

natürlich
nachhaltig

 messe frankfurt

UN Global Compact

Fortschrittsmitteilung
Messe Frankfurt
2015/2016

Bewusst Handeln

Vorwort der Geschäftsführung



Messen sind Marktplätze. Sie bringen Menschen und Märkte zusammen. Und spiegeln den Erfolg wirtschaftlichen Handelns. Wir selbst wollen als Messeveranstalter in unserem Handeln gegenüber unserem Umfeld – unseren Kunden, Mitarbeitern und unserer Gesellschaft – unternehmerisch bewusst und verantwortungsvoll sein.

Die Erzeugung eines wirtschaftlichen wie gesellschaftlichen Mehrwerts steht seit Anbeginn der Messe Frankfurt im Zentrum unseres Geschäftsauftrags. Respekt und Fairness im Umgang mit Geschäftspartnern, die Prinzipien nachhaltigen Wirtschaftens und das Bekenntnis zu gesellschaftlicher Verantwortung sind ein fester Teil unseres Selbstverständnisses. Seit 2010 nehmen wir am Global Compact der Vereinten Nationen teil und bekennen uns zu den zehn Prinzipien des Global Compact aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Anti-Korruption. Auch in Zukunft fühlen wir uns der Einhaltung dieser Prinzipien verpflichtet und werden uns für ihre Wahrung einsetzen.

Gerade in der Zusammenarbeit mit unseren öffentlichen Gesellschaftern tragen wir Sorge dafür, dass der Wirtschaftsstandort Frankfurt-Rhein-Main, dessen Entwicklung immer eng mit der Stärke des Messeplatzes Frankfurt verknüpft war, zukunftsicher ausgerichtet wird. Dies ist nur möglich, wenn es gelingt, Nachhaltigkeitsansätze schrittweise in immer mehr Bereiche unseres Handelns zu integrieren. Es ist ein Beweis gelebter Verantwortung und positioniert unser Unternehmen extern und intern positiv.

Daher haben wir auch im vergangenen Berichtszeitraum viele Neuerungen und Entwicklungen angestoßen: Das Kongresshaus Kap Europa wurde als weltweit erstes Veranstaltungszentrum mit einer Platin-Zertifizierung der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) ausgezeichnet. Die Messe Frankfurt verantwortete zudem die Organisation und den Betrieb des Deutschen Pavillons auf der EXPO 2015 in Mailand, wo Nachhaltigkeit als Kernthema eine zentrale Rolle zukam.

Auf unserem Gelände fiel der Startschuss für den Bau einer neuen Halle, der Halle 12, mit der wir das Messegelände ressourcenschonend und energieeffizient weiterentwickeln. Und seit letztem Jahr bevölkern mehr als 350.000 Bienen die Messe, damit die Baum-Alleen rund um das Gelände auch in den kommenden Jahren wachsen und gedeihen. Diese und weitere Beispiele aus dem Berichtszeitraum des vorliegenden Fortschrittsberichts von Mai 2015 bis Mai 2016 möchten wir Ihnen gerne genauer vorstellen und auch einen Ausblick auf zukünftige Entwicklungen geben.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre.

Ihr

Wolfgang Marzin
Vorsitzender der Geschäftsführung
Messe Frankfurt GmbH

Spitzenreiter mit Verantwortung

Die Messe Frankfurt im Porträt

Frankfurt, Hongkong, Moskau, Chicago oder Dubai: Sowohl am Heimatstandort als auch weltweit dreht sich bei der Messe Frankfurt alles um Begegnungen. Und das schon seit mehr als 775 Jahren. Die Messe Frankfurt steht für weltweit erfolgreiche Messekonzepte. Unsere Stakeholder vertrauen darauf, dass wir in unseren Veranstaltungen das Beste aus aller Welt und aus allen Branchen vereinen. Dieses Vertrauen bildet die Grundlage für verlässliche und nachhaltige Geschäftsbeziehungen.

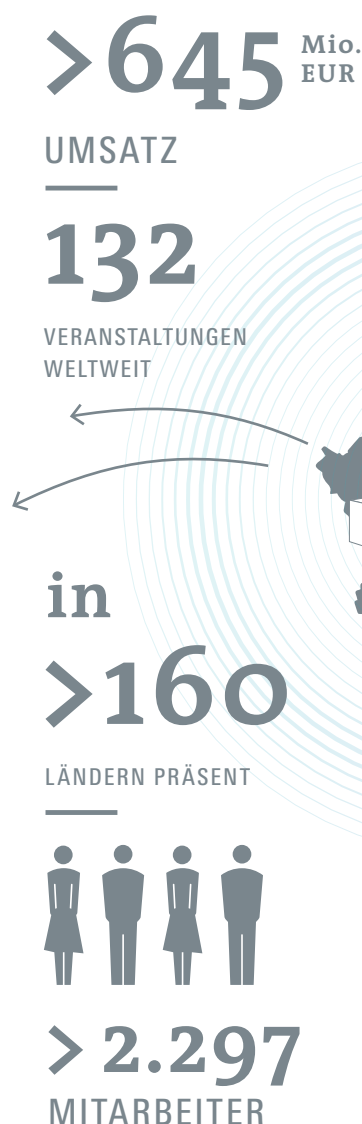
Mit unseren Marken, Veranstaltungen und gesellschaftlichem Engagement sind wir an unserem Heimatstandort Frankfurt genauso zu Hause wie an den Veranstaltungshubs der Welt. Unsere Mitarbeiter, Partner, Verbände, Aussteller und Besucher, sie alle begleiten uns auf dem Weg eines nachhaltigen Unternehmenserfolgs. So ist der Rekordumsatz von rund 645* Millionen Euro ein Resultat des hohen Engagements von über 2.297* Mitarbeitern auf fünf Kontinenten. Zu den insgesamt 132* Veranstaltungen weltweit haben wir 89.900* Aussteller und mehr als 4* Millionen Besucher begrüßt. Gemeinsam gehen wir in Richtung Zukunft. Dafür modernisieren wir unser Gelände in Frankfurt weiter, stärken das digitale Business und sorgen rund um den Globus dafür, dass Menschen immer wieder gerne den Weg zu unseren internationalen Marktplätzen finden. Mit einem globalen Netz aus 29 Tochtergesellschaften und rund 57 internationalen Vertriebspartnern sind wir in mehr als 160 Ländern für unsere Kunden präsent.

Kern unserer Geschäftstätigkeit ist die Organisation und Durchführung von Messen, Ausstellungen und Kongressen. Unsere Aktivitäten gliedern sich in fünf Geschäftsfelder. Im Bereich Consumer Goods & Leisure zählen die Ambiente, Christmasworld und die Paperworld zu den wichtigsten Treffpunkten der Konsumgüterindustrie. Im Geschäftsfeld Textiles & Textile Technologies stellen die Heimtextil, die Techtextil, die Texprocess und die Texcare internationale Highlights der Textilbranche dar. Zu den Klassikern zählen weiter Veranstaltungen aus den Bereichen Technology & Production sowie Mobility & Logistics: die Automechanika, die Light+Building, die IFFA und die ISH. Im Bereich Consumer Goods & Entertainment sind die Musikmesse und die Prolight+Sound führende Messen.

Darüber hinaus bieten wir unseren Kunden ein breites Portfolio unterstützender Services rund um ihre Veranstaltung – diese reichen von Logistik und Standbau über Catering und Reinigung bis hin zu Publishing und Digital Services.

Die Unternehmensgruppe gliedert sich in die drei Unternehmensteile. Die Messe Frankfurt Exhibition GmbH, die als Betriebsgesellschaft Messen im In- und Ausland veranstaltet, die Messe Frankfurt Venue GmbH, die sich als Besitzgesellschaft auf den Betrieb und die Optimierung des Messegeländes konzentriert und die Messe Frankfurt Holding GmbH, die als Klammer zwischen beiden Gesellschaften dient und alle Verwaltungs- und Stabsfunktionen erfüllt. Das Unternehmen befindet sich in öffentlicher Hand, Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent. Das Messegelände am Heimatstandort Frankfurt umfasst auf rund 592.127 Quadratmetern zehn Hallen und zwei Kongresszentren.

* vorläufige Kennzahlen 2015



Unsere Haltung

Mit unseren Messen schaffen wir Begegnungen für persönliche Gespräche, Geschäfte und den Austausch von Ideen. Wir wollen Menschen inspirieren und ihren Visionen, Projekten und Innovationen eine Plattform geben.

Dabei ist es unser Ziel, für unser wirtschaftliches Umfeld, für die Gesellschaft und für unsere Mitarbeiter einen Mehrwert zu erbringen. Wir fühlen uns mit Stadt und Region an allen Unternehmensstandorten, in Frankfurt und weltweit,

verbunden. Wir streben nach kreativen Messekonzepten und einer motivierenden Arbeitswelt. Wir möchten, dass unsere Mitarbeiter gerne bei uns arbeiten. Soziale, ökonomische und ökologische Aspekte der Nachhaltigkeit stehen im Mittelpunkt unseres Handelns.

Wir verpflichten uns, verantwortungsbewusst zu handeln und die Weiterentwicklung unseres Unternehmens zu sichern.

Heute für Morgen handeln

Die Grundlage unseres Handelns liegt in über 775 Jahren Messegeschichte und basiert auf einer engen Verbindung zur Stadt Frankfurt und dem Land Hessen, den heutigen Eigentümern des Unternehmens. Immer wieder setzten unsere Messen am Heimatstandort wichtige Impulse und tragen bis heute maßgeblich zur Entwicklung der

Stadt Frankfurt als internationaler Handelsplatz bei. Stadt und Messe bilden eine symbiotische Partnerschaft, entsprechend ist die Messe Frankfurt fest in der Region verankert. Unsere Messen bewegen ganze Branchen und machen deutlich, welche Themen und Produkte die Zukunft gestalten.

Partnerschaft im Fokus

Wir sind überzeugt: Große Ziele lassen sich vor allem gemeinsam erreichen. Daher engagieren wir uns in Nachhaltigkeitsnetzwerken. So ist die Messe Frankfurt bereits 2010 dem Global Compact der Vereinten Nationen beigetreten. Als Unternehmen, das in einem internationalen Umfeld agiert, ist Diversity integraler Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Hierzu bekennt sich die Messe Frankfurt mit ihrer Teilnahme an der Initiative

Charta der Vielfalt. Seit 2013 unterstützt Congress Frankfurt den Branchenkodex „fairpflichtet“ für eine nachhaltige Organisation und Durchführung von Veranstaltungen. Ergänzt wird dieses öffentliche Engagement durch einen kontinuierlichen Stakeholder-Dialog und die Teilnahme an den Fachgruppen der deutschen und internationalen Messeverbände.

CSR-Schwerpunkte

Unsere vielfältigen CSR-Aktivitäten zu einer nachhaltigen Entwicklung fassen wir in vier zentralen Handlungsfeldern zusammen: Umwelt/Nachhaltigkeit, Soziale Verantwortung, Bildung/Wissenschaft und Kulturelles Engagement. Durch die Kennzeichnung mit dem Claim

„natürlich nachhaltig“ und einem eigenen Logo machen wir noch stärker auf das Thema Nachhaltigkeit aufmerksam und steigern das Bewusstsein hierfür. Bei all unseren Initiativen stehen Langfristigkeit, Transparenz und Glaubwürdigkeit im Vordergrund.

Umwelt/ Nachhaltigkeit

Hier engagieren wir uns mit einer Vielzahl von ressourcen- und umweltschonenden Maßnahmen wie zum Beispiel einem systematischen Energiemanagement und der ressourcenschonenden Weiterentwicklung unseres Geländes.

Soziale Verantwortung

Beginnt für die Messe Frankfurt direkt vor Ort. Wir verstehen uns als guter Partner – weltweit und vor unserer Haustür. Dabei unterstützen wir soziale Einrichtungen an unseren Unternehmensstandorten und sorgen für überdurchschnittlich gute Arbeitsbedingungen.

Kulturelles Engagement

Findet bei uns Ausdruck in der Kooperation und Förderung von Kultureinrichtungen und -veranstaltungen. Unser Fokus liegt dabei auf den Bereichen Kunst und Musik. So fördern wir bereits seit vielen Jahren die Schirn Kunsthalle in Frankfurt sowie das Rheingau Musik Festival.

Bildung/ Wissenschaft

Umfasst bei der Messe Frankfurt gezielte, langfristige Förderungen wie die Messe Frankfurt Stiftungsprofessur für Internationale Wirtschaftspolitik an der Goethe-Universität Frankfurt und unterstreicht die hohe Bedeutung von Wissen und Qualifizierung für unsere Unternehmensgruppe.

Nachhaltigkeit

in Zahlen



>350.000

BIENEN AUF DEM MESSEGELÄNDE

350.000 Bienen im Dienst der Nachhaltigkeit

2015 hielten mehr als 350.000 Bienen Einzug auf dem Gelände der Messe Frankfurt. Insgesamt sechs Bienenvölker leben inzwischen verteilt an ruhigen Randstücken des Messegeländes.

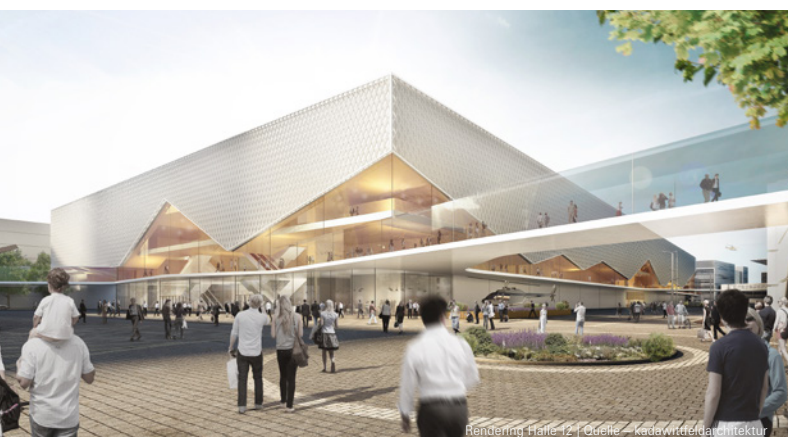
Pro Jahr und Bienenvolk können zwischen 40 und 60 Kilogramm Honig produziert werden. Der gewonnene Messe-Honig ist dabei ein reines Naturprodukt. Die Produktion erfolgt durch eine Selbstwendschleuder, die mit Strom aus einer eigenen Wind- und Solaranlage betrieben wird.

Es handelt sich um eine unternehmenseigene Stadtimkerei. Die Haltung von Bienenvölkern in der Stadt, das Urban Beekeeping, ist Ausdruck einer bewussten urbanen Lebensweise, in der Bienen zurück in das Bewusstsein der Menschen gerückt sind. Während Pestizide und Monokulturen der ländlichen Agrarwirtschaft die Bienen bedrohen, sorgen das mildere Klima sowie der geringere Futterdruck für einen geeigneten Lebensraum in der Stadt. Geplant ist die Ansiedlung von vier weiteren Bienenvölkern, sodass in Summe bald zehn Bienenvölker auf dem Messegelände beheimatet sein werden.

Neubau Halle 12

Das Gelände der Messe Frankfurt zählt mit 592.127 Quadratmetern Grundfläche, zehn Hallen und zwei Kongresszentren zu den größten Messegeländen weltweit. Dabei arbeiten wir kontinuierlich an der Entwicklung und Neuerung eines energie-

effizienten und ressourcenschonenden Geländes. So fiel im Jahr 2015 der Startschuss für den Bau einer neuen Halle 12. Im Zuge einer effizienteren Hallentechnik wurden auch die Halle 6 sowie der Eingang Galleria umgebaut.





1.100 kWp
GRÜNER STROM

1.100 kWp Naturstromerzeugung

Durch den Einsatz innovativer Technologien leisten wir einen Beitrag zur nachhaltigen Stromerzeugung: So betreibt das Unternehmen im Rahmen eines Public Private Partnerships seit 2009 Photovoltaikanlagen auf dem Messegelände, die mit

einer Gesamtleistung von mehr als 1.100 kWp Naturstrom für bis zu 350 Haushalte produzieren. Mit dem Bau der neuen Halle 12 ist eine weitere Photovoltaikanlage in Planung.

Reduktion der Schadstoffemissionen um 10% bis 2020

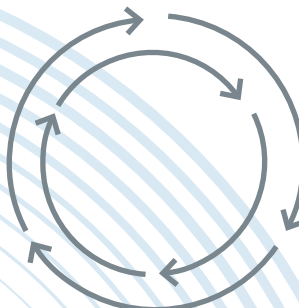
Um den Verbrauch von Strom, Wasser und Heizenergie zu reduzieren, wird zur Erfassung und Steuerung des Gesamtverbrauchs auf dem Messegelände eine spezielle Software eingesetzt. Diese macht den aktuellen Verbrauch sichtbar und zeigt Optimierungspotentiale auf. Die Software ist Teil eines systematischen Energiemanagements. Hierfür wurden im vergangenen Jahr strategische Ziele definiert, welche eine Reduktion der Schadstoffe-

missionen von 10 Prozent bis zum Jahr 2020 vorsehen. Im Rahmen eines regelmäßigen Energiemonitorings überprüft das zuständige Energie-Team bestehende Prozesse, identifiziert Optimierungspotentiale und definiert neue Maßnahmen. Im Berichtszeitraum wurden gemäß der EU-Energieeffizienz-Richtlinie auch zwei Standort-Energieaudits durchgeführt.

Rückführung von 90% aller Abfälle in den Materialkreislauf

Abfälle versuchen wir, von vornherein möglichst gering zu halten. Bei dennoch entstehenden Abfällen sorgen wir für eine fachgerechte Entsorgung und Wiederverwertung. Ein verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen berücksichtigt die

konsequente Trennung und Verwertung von Abfällen: So sorgen wir dafür, dass bis zu 90 Prozent der Abfälle, die jährlich am Messeplatz Frankfurt entstehen, in den Materialkreislauf zurückgeführt werden.



90 %

der Abfälle

**RÜCKFÜHRUNG IN DEN
MATERIALKREISLAUF**

Nachhaltigkeit im Unternehmen



Elektromobilität | Quelle – Messe Frankfurt GmbH, Marc Jacquemin

Emissionsarme Mobilität und Logistik

Die Basis für umweltschonende Mobilität ist unser verkehrsgünstiger Standort, der optimal angebunden ist. Mit praktischen Kombi-Tickets können Aussteller und Besucher bei vielen Veranstaltungen am Messeplatz Frankfurt die öffentlichen Nahverkehrsmittel kostenlos nutzen. Auf dem Gelände stehen unseren Kunden kostenlose Elektroladesäulen zur Verfügung. Elektromobilität fördern wir auch bei unseren eigenen Dienstreisen. So hielten in 2015 die ersten Elektroautos Einzug in den Fuhrpark der Messe Frankfurt. Durch Kooperationen mit der Deutschen Bahn fördern wir darüber hinaus eine umweltschonende Anreise mit der Bahn. Ein integriertes Logistikkonzept hilft zudem, das Verkehrsaufkommen rund um Veranstaltungen

auf dem Messegelände zu reduzieren. Und das barrierefreie Zugangs- und Verbindungsnetz verschafft auch mobilitätseingeschränkten Besuchern die nötige Bewegungsfreiheit.

Um Umweltauswirkungen bei Anfahrten zum Arbeitsplatz so gering wie möglich zu halten, werden Mitarbeiter mit einem Zuschuss zum Jobticket der öffentlichen Nahverkehrsmittel unterstützt. Seit 2015 ist die Messe Frankfurt ein durch die Initiative bike+business zertifiziertes fahrradfreundliches Unternehmen. Für Fahrten auf dem Messegelände stehen Mitarbeitern zudem mehr als 110 Fahrräder zur Verfügung.

Gemeinsam Gutes tun

Im Zentrum unseres sozialen Engagements für eine nachhaltigere Zukunft steht die Unterstützung gemeinnütziger Organisationen für Kinder und Jugendliche. Gemeinsam mit Children for a better World e.V. engagieren wir uns gegen Kinderarmut in Deutschland. Bereits seit mehreren Jahren werden so ein täglicher Mittagstisch und eine abwechslungsreiche Ernährung für die Kinder der lokalen Partnereinrichtung im Frankfurter Gallusviertel ermöglicht.

Im Rahmen der Aktion KreativArt spendeten über 70 internationale Unternehmen, ein Viertel aller Aussteller der Creativeworld, Bastelmaterialien. Rund 70 Kinder- und Jugendeinrichtungen aus ganz Frankfurt waren eingeladen, sich aus den Bastel-Materialspenden auszusuchen, was gebraucht wird und wofür in den Einrichtungen oft nicht ausreichend Gelder vorhanden sind.

Work-Life-Balance mit Auszeichnung

Wir möchten, dass unsere Mitarbeiter gerne bei uns arbeiten. Deshalb kümmern wir uns darum, sie bestmöglich zu unterstützen. Am Standort Frankfurt arbeiten wir mit externen Partnern zusammen, um eine professionelle Hilfe zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu ermöglichen. So gibt es seit 2008 für arbeitende Eltern eine Backup-Betreuung für Kinder – sie springt ein, falls die reguläre Betreuung ausfällt. Im Rahmen des Employee Assistance Programme können sich Mitarbeiter seit 2012 außerdem vertraulich und

professionell zu persönlichen und beruflichen Fragestellungen beraten lassen.

Mit überdurchschnittlich guten Arbeitsbedingungen zählt die Messe Frankfurt zu Deutschlands besten Arbeitgebern im Jahr 2016. Dies ergab eine unabhängige Datenerhebung durch das Nachrichtenmagazin FOCUS. Parameter für die Untersuchung waren unter anderem die Bewertung von Arbeitsplatz, Führungsstil, Betriebsklima und Aufstiegschancen.

Individuelle Mitarbeiterförderung

Die Qualifikation und Weiterbildung der Mitarbeiter spielt für die Messe Frankfurt eine entscheidende Rolle. Mit einer umfassenden Ausbildung qualifizieren wir gegenwärtig 24 junge Mitarbeiter für den Beruf. Neben drei verschiedenen Ausbildungsberufen bieten wir auch das duale Studium in Kooperation mit der Dualen Hochschule Baden-Württemberg an.

Unseren Mitarbeitern bieten wir auf Basis einer systematischen Erhebung breite Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten an. Allein in 2015 fanden für mehr als 700 Mitarbeiter am Standort Frankfurt ein- und mehrtägige Schulungen statt. Somit fördern wir nicht nur die Identifikation mit unserem Unternehmen, sondern auch das Arbeitskräfteangebot.

Gesundheit an erster Stelle

Die Gesundheit unserer Mitarbeiter ist eine der wichtigsten Voraussetzungen für unseren Erfolg als Unternehmen. Daher setzt sich die Messe Frankfurt mit dem betrieblichen Gesundheitsprogramm Messe Vital aktiv für die Förderung von Fitness, Bewegung und das Wohlbefinden ihrer Mitarbeiter ein. Hierzu zählen ein breites Informations-, Präventions- und Beratungsangebot. Im Berichtszeitraum wurden so Aktionen zur Blutspende sowie zur Darmkrebsvorsorge angeboten. Darüber hinaus umfasste das Programm Ernährungsseminare, Massageangebote und Kurse zu Rückengymnastik und Selbstverteidi-

gung, die unsere Mitarbeiter vor Unfällen und Krankheit schützen.

In den Betriebssportgruppen werden Bewegung und der aktive Austausch von Kollegen ebenfalls gefördert. Im Bereich Laufsport haben sich die Teilnahme an der der J. P. Morgan Corporate Challenge sowie am Frankfurt Marathon fest etabliert. In 2016 wird ein professionelles, sechsmonatiges Lauftrainingsprogramm für alle Mitarbeiter angeboten und ein Zeichen für konzernweite Fitness und Teamgeist gesetzt.

Integrität im Geschäftsalltag

Ethische Grundsätze und gesetzliche wie freiwillige Verpflichtungen sind die Richtschnur unseres unternehmerischen Handelns. Wir sind der Auffassung, dass nachhaltiger Unternehmenserfolg nur erreicht werden kann, wenn Regeln befolgt werden. Die Messe Frankfurt setzt sich daher gegen Bestechlichkeit und Korruption ein.

Im vergangenen Berichtszeitraum haben wir unser Engagement weiter ausgebaut. Die Durchführung von Online-Unterweisungen für alle Mitarbeiter, die Anpassung konzernweiter Prozesse und Richtlinien sowie der weitere Aufbau des Compliance Management Systems sensibilisieren für Regelkonformität im Geschäftsalltag.

Nachhaltigkeit auf Veranstaltungen



Mehr Grün für jede Messebeteiligung

Wir möchten unsere Kunden dabei unterstützen, eine nachhaltigere Messebeteiligung durchzuführen. Daher entwickeln wir unser Gelände und unsere Services so weiter, dass sie umwelt- und ressourcenschonender werden.

So enthalten unsere Tickets die kostenlose Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs. Für die Anfahrt mit dem Auto stehen kostenfreie Stromladesäulen zur Förderung von Elektromobilität zur Verfügung. Je Messe sind bis zu 20 Berater im Einsatz, die über die Reduktion und Trennung von Abfall

informieren und entsprechend kontrollieren. Weiter erhalten Aussteller im Vorfeld der Veranstaltung eine GreenCheck-Broschüre mit Hinweisen zu einer umweltschonenden Messeteilnahme. Hierzu zählt auch das spezielle Green Catering Angebot des Gastronomietochterunternehmens Accente. Die Lebensmittel werden dabei von regionalen Lieferanten aus Frankfurt und der direkten Umgebung bezogen. Genaue Portionierung, Müllvermeidung sowie die Verwendung zertifizierter Geschirr- und Glaswaren sind Teil einer regionalen und saisonalen Food- und Beveragelösung.

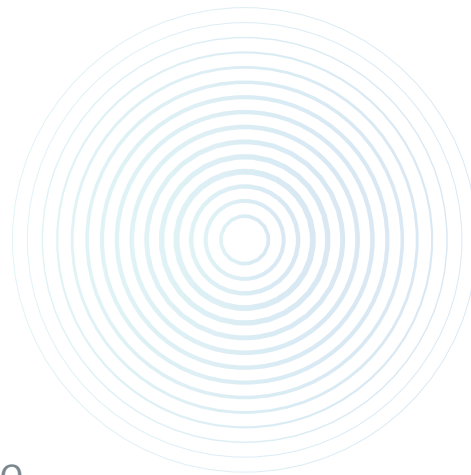
Nachhaltigkeit als Messethema

Mit Sonderschauen, Workshops und Publikationen informieren wir zudem über Entwicklungen der jeweiligen Branchen und tragen dazu bei, Nachhaltigkeit eine Plattform zu geben. Eco-Fashion hat sich so insbesondere in der Textilindustrie fest etabliert. Die Messe Frankfurt organisiert zweimal jährlich anlässlich der Berlin Fashion Week den Greenshowroom und die Ethical Fashion Show Berlin für nachhaltige High-Fashion und Streetwear. Die wachsenden Aussteller- und Besucherzahlen sowie das ausgeprägte Interesse spiegeln die wachsende Bedeutung und den Bedarf an nachhaltig hergestellter Mode wider.

Die Integration von Nachhaltigkeit in den konventionellen Handel unterstützen wir, indem seit 2015 Messestände von verantwortungsbewusst und nachhaltig produzierenden Ausstellern entsprechend gekennzeichnet werden. Während der Ambiente und Tendence werden diese im Ethical Style Guide und zur Heimtextil im Green Directory gelistet. Eine ausgewählte Jury entscheidet, welche Unternehmen in den Guide aufgenommen werden. Während der Veranstaltung gibt es spezielle Touren und Broschüren. Hintergrund ist es, für mehr Orientierung und Transparenz zu sorgen.

Im Geschäftsfeld Technology & Production richtet die Messe Frankfurt weltweit fast 70 Veranstaltungen aus. Bei der Light + Building, der Weltleitmesse für Licht und Gebäudetechnik, standen 2016 intelligente Vernetzung und effizientes Energiemanagement im Vordergrund. Vom Wohnen der Zukunft handelt die Sonderschau E-Haus. Das 100 Quadratmeter große Modellhaus zeigt realitätsnah, wie Nachhaltigkeit in den Alltag von Endverbrauchern integriert werden kann. Der Building Future Award würdigt zudem Persönlichkeiten, die durch besondere Forschungsarbeiten die Weichen für eine nachhaltige Entwicklung unserer Gesellschaft stellen. Der Award rückt nachhaltige Zukunftsprojekte ins Zentrum des gesellschaftlichen und medialen Interesses.





Wegbereiter nachhaltiger Kongresse

Auch für nachhaltige, sozial- und umweltverträgliche Kongresse und Tagungen setzt sich die Messe Frankfurt aktiv ein. Im Jahr 2015 fanden auf unserem Gelände 148 Kongresse und Tagungen statt. Fast schon selbstverständlich stehen bei der Organisation und Durchführung dieser Veranstaltungen Energieeffizienz und ein nachhaltiger Umgang mit Ressourcen im Vordergrund. Das vor zwei Jahren eröffnete Kongresshaus Kap Europa wurde als weltweit erste Veranstaltungsstätte über ihren gesamten Lebenszyklus – vom Bau, über den Betrieb bis zum Rückbau – hinweg nachhaltig gestaltet. Nachdem das Kap Europa bereits während der Bauphase mit einem Goldzertifikat der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) ausgezeichnet wurde, erhielt das Haus im

Oktober 2015 für seine hohen ökologischen und sozialen Standards das Platin-Zertifikat als höchstmögliche Auszeichnung. Das Gebäude wird zu 100 Prozent mit Naturstrom versorgt. Recycelbare Materialien, ökologische Reinigung, stromsparende Beleuchtung und Veranstaltungstechnik sind nur einige zu nennende Aspekte. Kein Wunder, dass Anfang 2015 das Kap Europa Gastgeber der Green Meetings und Events Konferenz war. Die Veranstaltung handelt von der Entwicklung von Maßnahmen und Leitlinien für unternehmerische Verantwortung und Nachhaltigkeit in der Veranstaltungsbranche. Die Ausrichter der Konferenz sind zugleich die Initiatoren des Branchenkodex „fairpflichtet“. Die Messe Frankfurt zählt zu den Unterzeichnern der Unterstützungserklärung.



Kap Europa | Quelle – Messe Frankfurt GmbH, Pietro Sutura

Bewusstsein – über Grenzen hinweg

Das globale CSR-Engagement der Messe Frankfurt

Italien:

Die EXPO 2015 in Mailand stand unter dem Leitthema „Feeding the Planet, Energy for Life“ und gab Antworten auf die zukünftigen, großen Herausforderungen der Welternährung. Im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie verantwortete die Messe Frankfurt die Organisation und den Betrieb des Deutschen Pavillons auf der EXPO 2015. Über die gesamten sechs Monate der

Weltausstellung präsentierte sich Deutschland als eine lebendige, fruchtbare Landschaft voller Ideen und Lösungen – entstanden aus einem neuen und wertschätzenden Umgang mit der Natur. Dazu gehörte auch, dass der Pavillon vollständig zurückgebaut und das Baugrundstück wieder in seinen ursprünglichen Zustand zurückversetzt wurde.

USA:

Das außerbetriebliche soziale Engagement von Mitarbeitern, das sogenannte Corporate Volunteering, stellten unsere Kollegen in Atlanta 2015 besonders eindrucksvoll unter Beweis. Bei einer Spendenaktion zur Unterstützung der Flutopfer in South Carolina konnten die Mitarbeiter eine ganze Lastwagenladung voll Sachspenden organisieren. Außerdem engagierten sie sich im vergangenen Jahr für die HOPE Lodge, eine Einrichtung für Krebserkrankte.

Die Tochtergesellschaft richtete außerdem einen mehrwöchigen Lauf-Contest aus. Ziel war es, täglich mindestens 10.000 Schritte zu gehen. In 14 Wochen wurde dieses Ziel erreicht und in Summe mehr als 23 Millionen Schritte getätigt.

Im vergangenen Berichtszeitraum fand zudem ein zertifiziertes Training zu Anti-Diskriminierung und Anti-Korruption statt.

Südafrika:

Gleichberechtigung und Schutz vor Diskriminierung stehen jedem Menschen zu. Für die Einhaltung dieser Menschenrechte setzen wir uns weltweit ein. Das Broad-Based Economic Empowerment Programm

dient der Erreichung wirtschaftlicher Chancengleichheit auf dem Arbeitsmarkt in Südafrika. Das Programm wird daher auch in der seit 2014 bestehenden Tochtergesellschaft umgesetzt.





Indien:

Mit einem speziellen Trainingsangebot im Bereich Kunst und Handwerk unterstützt die Messe Frankfurt India die Bewohner von Sunder Nagri, dem größten Slum Neu-Delhis. Die Teilnehmer erhalten die Möglichkeit, Kenntnisse und Fähigkeiten neu zu erlernen oder zu erweitern. Dabei entstehen unter anderem selbstgenähte Kissen oder gestrickte Handtaschen. Das Training erstreckt sich über zwei Monate. Die Arbeiten der Teilnehmer werden im Rahmen einer Sonderschau auf der Heimtextil & Ambiente India im Juni 2016 ausgestellt.

Zugang zu sauberem Trinkwasser, Abfallbeseitigung oder die knapper werdenden fossilen Energieträger sind nur einige der großen Herausforderungen der Zukunft weltweit. Um Lösungen zu finden, benötigen wir innovative Ideen und aufmerksamkeitsstarke Kampagnen. Zur Nutzung von LED-Leuchten sowie der Einsparung von Wasser fanden im vergangenen Berichtszeitraum zwei Kampagnen unserer Kollegen der indischen Tochtergesellschaft in Delhi und Mumbai statt. Hierzu wurden Hinweise und Tipps grafisch auf Plakaten dargestellt.

Hongkong:

Bereits im zehnten Jahr fand die ECO EXPO Asia 2015 in Hongkong statt und setzte damit ein Zeichen für die zunehmende Bedeutung von Umwelttechnik. Dabei liegt der Fokus auf der Entwicklung von Technologien und Lösungsansätzen für eine verbesserte Luft- und Wasserqualität, Energieeffizienz, erneuerbare Energien und Green Building-Lösungen. Mit mehr als 70 Technologie-Messen weltweit gibt die Messe Frankfurt Zukunftsfeldern eine Plattform.



Die zehn Prinzipien des UN Global Compact

Menschenrechte

01: Unternehmen sollen den Schutz der internationalen Menschenrechte innerhalb ihres Einflussbereichs unterstützen und achten und

02: sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen.

Umweltschutz

07: Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen einen vorsorgenden Ansatz unterstützen,

08: Initiativen ergreifen, um ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt zu erzeugen und

09: die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien fördern.

Arbeitsnormen

03: Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen wahren sowie ferner für

04: die Beseitigung aller Formen der Zwangsarbeit,

05: die Abschaffung der Kinderarbeit und

06: die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung eintreten.

Korruptionsbekämpfung

10: Unternehmen sollen gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung.

Messe Frankfurt GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt am Main, Germany
Tel. +49 69 75 75-56 66
csr@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
V.i.S.d.P. Iris Jeglitza-Moshage
Redaktion Lisa Tatjana Fischer