**

Eigentümerin:

Stadt Karlsruhe

vertreten durch HGW (Hallen) und Tiefbauamt (Festplatzoberfläche)

Pächterin: Karlsruher Messe- und Kongress GmbH

Weiterhin Vermarktung des **Stadtgartens**

Faszilitäten

Messe
Gemarkung Rheinstetten

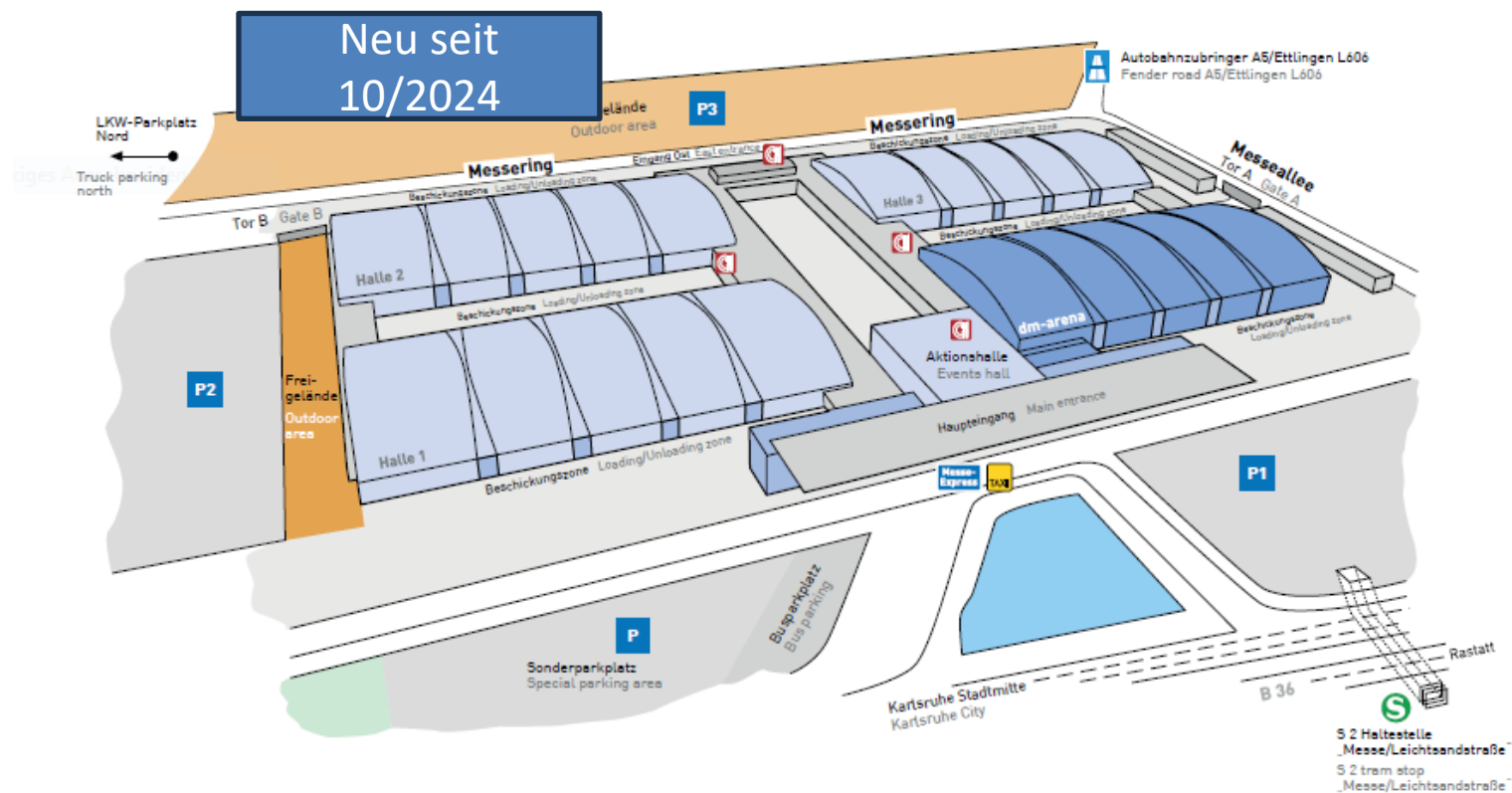


Eigentümerin Hallen und Erbbauberechtigte:

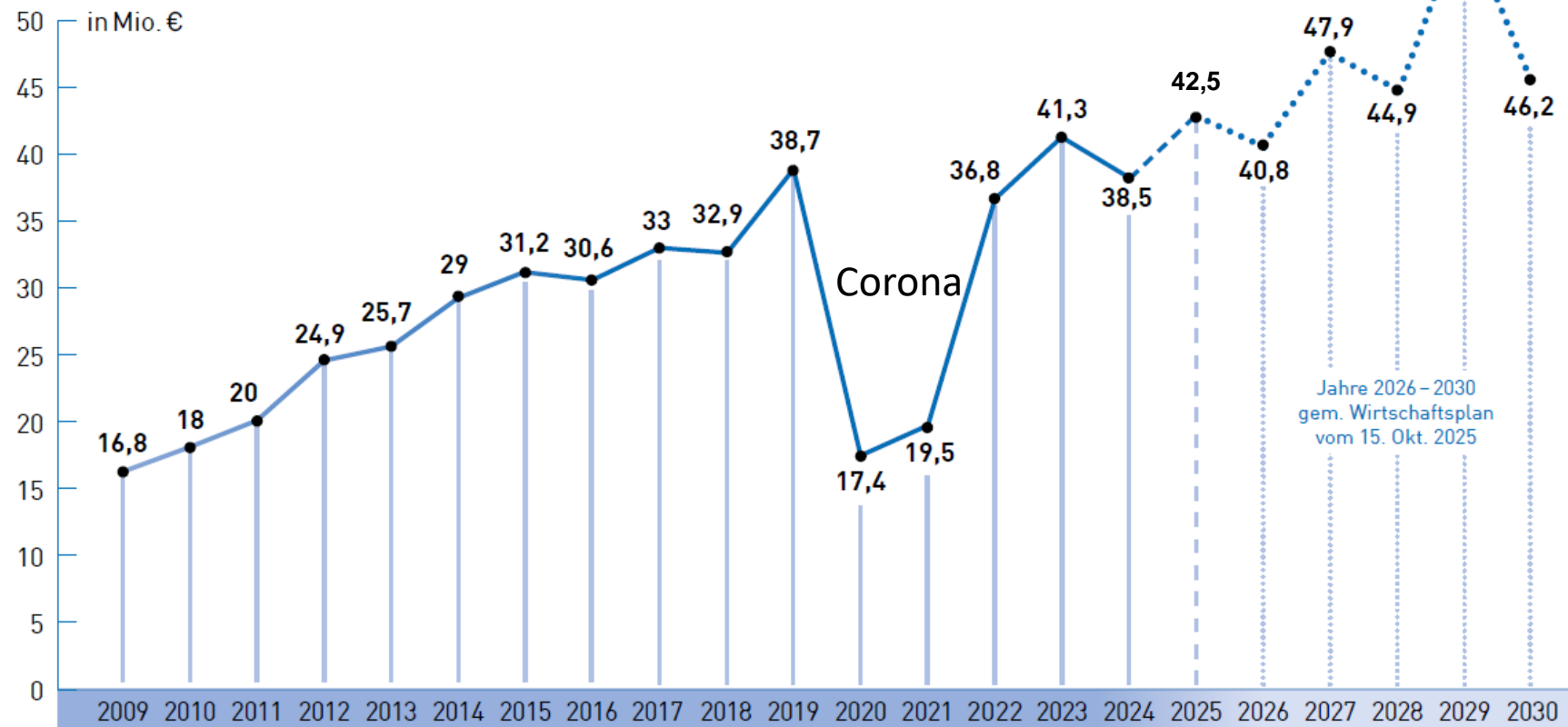
Neue Messe Karlsruhe GmbH & Co. KG

Pächterin: Karlsruher Messe- und Kongress GmbH

Karlsruhe | Messe Das Gelände



Entwicklung der Umsatzerlöse* 2009 bis 2030



* ohne Schadenersatz

Impfzentren: 400.000 Impfungen



- Messe Karlsruhe kooperierte mit Stadt Karlsruhe und der Medizinischen Leitung zum Zentralen Impfzentrum (ZIZ) in der Messe Karlsruhe sowie Kreisimpfzentrum (KIZ) in der Schwarzwaldhalle
- Personalimpfstelle des Konzerns Stadt Karlsruhe (PIKS) in der ehem. Hauptfeuerwache am 18. Mai 2021 in Betrieb genommen – 17. September 2021 Betriebsende
- Ende Betrieb ZIZ: 15. August 2021
- Ende Betrieb KIZ in der Schwarzwaldhalle: 21. September 2021 → Umzug in die Alte Feuerwache und Eröffnung des 4. Impfzentrums innerhalb von wenigen Monaten!
- Ende Betrieb KIZ in der Alten Feuerwache: 30. September 2021



**Kommunales Impfzentrum (KIZ)
Kongresszentrum Karlsruhe
(Schwarzwaldhalle)**



**Zentrales Impfzentrum (ZIZ)
Messe Karlsruhe
(Halle 2)**



**Personalimpfzentrum des Konzerns Stadt
Karlsruhe
(PIKS)**

Betriebskennzahlen

Betriebskennzahlen 2012 – 2024

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Veranstaltungen	320	312	337	324	288	301	282	246	136	168	208	222	207
→ Messen	42	43	45	48	41	42	40	39	9	9	24	37	39
→ Kongresse	134	140	145	125	116	119	85	74	45	70	60	39	43
→ Kultur	104	103	117	119	98	103	119	98	64	46	89	128	106
→ Digital	Auswertung seit 2021									3	-	0	0
→ Sonstige	40	26	30	32	33	37	38	35	18	40	35	18	19
Besucher	723.426	726.955	759.525	795.317	775.789	800.174	747.231	730.941	217.698	520.923	415.347	607.250	472.162
Aussteller gesamt	7.659	7.543	7.860	8.566	7.604	8.013	7.647	8.335	2.239	1.826	4.888	6.786	6.669
Umschlagshäufigkeit *	10	11	11	13	13	13	13	14	4	6	10	12	10
Ausst.-fläche brutto m²	514.405	531.737	510.837	565.932	496.348	618.602	500.645	683.986	121.995	220.340	502.980	673.925	479.407
Belegungstage pro Jahr	301	316	317	329	326	337	331	352	285	355	325	315	321

* Die Umschlagshäufigkeit ist eine Kennzahl, die ermittelt, wie oft die zur Verfügung stehende Fläche in einer bestimmten Zeitspanne vermietet wird.

Ausblick 2025:
40 Messen
39 Kongresse
665.000
Besuchende

Sanierungsbedingte Schließung der Stadthalle in 07/2017 bis 2026

Regionalökonomische Impulse

- Regionalwirtschaftliche Wirkungen des Messegeschäfts schlagen sich in erster Linie im Ausgabenimpuls und in der Beschäftigungswirkung nieder
- Ausgabenimpuls setzt sich zusammen aus den Ausgaben der Besucher, der Aussteller und der Messe Karlsruhe. Der Großteil der Ausgaben entfällt auf die Branchen „Handel/Gastgewerbe/Verkehr“.
- Die Messe Karlsruhe induziert einen Ausgabenimpuls von jährlich über 193 Mio. € in der TechnologieRegion Karlsruhe (TRK).
- Ferner sind rund 2.800 Arbeitsplätze in der Region direkt und indirekt vom Geschäft der Messe Karlsruhe abhängig.

Analyse zur Umwegrentabilität Karlsruher Messe- und Kongress GmbH der dwif 2025 (Basidaten Geschäftsjahr 2024)

Vision Messe Karlsruhe

1. Die Messe Karlsruhe ist erfolgreicher Veranstalter und professioneller Gastgeber für nationale und internationale Kunden.
2. Wir gestalten und investieren in ein thematisch breit angelegtes, werthaltiges Portfolio mit Leuchtturmveranstaltungen sowie dazugehörigen digitalen Lösungen in ausgewählten Zukunftsthemen der Kompetenzfelder der Stadt und der TechnologieRegion Karlsruhe.
3. Wir entwickeln und vermarkten dazugehörige digitale Lösungen, Produkte und Veranstaltungsdienstleistungen.
4. Wir spielen eine Schlüsselrolle bei der Standortkommunikation und entwickeln überregionale Strahlkraft für Karlsruhe. Dabei orientieren wir uns an den vom Gemeinderat im September 2021 festgelegten Themen: Recht & Demokratie, kluge Entwicklung (Digital, Mobilität, Wissenschaft) und Medienkunst/City of Media Arts.
5. Unser Handeln erzeugt direkte positive Auswirkungen auf und für die regionale Wirtschaft.
6. Durch unsere ausgewiesene Kundenzentrierung und unser einzigartiges Portfolio an Veranstaltungsstätten und datenbasierten Marktzugängen ist Karlsruhe einer der führenden Marktplätze Deutschlands.
7. Unsere Managementkompetenz, das Raum- und Serviceportfolio setzen wir – auch in Krisenzeiten – zum Wohle der Allgemeinheit ein.
8. Wir setzen die Impulse für nachhaltiges Management und die Bereitstellung wettbewerbsfähiger Infrastrukturen und sorgen für die erforderlichen personellen und monetären Ressourcen.
9. Vertrauen, Verantwortung und Konstruktivität sind die klaren Grundsätze unserer Zusammenarbeit. Wir gestalten unsere Zusammenarbeit so, dass eine Anpassungsfähigkeit an sich rasant verändernde Rahmenbedingungen sichergestellt ist. Wir werden als innovativer und attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen. Unsere Mitarbeitenden sehen sich als Mitgestaltende des wirtschaftlichen und kulturellen Lebens in Karlsruhe.

Strategie 2030 (Überarbeitung April 2025)

- Absicherung und Weiterentwicklung der Kerngeschäftsfelder Messe und Kongress und affiner Dienstleistungen durch
 - Integration und Entwicklung zukunftsfähiger Geschäftsmodelle, inklusive der Nutzbarmachung von Daten
 - innovative Lösungen und Services
 - Investitionen ins Eigenmesseportfolio (Zukauf)
 - Akquise, Kundenbindung und eine stringente Kundenzentrierung
 - Neuproduktentwicklung (standortaffine Themen)
- Erhalt und Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit aller Fazilitäten
- Restrukturierung des Portfolios unter dem Aspekt qualitativer und werthaltiger Veranstaltungen
- Nachhaltigkeit: Verankerung der drei Handlungsfelder „Nachhaltige Durchführung und Entwicklung von Veranstaltungen“, „Nachhaltige Gebäudetechnik & Infrastruktur“ und „Nachhaltiges Unternehmensmanagement/Verwaltungshandeln“.
- Verfestigung der Unternehmenskultur auf Basis des Mindset-Trees und Fortentwicklung als attraktiver Arbeitgeber
- Sicherstellung der notwendigen Ressourcen (human und monetär) sowie Sicherstellung des Wissenstransfers

Ausgangslage 2009

Stärken

- Neues, ästhetisch ansprechendes Messegelände
- Motiviertes Führungsteam - in Teilen
- Wirtschaftsstärke im Land Ba-Wü
- Verkehrsknotenpunkt A5/A8
Standort 60 Min. von FRA entfernt ICE
- Forschungs- und Digitalstandort Karlsruhe (KIT, ZKM, Cyberforum)
- Ressourcen (humane)

Schwächen

- Regional negative öffentliche Wahrnehmung
- Sehr heterogenes Portfolio
- Investitionsstau am Standort Innenstadt
- Messeplatz noch unbekannt
- Verunsicherung bei MA und Partnern
- Über-Steuerung von Gastveranstaltern
- Brands klein, unbedeutend
- Keine strategische Erfahrung eigen-Messen
Spaltung Messe/Festplatz
- Abhängigkeit von Politik und Finanzausgleich
- Anbindung Messe an HbF; Randlage im Südwesten

Chancen

- Dynamische Marktentwicklung, Nischen
- Vertriebsorientierung
- Internationaler Vertrieb aufbauen
- Imagewandel
- Regionalökonomische Effekte
- Standort insgesamt fördern
- Unabhängigkeit von Gast-VA erzielen
- Strategische Steuerung über Portfolio/Geschäftsentwicklung

Risiken

- Marktübersättigung
- Extreme Dichte von Messeplätzen im Bundesland
- Fusionspläne
- Kürzungspläne/Schließungsszenarien Politik
- Entzug der kommunalen Finanzmittel

Strategie-Optionen im Bereich Portfolio-Management

1. Portfoliomodell

Zur strategischen Analyse und Steuerung: BCG-Matrix (Boston Consulting Group): Einteilung in Stars, Question Marks, Cash Cows, Poor Dogs – nach Marktwachstum & relativem Marktanteil

Daraus Ableitung strategischer Stoßrichtungen

- Wachstumsstrategie: Investieren in vielversprechende Felder (Question Marks)
- Stabilisierungsstrategie: Effizienzsteigerung und Festigung bestehender Felder (Stars)
- Ernte-/Cash-out-Strategie: Maximale Ausschöpfung bei gleichzeitigem Ressourcenentzug (Cash Cows)
- Desinvestitionsstrategie: Trennung von unprofitablen Bereichen (poor Dogs)

3. Diversifikation

- Horizontale Diversifikation: Ähnliche Produkte/Leistungen in neuen Märkten.
- Vertikale Diversifikation: Ausweitung in vor- oder nachgelagerte Wertschöpfungsstufen.
- Laterale Diversifikation: völlig neue Geschäftsfelder ohne direkten Zusammenhang.

4. Kernkompetenzorientierung

Fokussierung auf Geschäftsbereiche, die auf spezifischen, schwer imitierbaren Kompetenzen des Unternehmens basieren.

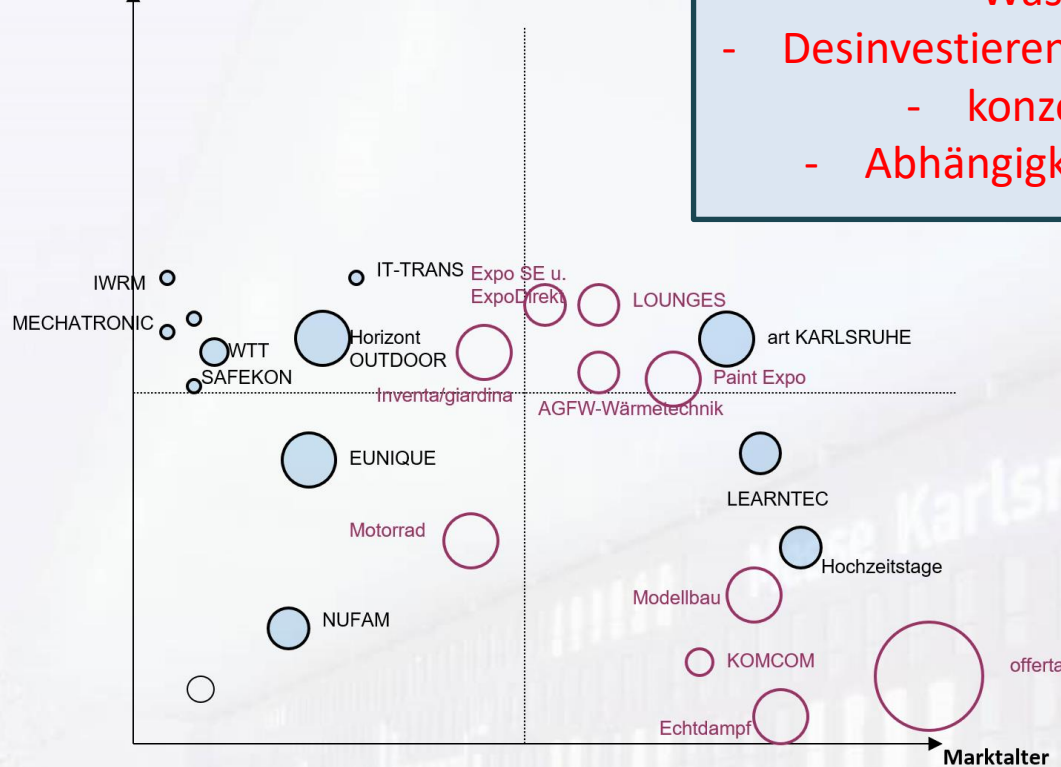
5. Synergieorientierung

Ziel: Nutzung und Aufbau von Synergien zwischen Geschäftseinheiten (z. B. Technologie-, Kosten- oder Absatzsynergien).

Ausgangslage Geschäftsbereich Messe 2010

PORTFOLIO-ANALYSE

Marktwert



Was tun?

- Desinvestieren oder Investieren?
- konzentrieren
- Abhängigkeit reduzieren

- Bis 100 Aussteller
- Bis 150 Aussteller
- Bis 200 Aussteller
- Bis 300 Aussteller
- Bis 500 Aussteller
- Mehr als 500 Aussteller

Portfolio heute: Eigenmessen



art karlsruhe

Klassische Moderne & Gegenwartskunst

04. bis 08. Februar 2026

20. Jubiläum in 2023 dazu Re-Launch/Re-Branding

Eigenentwicklung

Strategischer Ansatz: Position kräftigen, Abhängigkeiten verringern: Stabilisierungsstrategie



New Housing - Tiny House Festival

Eigenentwicklung

Mit-Gründung des Bundesverbandes

26. Juni bis 28. Juni 2026

Wachstumsstrategie/Diversifikation (horizontal)



LEARNTEC



LEARNTEC

Eigenentwicklung Europäische Leitmesse und Kongress
5. bis 7. Mai 2026 Europe's No.1 in digital Learning
LearntecXchange Digitalformat seit 2020

Strategischer Ansatz: Unabhängigkeit von wiss. Leitung
Kundenorientierung, Entwicklung USP, stringente Fokussierung auf
digitales/KI-gestütztes Lernen, Erweiterung um Perspektive
lebenslangen Lernens – Stabilisierungs-/
Wachstums- und horizontale Diversifikation



NWE

5. bis 7. Mai 2026

NEW WORK EVOLUTION

Fachmesse & Festival für moderne Arbeitswelten
Eigenentwicklung

Strategischer Ansatz: parallel zur LEARNTEC; Erweiterung der
Besucherzielgruppe; neue Formate jenseits reiner Flächenvermietung
erproben und auf andere Themen übertragen
Wachstumsstrategie/horizontale Diversifikation



Digital/Public Mobility



**IT-TRANS | IT Solutions
for Public Transport**
14.-16. Mai 2024
2026 eigenständig



Strategischer Ansatz: Eigenentwicklung vom
Kongress zur Fachmesse; Display-Funktion des
lokalen Akteurs-Netzwerks von Wissenschaft über
Regionale Verkehrsgesellschaft bis zur Wirtschaft
Unabhängigkeit von strategischem Partner
Akquise themenverwandter Kongress-Messen
Stabilisierungsstrategie/Kernkompetenz-Strategie



Strategische Partnerschaft:
UITP-Karlsruhe Mobility Innovation Partnership

Industrie „Laster-Cluster“ – Synergieorientierung/ Kernkompetenzfokussierung



NUFAM | NUTZFAHRZEUGMESSE
KARLSRUHE 23. - 26. September 2027

Eigenentwicklung

Strategischer Ansatz Komplementär (vertikale Diversifikation
zu IAA) Wachstumsstrategie/Stabilisierungsstrategie



Demonstrationsmesse für
Recyclingmaschinen und -anlagen
Demonstrationsmesse für Tiefbau
03. bis 05. Juni 2027

Strategischer Ansatz: Zukauf;

Komplementär zu IFAT und BAUMA Kompetenz: Livedemo



Platformers' Days
Messe für mobile Höhenzugangstechnik
08. - 09. Oktober 2026

Strategischer Ansatz: Zukauf, Ergänzung



NEU: Internationale Schwerlasttage
erstmalig 2027 in Karlsruhe

Strategischer Ansatz: Zukauf; Portfolio-Ergänzung, Kernkompetenz

Medizin-Cluster: Wachstumstrategie-/Horizontale Diversifikation



REHAB | Internationale Fachmesse für Rehabilitation, Therapie und Prävention

22. bis 24. Mai 2025

Strategischer Ansatz: Zukauf aus Gast-Portfolio
Unabhängigkeit stärken und weiter-Entwicklung



NEU: Mit Con.Thera Kongress
Eigen-Entwicklung

Themen: Neurorehabilitation nach der
Diagnose Schlaganfall, Multiple Sklerose



Neu: IRMA

Zukauf

Strategischer Ansatz: Marktanteile in Deutschland

Hamburg Messe 18.-20. Juni 2026; Bremen 2027



Publikumsmessen: Stabilisierungsstrategie/Desinvestition



Offerta Karlsruhe | Publikumsmesse
24. Oktober - 01. November 2026
Zukauf; Strat.Ansatz: Unabhängigkeit B2C

Offerta.de ganzjährig



TIERisch gut | Haustiermesse
IRAS Internationale Rassehunde-Ausstellung
28.-29. November 2025
Hochzeits- und Festtage
jeweils: Strategischer Ansatz: Umwandlung in
Gastmesse: Desinvestition



NEU: EUROVINO
Fachmesse für Wein
01. bis 02. März 2024
Eigenentwicklung
Strat. Ansatz: Zentral-Europäische
Weinhandelsplattform
Wachstumsstrategie/Kernkompetenzfokussierung



Geschäftsbereich Messe – Gastmessen



Fachmesse für Kellerei,
Weinerzeugung und Destillate
Februar 2027



Ausbildungsmesse der
IHK, Handwerkskammer und Agentur für Arbeit
24. Januar 2026



Internationale Fachmesse für Reinraum- und
Prozesstechnologie
25. bis 27. März 2026



14.-17 April 2026
Weltleitmesse für industrielle Lackiertechnik



expo SE und expo DIREKT: Fachmesse für den Anbau von Erdbeeren
und Spargel sowie Fachmesse für Direktvermarktung
18.-19. November 2026

Geschäftsbereich Messe – Gastmessen B2C und Handel

Handelsmessen:



Je 2 Termine pro Jahr EDEKA, Markant und REWE Handelsmessen



NADELWELT KARLSRUHE
03. - 05. Mai 2024



17.01.2024
bonding
Firmenkontaktmesse Karlsruhe 2024



Kongress + Kultur – Highlights



messe
— karlsruhe



Wie weiter in einer sich rasant
verändernden Welt?



Gemeinsames Verständnis von
„Welt“ erzeugen

Messe Karlsruhe: „Unsere Umwelt“

BANI

**Forward-Thinking
Business Practices**



brittle



anxious



non-linear



incomprehensible

@MESSE KARLSRUHE –
100% Tochter-Gesellschaft
der Stadt Karlsruhe:

Budget-Verknappung bei
Kunden, Akquise wird
aufwändiger,
Ressourcenzuwachs
unrealistisch, Reduzierter/in
2025 = 0 EUR Zuschuss
Stadt,
Unsicherheiten wachsen
(USA, Nahost, Russland,
China; Rechtsruck;
Destabilisierung EU)

Mindset-Tree



Resilienz

Achtsamkeit

Adaption

Transparenz

Organisationsentwicklung/-Strukturierung

Die Organisationsstrukturierung ist ein zentraler Hebel in der Organisationsentwicklung. Sie betrifft den Aufbau der Organisation – also die Art, wie Aufgaben, Verantwortungen und Kommunikationswege angeordnet sind. Ziel ist meist eine höhere Effizienz, bessere Anpassungsfähigkeit oder stärkere Kundenorientierung.

a) Funktionale Struktur

Abteilungen werden nach Funktionen wie Einkauf, Produktion, Vertrieb organisiert.

Nachteile: Silodenken, lange Koordinationswege.

b) Agile Teams

Entscheidungen im Team statt Top-down

- Häufig genutzt in agilen Organisationen und Entwicklungsbereichen

Vorteile:

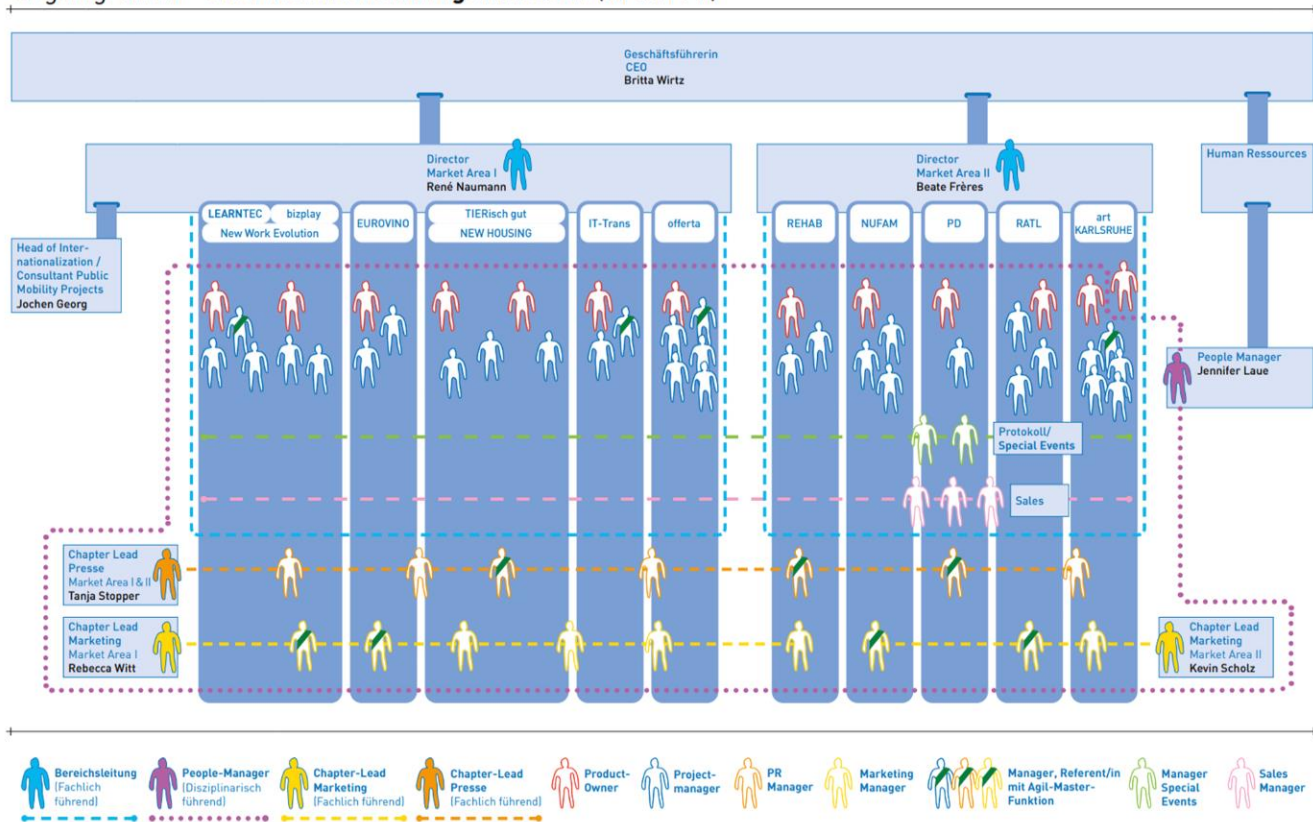
- Höhere Motivation & Eigenverantwortung
- Schnellere Entscheidungen vor Ort

Risiken:

- Unklarheiten bei Verantwortung
- Höherer Bedarf an klaren Regeln & Transparenz

Organisationsentwicklung

Organigramm – Übersicht Bereich Eigenmessen (Area I + II)



Nachhaltigkeit in der Messe Karlsruhe

1. Die Messe Karlsruhe steht für nachhaltiges Management.
2. Daher haben wir uns für das EMAS-Nachhaltigkeits-Management System entschieden. Die externe Validierung hat am 28.-29. September 2023 stattgefunden.
3. Nachhaltigkeit verstehen wir dabei nicht nur als ökologisch nachhaltiges und klimafreundliches Handeln, sondern wir engagieren uns auch für ökonomische und soziale Nachhaltigkeit. Wir orientieren uns dabei an den UN-Nachhaltigkeitszielen der Agenda 2030.
4. Wir gestalten und investieren in die Handlungsfelder „Nachhaltige Durchführung und Entwicklung von Veranstaltungen“, „Nachhaltige Gebäudetechnik und Infrastruktur“ und „Nachhaltiges Unternehmensmanagement/Verwaltungshandeln“.



Herzlichen Dank für
Ihr Interesse
Ihre Fragen?