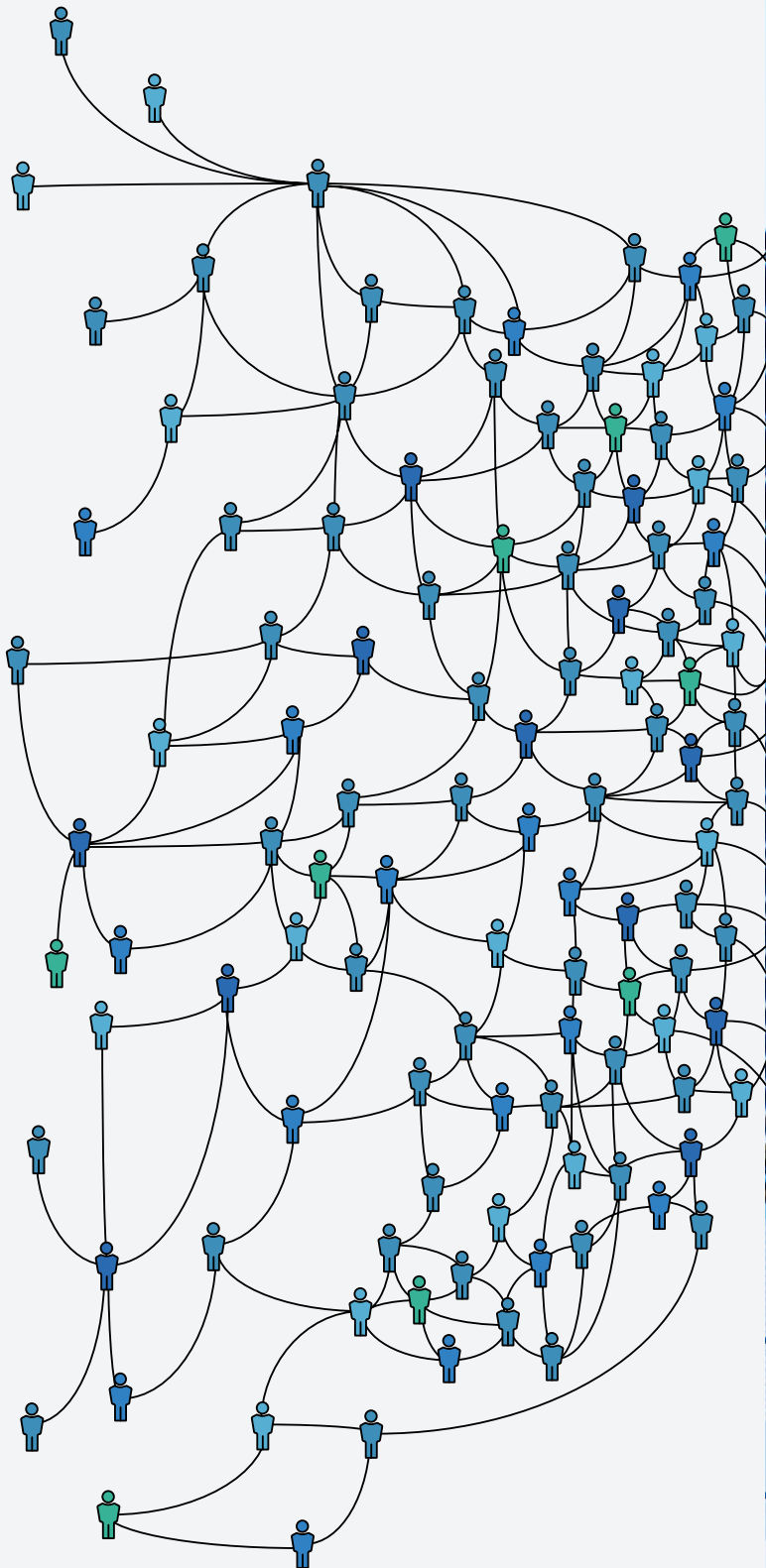


UN Global Compact Fortschrittsbericht

2018/2019





© Messe Frankfurt / Pietro Sutura

Unsere Haltung

Die Messe Frankfurt verbindet die Welt. Rund 4,6* Millionen Menschen, darunter annähernd 102.000* Aussteller, aus nahezu allen Nationen des Erdballs nutzten im vergangenen Jahr unsere internationalen Begegnungsformate. Die Branchen treffen sich punktgenau und an wenigen Tagen im Jahr. So entstehen einzigartige Vernetzungshubs innerhalb der einzelnen Communitys mit unzähligen Möglichkeiten für innovative, erfolgreiche und sicherlich auch nicht alltägliche und ungewöhnliche Kooperationen, Geschäftsmodelle und Kundenbeziehungen.

Im Mittelpunkt unseres Tuns stehen Menschen. Zusammen entwickeln, zusammen Lösungen finden, Erfolge von heute und morgen denken – der partnerschaftliche Dialog mit unseren Kunden ist die Grundlage unseres Erfolgs. Respekt und Fairness im Umgang mit Partnern, mit unseren Gesellschaftern, mit unseren Mitarbeitern sind ein fester Teil im Selbstverständnis der Messe Frankfurt und gelebte Unternehmenskultur. Die Prinzipien nachhaltigen und verantwortungsbewussten Wirtschaftens und das Bekenntnis zu gesellschaftlicher Verantwortung sind unser Maßstab.

Unsere unternehmerische Verantwortung ist an den Grundsätzen des UN Global Compact ausgerichtet. Seit 2010 nimmt die Messe Frankfurt am Global Compact der Vereinten Nationen teil, als erste deutsche Messegesellschaft. Wir bekennen uns zu den zehn Prinzipien aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung und fühlen uns der Einhaltung dieser Prinzipien verpflichtet.

Ihr

Wolfgang Marzin

Vorsitzender der Geschäftsführung
der Messe Frankfurt



This is our **Communication on Progress** in implementing the principles of the **United Nations Global Compact** and supporting broader UN goals.

We welcome feedback on its contents.

Unsere Verantwortung

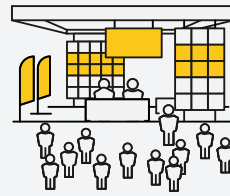
Mehrwert für Wirtschaft und Gesellschaft

Wenn ein Medium die Wirtschaft gut und ausgeglichen bedienen und die Wirtschaftsbedürfnisse erfüllen kann, dann sind es B2B-Messen. Unsere Messen sind die wichtigsten Plattformen ihrer jeweiligen Communitys. Sie vereinen die internationalen Experten der Branchen mit einem Maximum an Networking, Wissenstransfer und Erfahrungsaustausch.

Die Messe Frankfurt ist das weltweit umsatzstärkste Messeunternehmen mit eigenem Gelände. Wir unterstützen im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“ gezielt die Interessen unserer Kunden und gestalten erfolgreiche Begegnungen mit Services aus einer Hand. Entsprechend ihrer Unternehmensstrategie baut die Messe Frankfurt ihre Expertise in definierten Branchen gezielt aus. Das sind: Building Technologies, Safety, Security & Fire, Environmental Technologies, Textile Care, Cleaning & Cleanroom Technologies, Food Technologies, Electronics & Automation Technologies und Manufacturing Technologies & Components, Consumer Goods, Textiles & Textile Technologies, Mobility & Logistics sowie Entertainment, Media & Creative Industries.

Das Selbstverständnis der Messe Frankfurt besteht darin, mit ihrer weltweiten Branchenexpertise die erste Wahl für ihre Kunden zu sein. In Frankfurt gibt es seit rund 800 Jahren Messen. Unser Geschäftsmodell ist erprobt, bewährt und ein festes Fundament für Weiterentwicklung und Wachstum. In der Weiterentwicklung unserer Veranstaltungen verändern wir nicht deren DNA, wir passen die verschiedenen Parameter den Rahmenbedingungen an. Das macht sie zu erstklassigen Marken, denen unsere Kunden ihr Vertrauen schenken. Trotz einer immer stärker vernetzten Welt, trotz der vielen Möglichkeiten der Digitalisierung stellen wir – auch belegbar anhand unserer Kennzahlen – fest, dass das Bedürfnis nach direkten und authentischen Erfahrungen und Begegnungen zunimmt. Nicht zuletzt suchen Menschen gerade in einer aktuell weltweit volatilen wirtschaftlichen und politischen Gemengelage verstärkt den intensiven persönlichen Austausch.

Die Messe Frankfurt ist weltweit zu Hause und dennoch wirtschaftlich und kulturell fest in ihrer Heimatstadt und in der Rhein-Main-Region verankert. Das ist auch ein Resultat der fruchtbaren Zusammenarbeit mit unseren Gesellschaftern, der Stadt Frankfurt und dem Land Hessen. Sie gewähren der Unternehmensgruppe die entsprechenden unternehmerischen Möglichkeiten. Wir kooperieren mit vielen öffentlichen Institutionen und schaffen Synergien zwischen unseren Veranstaltungen, der Stadt, ihren Bewohnern und der Gesellschaft im Allgemeinen. Das starke inländische Veranstaltungsportfolio der Messe Frankfurt zählt enorm auf die deutschlandweite Umwegrendite von aktuell 3,6 Milliarden Euro jährlich ein sowie auf die Sicherung von 33.260 Arbeitsplätzen bundesweit.



> 490*

Messen und Veranstaltungen unter dem Dach der Messe Frankfurt.



30*

Tochtergesellschaften weltweit.



50*/190*

Mehr als 50 Sales Partner in rund 190 Ländern.



> 2.500*

Mehr als 2.500 Mitarbeiter weltweit.



> 592.000 m²

Grundfläche. 11 Hallen, 2 Kongresshäuser, Multifunktionshalle Festhalle, Operation & Security Center, über 90 Kongress- und Konferenzsäle und noch vieles mehr.

60/40

Die Unternehmensgruppe befindet sich in öffentlicher Hand, Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.



*Vorläufige Kennzahlen 2018.

Unsere Aufgabe

Die Messe Frankfurt ist ein Dienstleistungsunternehmen mit Tradition. Unser Handeln und unsere strategischen Entscheidungen basieren auf dem langfristigen Erfolg der Unternehmensgruppe und sind ausgerichtet am Bedarf unserer Kunden.

Im Mittelpunkt unseres erfolgreichen Geschäftsmodells steht die persönliche Begegnung: zwischen uns als Plattformgeber und unseren Kunden, zwischen verschiedenen Kundengruppen sowie zwischen unseren Kunden und deren Kunden. Als Partner unserer Kunden ist es unsere Kernaufgabe, mit individuellen und branchenspezifischen Formaten den Wandel in den Branchen flexibel zu begleiten und ihn auf unseren Veranstaltungen in praktischen Nutzen für unsere Kunden umzusetzen. Die nachhaltige Entwicklung unserer Marken schafft Vertrauen und gibt uns die Chance, tief in die unterschiedlichen Branchen hineinzuhorchen. Als Serviceprovider rund um einen erfolgreichen Messeauftritt investieren wir kontinuierlich in analoge wie digitale Angebote mit dem größten Mehrwert für unsere Kunden.

Auf rund 150 Eigenveranstaltungen rund um den Globus ist die Messe Frankfurt weltweit mit ihren Kunden verbunden. Am Heimatstandort in Frankfurt ist sie Plattformgeber für bis zu 280 Gastveranstaltungen jährlich, von Messen über Kongresse bis hin zu Events.

Die vielen Begegnungen zwischen Menschen aus allen Nationen auf dem Frankfurter Messegelände zeigen, dass unser Messeplatz ein idealer Veranstaltungsort ist. Ganz unterschiedliche Formate, parallel stattfindende Veranstaltungen sowie eine hohe Flexibilität sind Anforderungen, denen unser Gelände gerecht werden muss. Nicht zuletzt sind in den vergangenen Jahren die Sicherheitsanforderungen im Hinblick auf die Architektur, die Infrastruktur und den Ablauf der Veranstaltungen gestiegen. Entsprechend investieren wir in unseren Heimatstandort, um unsere Hallen und Kongresszentren funktional, technisch auf höchstem Stand, ästhetisch ansprechend und nachhaltig zu gestalten.



© Messe Frankfurt / Marie Sutera



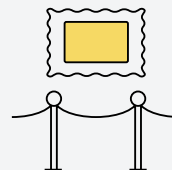
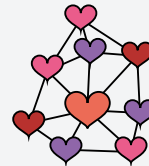
© Messe Frankfurt / Pietro Sutera

Compliance – das Engagement jedes Einzelnen zählt

Die Richtschnur unseres erfolgreichen Handelns basiert nicht zuletzt auf unserer Tradition als verlässliches Unternehmen. Gesetzliche und freiwillige Verpflichtungen, Richtlinien sowie Best Practices bilden die Eckpfeiler dieses Systems. Klare, verbindliche Regeln des Einkaufs sowie die effiziente Gestaltung interner Regelungen und Abläufe sorgen für eine zuverlässige Prävention gegen Korruption und andere Regelverstöße. Neben Schulungen unserer Mitarbeiter trägt das persönliche Engagement jedes Einzelnen entscheidend dazu bei, dass Compliance ein fester Teil unseres Verhaltensleitbildes in der Unternehmensgruppe ist.

Partnerschaften

Die Messe Frankfurt setzt auf langfristige und dauerhafte Partnerschaften und Kooperationen, bei ihren weltweiten Veranstaltungen genauso wie in ihrem CSR-Engagement. Die intensive Vernetzung in der nationalen und internationalen Wirtschaft kommt unseren Veranstaltungen und damit unseren Kunden zugute. Nicht zuletzt können wir damit auch die Messewirtschaft nachhaltig mitgestalten. Unser CSR-Engagement dokumentieren wir: Seit 2010 sind wir Mitglied im Global Compact der Vereinten Nationen. Wir unterstützen den Branchenkodex „fairpflichtet“ für eine nachhaltige Organisation und Durchführung von Veranstaltungen und gehören dem Kreis der Charta der Vielfalt an.



CSR-Schwerpunkte

Unsere vielfältigen CSR-Aktivitäten zu einer nachhaltigen Entwicklung fassen wir in vier zentralen Handlungsfeldern zusammen: Umwelt/Nachhaltigkeit, soziale Verantwortung, Bildung/Wissenschaft und Engagement bei Kultur und Sport. Durch die Kennzeichnung mit dem Claim „natürlich nachhaltig“ und mit 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

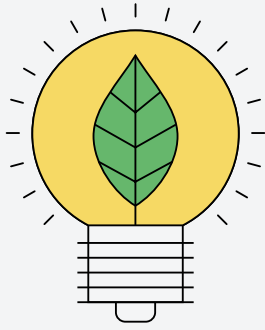
beginnt für die Messe Frankfurt direkt vor Ort. Wir verstehen uns als guter Partner – weltweit und vor unserer Haustür. Dabei unterstützen wir soziale Einrichtungen an unseren Unternehmensstandorten und sorgen für überdurchschnittlich gute Arbeitsbedingungen.

Engagement bei Kultur und Sport

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. In jahrelanger, starker Partnerschaft endet mit dem Mainova Frankfurt Marathon jedes Jahr einer der teilnehmerstärksten Läufe Deutschlands auf unserem Messegelände in der Festhalle. Die Messe Frankfurt ist Hauptsponsor der Veranstaltung.

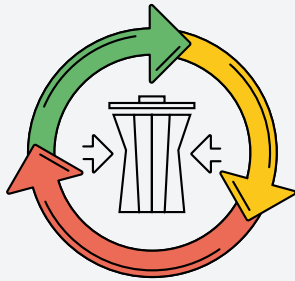
Bildung/Wissenschaft

umfasst bei der Messe Frankfurt gezielte, langfristige Förderungen wie die Bachelor-Studiengänge „Real Estate und Facility Management“ sowie „Real Estate und Integrale Gebäudetechnik“ an der Frankfurt University of Applied Sciences (Frankfurt UAS).



2020 = 100 %

Ab 2020 wird der Standort Frankfurt zu 100 Prozent auf Strom aus erneuerbaren Energien umgestellt. So werden jährlich 19.000 Tonnen CO₂ eingespart. Umgerechnet wären 1,52 Millionen Bäume jährlich nötig, um diese Mengen an CO₂ auszugleichen.



90 %

Rund 90 Prozent der Abfälle werden dem Materialkreislauf zugeführt.

Nachhaltigkeit im Unternehmen

Energiemanagement 2020 – mit dem Aktionsplan weiter auf der Zielgeraden

100 Prozent Ökostrom

Ab dem Veranstaltungsjahr 2020 wird die Messe Frankfurt ganz auf Ökostrom umstellen und ihre Stromversorgung zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energien beziehen. Das schließt die Stand-, Hallen- sowie die Geländestromversorgung am Standort Frankfurt ein. Durch die vollständige Umstellung auf regenerative Energien spart das Unternehmen jährlich rund 19.000 Tonnen CO₂. Das sind umgerechnet 1,52 Millionen Bäume jährlich, die man benötigen würde, um diese Mengen an CO₂ einzusparen (80 Bäume/1 Tonne CO₂). Mit dieser Maßnahme engagiert sich die Messe Frankfurt nicht zuletzt für die ehrgeizigen Klimaschutzpläne ihrer Gesellschafter, der Stadt Frankfurt und des Landes Hessen.

Die Messe Frankfurt ist hinsichtlich ihres durchschnittlichen Strombedarfs vergleichbar mit einer mittleren Kleinstadt von rund 40.000 Einwohnern. Die Vielzahl der Objekte auf unserem Gelände, ihre unterschiedlichen Bau- und Nutzungseigenschaften erfordern individuelle Anlagenanalysen. Bei Neubauten und Sanierungen müssen eine vorausschauende, energieoptimierte Bauweise sowie eine effiziente Betriebsweise berücksichtigt werden, beispielsweise mit Kälteverbundsystemen zwischen den Ausstellungshallen.

2014 haben wir ein Energieteam ins Leben gerufen, bestehend aus der zuständigen Geschäftsführung und Bereichsleitung sowie weiteren Experten der Messe Frankfurt. Die vom Energieteam beschlossenen Ziele der Messe Frankfurt werden in ihrer Umsetzung vom Energiemanager des Unternehmens betreut und dezidiert vorangetrieben.

Die eigentliche Herausforderung beim Erreichen unserer gesetzten Energieziele ist und bleibt der bedarfsgerechte Einsatz aller technischen Einrichtungen mit dessen ständiger Überwachung auf ihre Effizienz, um bei Abweichungen zeitnah korrigieren zu können. Dazu bedarf es nicht nur der Mitwirkung des technisch beauftragten Personals, sondern aller Mitarbeiter. Energiesparen ist Detailarbeit mit einer Vielzahl von kleinen und größeren Maßnahmen, die sich in Summe gut bemerkbar machen. Beispielsweise kann durch das Energie-Web-Portal der Liegenschaft für alle Messehallen der Ressourcenverbrauch effizienter reguliert werden.

Unternehmensübergreifender Erfahrungsaustausch

Die Messe Frankfurt ist Mitglied im Business Energieeffizienz-Netzwerk in Frankfurt. Die enge Zusammenarbeit und der Wissenstransfer mit anderen Unternehmen aus dem Rhein-Main-

Gebiet ermöglicht es der Messe Frankfurt, die Energiewende aktiv mitzugestalten und den Ausbau der erneuerbaren Energien auf ihrem Gelände gezielt vorantreiben.

Energieeffiziente Messehalle 12

Seit September 2018 ist die Messehalle 12 am Netz. Sie ist besonders energieeffizient gebaut und wird 45 Prozent weniger Energie verbrauchen als gesetzlich vorgeschrieben. Gebaut wurde gemäß den Kriterien für ein „Energiehaus KfW* 55“. Die Zahl 55 steht für den prozentualen Energieverbrauch im Vergleich zur aktuell gültigen Energieeinsparverordnung.

*Die KfW ist eine der weltweit führenden Förderbanken und unterstützt unter anderem bei Neubauten mit dem Ziel der Energieeinsparung und Reduzierung des CO₂-Ausstoßes.

Dritte Photovoltaikanlage in Betrieb

Auf dem Dach der Halle 12 erzeugt seit Ende 2018 unsere dritte Photovoltaikanlage auf dem Messegelände Energie durch die Sonnenstrahlung. Sie ist für den Eigenbedarf gebaut und mit rund 9.000 Quadratmetern und 5.300 Solarmodulen so groß wie unsere beiden anderen Anlagen zusammen. Künftig sollen jährlich rund zwei GWh Strom geerntet werden. Das entspricht dem Bedarf von rund 500 Haushalten.

Wertstoffmanagement

Bis zu 300 Veranstaltungen, Messen, Kongresse, Events aller Art finden jährlich auf dem Frankfurter Messegelände statt. Tausende von Tonnen Abfall fallen während der Auf- und Abbauphasen der Veranstaltungen an, das sind Papier, Kartonagen, Kunststoffe, Holz sowie Teppichboden. Ein effizientes Abfallmanagement ist hier wesentlich, um möglichst viele Materialien wieder in den Recyclingprozess zurückzuführen.

Die Wiederverwertungsquote für den Abfall der Messe Frankfurt liegt bei bis zu 90 Prozent. So wird beispielsweise Papier als Rohstoff für die Papierproduktion eingesetzt, Holz teilweise zur Herstellung neuer Spanplatten und als Brennmaterial im Bio-Kraftwerk Flörsheim-Wicker. Kunststoffe werden nach Sorten getrennt zu Granulat verarbeitet und ebenfalls zur Produktion eingesetzt. Auch die Tausende von Metern Teppichware werden recycelt und in Kunststoff-Granulat umgewandelt.

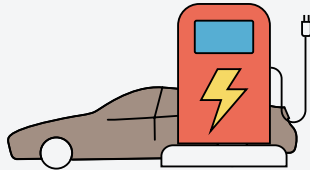
Seit 1990 arbeitet die Messe Frankfurt mit der Meinhardt Städtereinigung GmbH & Co. KG bei der Abfallentsorgung zusammen. Das Unternehmen mit Sitz in Wallau und einer Dependence in Gustavsburg bietet komplette Kreislaufwirtschafts- und Entsorgungskonzepte. Der Betrieb ist nach der Entsorgungsfachbetriebsverordnung und nach der DIN EN ISO 9001:2015 zertifiziert. Zudem unterliegt das Unternehmen der Kontrolle durch das Regierungspräsidium in Darmstadt.



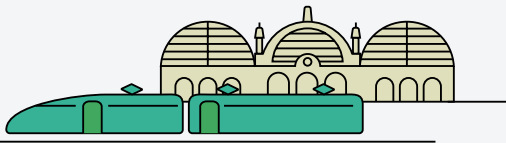


Uwe Behm, Geschäftsführer der Messe Frankfurt, vor Elektroautos aus dem Fuhrpark der Messe Frankfurt.

20



Ladestationen stehen für Kunden und Dienstfahrzeuge der Messe Frankfurt bereit.



2.629.660 km

Die Messe Frankfurt erhält von der Deutschen Bahn im Jahr 2018 das Zertifikat, dass im Rahmen des DB-Veranstaltungstickets im vergangenen Jahr 2.629.660 Personenkilometer mit 100 Prozent Ökostrom, und damit emissionsfrei, zurückgelegt wurden.

Nachhaltiges Mobilitätsmanagement

Umweltfreundlich reisen – nach und in Frankfurt

Basis für eine nachhaltige Mobilität und Logistik ist nicht zuletzt der zentral gelegene und damit verkehrsgünstige Standort des Frankfurter Messegeländes mit sehr guten Anbindungen an alle wichtigen Verkehrswege. Seit 2002 gibt es das Kombiticket, das den Eintritt zur Messeveranstaltung sowie die kostenlose Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs innerhalb des gesamten Tarifgebiets einschließt. In Kooperation mit der Deutschen Bahn bietet die Messe Frankfurt seit 2007 ihren Kunden Hin- und Rückfahrkarten an allen DB-Bahnhöfen in Deutschland an. Seit 2013 fahren Kunden der Messe Frankfurt im DB-Fernverkehr mit 100 Prozent Ökostrom.

Mit Strom aus der Dose klimaneutral unterwegs

Die Messe Frankfurt setzt Elektromobilität dort ein, wo sie sinnvoll und wirtschaftlich ist. Seit 2011 stehen im messeinternen Fuhrpark mehrere Elektrofahrzeuge zur Verfügung. Und auch von Seiten der Aussteller und Besucher wächst der Bedarf nach Ladeinfrastruktur. Mittlerweile gibt es auf dem Messegelände und im Rebstock-Parkhaus rund 20 Ladestationen für Kunden und für Dienstfahrzeuge der Messe Frankfurt.

Im Rahmen eines zweijährigen Testbetriebs für ihre Aussteller und Besucher hat die Messe Frankfurt seit Herbst 2018 drei elektrifizierte Transportfahrzeuge des Typs StreetScooter für emissionsfreie Transportfahrten auf dem Gelände im Betrieb. Die Fahrzeuge können pro Akkuladung und bei einer Maximalzuladung von 900 Kilogramm rund 200 Kilometer fahren. Aufgeladen werden sie an normalen Schuko-Steckdosen und benötigen keine separate Infrastruktur. Auch das Catering-Tochterunternehmen der Messe Frankfurt, Accente Gastronomie Service GmbH, will mit den leichten E-Nutzfahrzeugen seine ambitionierten Ziele im Bereich des Green Catering sowie eines komplett emissionsfreien Fuhrparks weiter vorantreiben.

Radverkehrsanteil bei den Mitarbeitern soll auf 15 Prozent steigen

Das Fahrrad ist heute schon für mehr als zehn Prozent der Mitarbeiter am Standort Frankfurt das tägliche Verkehrsmittel für ihren Weg zur Arbeit. Sie leisten damit einen wertvollen Beitrag zu einer nachhaltigeren Mobilität in der Stadt und tun auch noch etwas für ihre Gesundheit. Und auch die Messe Frankfurt selbst trägt als fahrradfreundliches Unternehmen viel zu diesem Engagement bei. Dafür wurde sie 2017 vom Regionalverband FrankfurtRheinMain, dem Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Club (ADFC) Hessen und dem Zweckverband Raum Kassel mit dem bike + business-Award ausgezeichnet.

Um die weitere Entwicklung der fahrradfreundlichen Infrastruktur auf dem Messegelände voranzutreiben, wurde der von Mitarbeitern gegründete Arbeitskreis Fahrrad in den Bereich Logistics der Messe Frankfurt integriert. Hier werden die notwendigen Ressourcen für weitere Maßnahmen auf dem Messegelände bereitgestellt. Ziel ist es, bis zum Jahr 2020 bei den Mitarbeitern einen Radverkehrsanteil von 15 Prozent zu erreichen. In einer eigens eingerichteten Community informiert der Arbeitskreis Fahrrad deshalb regelmäßig über Neuigkeiten und nimmt Anregungen der Mitarbeiter entgegen.

Auf dem Messegelände gibt es mittlerweile über 340 Abstellplätze für Fahrräder, Duschmöglichkeiten sowie ein rund um die Uhr nutzbares Reparaturset. Als ideales Fortbewegungsmittel auf unserem weitläufigen Messeareal sind rund 140 Dienstfahrräder im Einsatz. Zusätzlich gibt es einen Fahrradpool, der bei Bedarf auch von unseren Kunden genutzt werden kann.

340

Abstellplätze für Fahrräder auf dem Messegelände in Frankfurt.



Messe Frankfurt als Arbeitgeber – Vielfalt und Teamleistung

Das Wohlergehen unserer Belegschaft liegt dem Management am Herzen. Unsere Mitarbeiter sind die Assets der Unternehmensgruppe. Wir wollen sie langfristig im Unternehmen halten, sorgen für überdurchschnittlich gute Arbeitsbedingungen, ein gutes Arbeitsklima und Entwicklungsmöglichkeiten. Die Fluktuationsrate im Unternehmen ist seit vielen Jahren außerordentlich gering. Dies ist ein Zeichen dafür, dass sich unsere Mitarbeiter in ihrem Arbeitsumfeld wohlfühlen. Mit einer betrieblichen Altersvorsorge können sie ebenso rechnen wie mit dem betrieblichen Gesundheitsmanagement. Dazu gehört auch ein „Employee Assistance“-Programm, eine externe Beratungsstelle für die Mitarbeiter. Neutrale Experten unterstützen bei privaten wie beruflichen Problemen, von Arbeitsplatzproblemen bis zu Rechtsfragen.

Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Es gibt zahlreiche familienfreundliche Maßnahmen im Unternehmen. Dazu gehören unterschiedliche Arbeitszeitmodelle wie Teilzeit und Telearbeit. In Kooperation mit einem Familienservice werden neben einer Back-up-Betreuung (Notfallbetreuung und/oder Ferienprogramm, insgesamt 15 Tage im Jahr) kostenlose Seminare zum Thema Familie und Erziehung sowie ein Ferienprogramm für Kinder angeboten. Nicht zuletzt ist dadurch der Anteil von Frauen in Führungspositionen in den vergangenen Jahren weiter gestiegen und liegt aktuell am Standort Frankfurt bei über einem Drittel.

Mehr als 2.500 Mitarbeiter sind in der Unternehmensgruppe Messe Frankfurt beschäftigt. Innovationsstärke, Flexibilität und Begeisterungsfähigkeit sind wesentliche Erfolgsfaktoren in unserem Berufsalltag, Transparenz und Effizienz wichtige Bausteine in der betrieblichen Aus- und Weiterbildung. Mit einem kompetenzorientierten Schulungsmanagement fokussieren wir uns auf eine gezielte und systematische Entwicklung, in der jeder Mitarbeiter seinem Aufgabengebiet entsprechend weiter qualifiziert wird. Kern des Schulungsmanagements ist es, Anforderungen transparent abzubilden, im Dialog zu orientieren statt zu kategorisieren und das Schulungsangebot entsprechend bedarfsgerecht und individuell zu gestalten. Neben Führungs- und Fachkompetenzen gehört aber auch die Entwicklung von Softskills zu den Grundsätzen unseres Weiterbildungsprogramms. Neben etablierten Schulungen kommen immer wieder neue Themen dazu, beispielsweise zu Gender-Awareness oder generationenübergreifendem Führen.

Die Messe Frankfurt bildet an ihrem Heimatstandort in fünf unterschiedlichen Berufen beziehungsweise dualen Studiengängen aus.



Die Messe Frankfurt bildet an ihrem Heimatstandort in fünf unterschiedlichen Berufen beziehungsweise dualen Studiengängen aus.

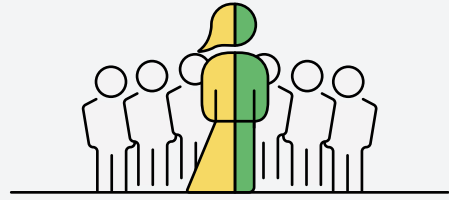
Als Ausbildungsbetrieb legen wir viel Wert auf eine hochwertige Ausbildung, die unseren Nachwuchs fordert und fördert und auf gegenseitiger Wertschätzung basiert. Deshalb haben wir uns auch dem Ausbildungskodex der Veranstaltungswirtschaft <https://100pro.org/> verpflichtet, der sich für konkrete Qualitätsstandards für Betriebe und Hochschulen einsetzt und die entsprechende Qualität der Ausbildung transparent und sichtbar macht.

Und weil unser Nachwuchs von seiner Ausbildung überzeugt ist, nutzte er die Berufsbildungsmesse „Einstieg“, um für seinen Arbeitgeber zu werben, über die Ausbildungsmöglichkeiten im Headquarter in Frankfurt zu informieren und mit interessierten Eltern und Schülern spannende Gespräche zu führen.

Übrigens: Für ihr Engagement in der Berufsausbildung wurde die Messe Frankfurt im Sommer 2018 von der Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main ausgezeichnet.

Schon gewusst? Die Messe Frankfurt gehört nach einer unabhängigen Datenerhebung durch das überregionale Nachrichtenmagazin FOCUS wiederholt zu Deutschlands besten Arbeitgebern. Gemeinsam mit dem Business-Netzwerk Xing und der Arbeitgeber-Bewertungsplattform Kununu hat FOCUS dabei 70.000 Bewertungen in 22 Branchen zu den Themen Arbeitsplätze, Führungsstil, Betriebsklima und Aufstiegschancen geprüft.

Diese Auszeichnungen sind nicht zuletzt für jeden einzelnen Mitarbeiter im Unternehmen eine Bestätigung für Engagement und Einsatz.



Am Standort Frankfurt liegt der Anteil von Frauen in Führungspositionen bei über einem Drittel.



Wir fördern familienfreundliche Maßnahmen im Unternehmen, zum Beispiel unterschiedliche Arbeitszeitmodelle wie Teilzeit und Telearbeit.



Gezielte und systematische Entwicklung der Mitarbeiter wird durch kompetenzorientiertes Schulungsmanagement fokussiert und gefördert.



Freitag ist bei unseren koreanischen Kollegen „Family Day“

Um die Work-Life-Balance weiter zu verbessern, hat unsere Tochtergesellschaft Messe Frankfurt Korea Ltd. den 2017 eingeführten „Family Day“ im vergangenen Jahr auf zweimal im Monat erweitert. Unsere Kollegen können so zwei Stunden früher ins Wochenende und zu ihren Familien starten. Nicht zuletzt hat das die Zufriedenheit am Arbeitsplatz erhöht.

Perspektivwechsel – einmal in die Rolle unserer Servicepartner schlüpfen

Serviceangebote unterstreichen den hohen Qualitätsanspruch und tragen zum Erfolg unserer Veranstaltungen bei. Wie können wir als Auftraggeber unseren Servicepartnern die Arbeit vor Ort erleichtern, wie Arbeitsabläufe optimieren, wie eventuelle Mängel ausgleichen? Zur Beantwortung solcher Fragen hat die Messe Frankfurt die „Frontdays“ eingeführt. Während der „Frontdays“ können unsere Kollegen bei einer Großveranstaltung auf dem Frankfurter Messegelände einen Tag bzw. stundenweise eine von rund 15 Tätigkeiten unserer Dienstleister übernehmen – beispielsweise als Abfallberater, Garderobier, Standbauer oder Verkehrsordner. Die Einschätzungen der Kolleginnen und Kollegen werden gesammelt, analysiert und die daraus gewonnenen Erkenntnisse und Verbesserungsvorschläge genutzt, unseren Kundenservice weiter zu optimieren.

Frontdays

Während der Frontdays können unsere Kollegen bei einer Großveranstaltung auf dem Frankfurter Messegelände einen Tag bzw. stundenweise eine von rund 15 Tätigkeiten unserer Dienstleister übernehmen – beispielsweise als Abfallberater, Garderobier, Standbauer oder Verkehrsordner.

Betriebliche Gesundheitsförderung

Die Messe Frankfurt betreibt ein aktives Gesundheitsmanagement, in dem der Gesundheits- und der Arbeitsschutz im Mittelpunkt stehen. Als verantwortungsvoller Arbeitgeber setzt sich das Unternehmen gezielt dafür ein, die Gesundheit seiner Belegschaft zu erhalten und zu fördern. Dafür investieren wir. Im Rahmen des seit Jahren geförderten Präventionsprogramms Messe Vital fanden im Berichtsjahr altbewährte, aber auch neue Maßnahmen statt. Angeboten wurden ebenfalls eine Gripeschutzimpfung sowie ein Hautscreening zur Krebsvorsorge. Das Programm „Gesund arbeiten – Achtsamkeit im Unternehmen“ findet in diesem Jahr zum zweiten Mal statt. Im Rahmen von Messe Vital wird das professionelle Lauftraining „Corporate Running“ fortgesetzt. Zum wiederholten Male nahmen unsere Kollegen an einer Blutspende-Aktion des Deutschen Roten Kreuzes teil.

Erfolgreicher fünfter Gesundheitstag

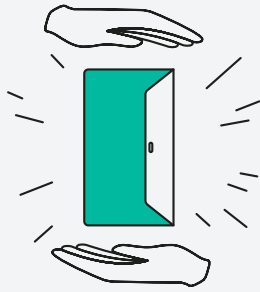
„Atme“ war das Motto des fünften Gesundheitstages. Neben einer Vielzahl von Workshops, etwa zu Taiji und Qigong, konnten sich die Mitarbeiter über ein breites Angebot informieren, mit Tipps zur Prävention von Erkrankungen und Ideen für Sport und Entspannung, die den Atemwegen guttun. Ein buntes Buffet mit gesunden Snacks, Suppen und Drinks sorgte für das leibliche Wohl. Der Besuch des Gesundheitstages wird vom Unternehmen unterstützt und ist während der Arbeitszeit möglich. Der Gesundheitstag findet seit 2010 alle zwei Jahre und mit unterschiedlichen Schwerpunkten statt. Den Aufhänger für das Motto „Atme“ lieferte ein Gesundheitsreport der Techniker Krankenkasse, demzufolge im Jahre 2016 Atemwegserkrankungen mit 35 Prozent die meisten Krankmeldungen in Unternehmen verursachten.

Der Arbeitskreis Messe Vital setzt sich seit 14 Jahren für eine gesundheitsfördernde Arbeitsumgebung ein.



Der Arbeitskreis Messe Vital setzt sich seit 14 Jahren für eine gesundheitsfördernde Arbeitsumgebung ein.





Die Messe Frankfurt unterstützt das Kinderpräventionsprojekt „Noteingang – hier finden Kinder Hilfe“, eine Initiative, die Hilfe und Schutzräume für Kinder im öffentlichen Raum bietet.

Engagement in der direkten Nachbarschaft

Wenn Kinder schnelle Hilfe benötigen

Die Messe Frankfurt unterstützt das Kinderpräventionsprojekt „Noteingang – hier finden Kinder Hilfe“, eine Initiative, die Hilfe und Schutzräume für Kinder im öffentlichen Raum bietet. Entlang der Kindergarten- und Schulwege gibt es in Frankfurt eine Vielzahl von Örtlichkeiten, die Kinder in Notfallsituationen aufsuchen können. Ein Aufkleber an den Eingangstüren der Gebäude zeigt an, dass Kinder hier schnelle Hilfe bekommen, bei alltäglichen Problemen wie einem verlorenen Hausschlüssel genauso wie bei ernsthaften Gefahren. Anlaufstelle bei der Messe Frankfurt ist seit vergangenem Jahr das Kongresshaus Kap Europa, zentral außerhalb des Messegeländes im urbanen Europaviertel gelegen und im Notfall leicht zu erreichen. Unser Unternehmen trägt mit dem Beitritt in das umfangreiche Netzwerk der Initiative zu Sicherheit und Vertrauen in unserer Nachbarschaft bei.

„Noteingang“ wurde 2008 in Kooperation mit dem Präventionsrat der Stadt Frankfurt am Main und der Polizei Frankfurt entwickelt und ist ein wichtiger Beitrag zur Stärkung der sozialen Verantwortung in Frankfurt. In Kindergärten, Schulen und über Elternmitteilungen wird regelmäßig über die Bedeutung des Projektes und des Aufklebers informiert.

Mit Kindern. Für Kinder!

Die Messe Frankfurt unterstützt langfristig die Arbeit der Kinderhilfsorganisation Children for a better World e.V. mit dem Ziel, der Kinderarmut entgegenzuwirken. Unter dem Leitgedanken „Mit Kindern. Für Kinder!“ fördern wir regelmäßig eine Betreuungseinrichtung in unmittelbarer Nähe zum Messegelände. Unsere Spende ermöglicht den Kindern täglich eine warme Mittag Mahlzeit. Das Mehrgenerationenhaus vereint Kindertagesstätten, Bildungs- und Beratungsangebote, Hausaufgabenbetreuung, Gesprächskreise sowie ein Familienrestaurant unter einem Dach. Unsere finanzielle Unterstützung garantiert benachteiligten Kindern und Jugendlichen Betreuung und soziale Aktivitäten. Und im Rahmen der schon traditionellen Weihnachtsaktion erfüllen unsere Kolleginnen und Kollegen Kinderwünsche mit liebevoll zusammengestellten Päckchen.

1994 wurde die Kinderhilfsorganisation Children for a better World e.V. unter dem Leitgedanken „Mit Kindern. Für Kinder!“ gegründet. Seitdem fördert die Organisation jährlich rund 250 Projekte und erreicht damit mehr als 10.000 Kinder und Jugendliche weltweit.



Mit Gutem aus zweiter Hand Gutes tun

Jedes Jahr veranstaltet der Kinderschutzbund Frankfurt im Hilton Frankfurt City einen Benefiz-Basar. Verkauft wird hochwertige gebrauchte Kleidung. Der Erlös kommt durch Gewalt traumatisierten Kindern und Jugendlichen zugute. Für den Basar im März haben sehr viele Kollegen mit qualitativ hochwertigen Kleiderspenden und einer großzügigen Spendensumme beigetragen.

Lebensmittel spenden statt wegwerfen

Nicht verwendetes Essen und qualitativ einwandfreie Nahrungsmittel nach Veranstaltungsende nicht wegzwerfen, sondern an karitative Einrichtungen zu spenden, ist seit Jahren ein großes Anliegen unserer argentinischen Kolleginnen und Kollegen. So wurden etwa nach Ende des World Travel & Tourismus Council (WTTC)* 200 Mahlzeiten an die Stiftung „Plato Llano“ übergeben.

*Regierungschefs, Manager und politische Entscheidungsträger diskutierten bei der Konferenz über die größten Herausforderungen, denen sich die Touristikbranche zurzeit gegenüberstellt.

Gesunde Lebensmittel im Einklang mit sozialem Engagement

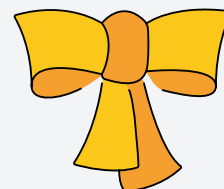
Die Messe Frankfurt Argentina war Mitorganisator des G20-Gipfels in Argentinien im Dezember vergangenen Jahres. Während der Konferenzpausen wurden den Teilnehmern gesunde Snacks in Form von Obst und Nüssen gereicht. Lieferanten waren die beiden Betriebe „En Buenas Manos“ und „Cooperativa Ora del Inca“. Auf diese Weise wurden zwei gemeinnützige Organisationen unterstützt und zugleich wurde für den Konsum natürlicher Lebensmittel geworben.

Initiative „Weihnachtspäckchen“

Manchmal braucht es nur kleine Dinge, um Menschen eine Freude zu bereiten. Unsere Kollegen der Messe Frankfurt UK Ltd. haben sich an einer Initiative in ihrem Bürokomplex beteiligt und für ältere, vor allem alleinstehende Menschen weihnachtliche Überraschungspäckchen zusammengestellt. Mit nützlichen Dingen für den täglichen Bedarf wie Handschuhen, Socken, Schals, Kosmetikprodukten, Büchern, Puzzles, Süßigkeiten gefüllt, wurden die bunten Pakete in örtlichen Alten- und Pflegeheimen verteilt.



Benefiz-Basar Frankfurt: Unterstützt durch unsere Kollegen wird mit dem Verkauf hochwertiger gebrauchter Kleidung eine großzügige Spendensumme generiert, die durch Gewalt traumatisierten Kindern und Jugendlichen zugutekommt.



Unsere Kollegen der Messe Frankfurt UK Ltd. haben sich an einer Initiative beteiligt und für ältere, vor allem alleinstehende Menschen weihnachtliche Überraschungspäckchen mit nützlichen Dingen zusammengestellt. Die bunten Pakete wurden in örtlichen Alten- und Pflegeheimen verteilt.



© Messe Frankfurt / Pietro Sutura

Mit Johann Wolfgang von Goethe durch 800 Jahre Stadt- und Messegeschichte

Die Beziehung zwischen der Stadt und der Messe ist in Frankfurt so einzigartig wie ihre gemeinsame Geschichte. Genauso beispiellos war deshalb auch die Idee, die Geschichte der Messe Frankfurt auf eine Theaterbühne zu bringen. Anlässlich der Eröffnung der neuen, zum Teil rekonstruierten Frankfurter Altstadt beteiligte sich unser Unternehmen mit einem Theaterstück am Bürgerfest. Anekdotenhaft beschreibt die Handlung den Weg vom kaiserlich privilegierten Messeplatz hin zur global führenden Unternehmensgruppe. Geschrieben wurde das Stück von der Dramatischen Bühne Frankfurts und am 28. und 30. September 2018 uraufgeführt. Der Eintritt für die elf Aufführungen war für alle Bürger kostenfrei.

Klangwelten – das Adventskonzert der Messe Frankfurt

Seit nunmehr 32 Jahren gehört das Adventskonzert der Messe Frankfurt am 2. Adventssonntag zum feierlichen Abschluss des Jahres. Als 1983 der renommierte Organist Professor Edgar Krapp den Frankfurter Musikpreis erhielt, ist die Idee entstanden, ein Orgelkonzert für Geschäftspartner und Mitarbeiter der Messe Frankfurt zu veranstalten, um in entspanntem Rahmen in ungezwungener Atmosphäre ins Gespräch zu kommen und Musik zu genießen. Zunächst im Wechsel mit dem Bach-Trompetenensemble und dem Süddeutschen Kammerchor präsentieren sich jährlich junge Solisten und Interpreten aus der Musikbranche. Auch 2018 war das Adventskonzert mit der Sopranistin Katja Stuber für die Teilnehmer der Auftakt in die besinnliche Zeit.



© Messe Frankfurt

Internationales Messestädte-Fußballturnier – gemeinsames Kicken verbindet

Fußball verbindet Menschen und Kulturen. Und auch beim jährlich ausgetragenen internationalen Messestädte-Fußballturnier hat neben dem Sport der freundschaftliche Austausch der Messengesellschaften untereinander Priorität. Gastgeber für das traditionsreiche Turnier, das abwechselnd in einer der teilnehmenden Messestädte stattfindet, war im vergangenen Jahr wieder einmal die Messe Frankfurt. Zur 39. Ausgabe des Turniers vom 25. bis 27. Mai waren Mannschaften und Delegationen aus Amsterdam, Utrecht, Berlin, Hamburg, Hannover, Köln, Düsseldorf und erstmals auch von Reed Exhibitions der Einladung in die Mainmetropole gefolgt. Organisiert wurde das Turnier von unserer Betriebssportgruppe Fußball, die auf reichlich Unterstützung aus dem Kollegenkreis zählen konnte. Eine Vielzahl sportbegeisterter Helferinnen und Helfer und noch mehr Fans sorgten für einen reibungslosen Ablauf und für ein erlebnisreiches und unvergessliches Wochenende bei bester Stimmung und sommerlichen Temperaturen. Neben einem spannenden und fairen Wettkampf auf dem Rasen begeisterten die Welcome-Party sowie der Gala-Abend mit Siegerehrung im Anschluss an das Finale.



© Messe Frankfurt

Das Internationale Messestädte-Fußballturnier gibt es in seiner jetzigen Form seit 1979. Doch schon 1955 wurde der erste

„Coupe des villes de foires“ ausgetragen. Aus diesem Wettbewerb ging der spätere UEFA-Cup hervor, der fortan für alle Vereine geöffnet war.

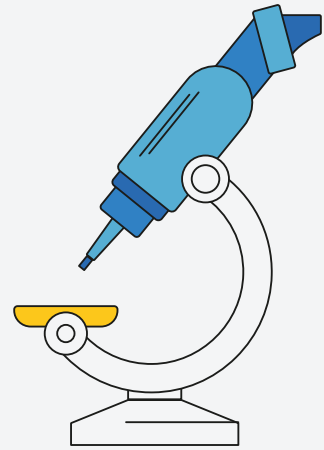
Engagement für fachliche Ausbildung der nächsten Generation

Mit Beginn des Wintersemesters 2018/2019 unterstützt die Messe Frankfurt für die kommenden fünf Jahre die Bachelor-Studiengänge „Real Estate und Facility Management“ und „Real Estate und Integrale Gebäudetechnik“ an der Frankfurt University of Applied Sciences (Frankfurt UAS). Mit der Partnerschaft im Rahmen ihrer Sponsoring- und Spendenstrategie fördert die Messe Frankfurt nicht nur eine wissenschaftliche Einrichtung an ihrem Heimatstandort, sondern investiert mit ihrem Engagement auch in die Fachkräfte-Ausbildung. Die Studiengänge bilden Fachkräfte für Facility-Management und integrale Gebäudetechnik aus, Fachkräfte, die auch die Messe Frankfurt benötigt, um Immobilien zu planen, zu betreiben, zu warten und zu erhalten. Gerade vor dem Hintergrund zunehmender Ressourceneffizienz, Energieeinsparungen, Vernetzung und Sicherheit braucht es künftig gut ausgebildete Spezialisten. Insgesamt können durch die Kooperation 54 Studienplätze finanziert werden. Einen entscheidenden Mehrwert haben die Studierenden durch Expertenvorträge von Messe Frankfurt-Mitarbeitern an der Hochschule sowie durch qualifizierte und praxisnahe Exkursionen zum Thema Gebäudetechnik auf dem Messegelände.

Mit mehr als 70 Veranstaltungen rund um das Themenfeld Technology besitzt die Messe Frankfurt im Bereich Gebäudetechnologie die international bedeutendsten Messen. Weltweit gehören 27 Veranstaltungen aus dem Bereich Building Technologies dazu, beispielsweise die ISH, Weltleitmesse für Wasser, Wärme, Klima, mit Brandveranstaltungen in Indien und China sowie die Light + Building, Weltleitmesse für Licht und Gebäudetechnik.

Messen sind auch für Millennials Teil des idealen Marketingmix

In Kooperation mit der Messe Frankfurt haben Studierende der EBS Universität für Wirtschaft und Recht (Wiesbaden und Rheingau) untersucht, was sich Millennials – und damit potenzielle zukünftige Messeteilnehmer – von Messen der Zukunft wünschen. Im Ergebnis sollten Messen sich noch stärker zu Events entwickeln, die man unter keinen Umständen verpassen will.



Finanzierung von
54 Studienplätzen durch
Kooperation.



Nachhaltigkeit auf unseren Veranstaltungen

Schlüsselrolle Gebäudetechnik

Nach den Klimaschutzplänen des Pariser Abkommens soll bis zur zweiten Hälfte unseres Jahrhunderts weltweit eine Treibhausgasneutralität erreicht werden. Handlungsfelder sind unter anderem in der Energieversorgung und im Gebäudebereich. Vor dem Hintergrund einer weiter wachsenden Weltbevölkerung und der zunehmenden Urbanisierung bei einem gleichzeitig ressourcenschonenden Umgang mit Wasser und Energie kommt einer effizienten und intelligenten Gebäudetechnik eine besondere Schlüsselrolle zu. Digitalisierung und Interkonnektivität von Systemen leisten hier einen wertvollen Beitrag, genauso wie die schnellen Innovationszyklen der Haus- und Gebäudetechnik in den Bereichen Wasser, Wärme und Klima. Für die weltweiten Branchenplayer und Experten sind deshalb Leitmesen rund um Building Technologies eine wichtige Plattform, um globale Herausforderungen zu thematisieren und Lösungen im interdisziplinären Austausch zu präsentieren.

Einer der größten Energieverbrauchssektoren ist der Wärmemarkt, hier bieten sich die höchsten Energieeinspar- und CO₂-Minderungspotenziale. Nicht nur in Deutschland und Europa ist der Anlagenbestand dramatisch veraltet und verbraucht zu viel Energie. Erklärtes Ziel der ISH, Weltleitmesse für Wasser, Wärme und Klima, im März war es deshalb mit Blick auf die globale Energiepolitik, effiziente und nachhaltige Technologien bei gleichzeitigem Komfort zu fördern. Nachhaltige Sanitär Lösungen, intelligentes Wassermanagement und Trinkwasserhygiene standen genauso im Fokus der Weltleitmesse wie die übergreifenden Themen Internet of Things (IoT) und Building Information Modeling (BIM).

Verantwortungsbewusste textile Innovationen

Auf der Weltklimakonferenz in Polen im Dezember 2018 wurde von 40 führenden Modeunternehmen, Organisationen und Verbänden erstmals ein weltweites Klimaschutzabkommen für die Textilbranche unterzeichnet. Nachhaltigkeit ist inzwischen ein zentraler Bestandteil auf den weltweit über 50 Textilveranstaltungen der Messe Frankfurt – von der Produktion über die Verarbeitung und die Materialien bis hin zur Mode. Die Messe Frankfurt unterstützt systematisch die Entwicklung zu mehr Nachhaltigkeit in der Textilindustrie. Und nicht zuletzt birgt der ökologische Wandel für unsere Aussteller auch aus ökonomischer Sicht enormes Potenzial.

Auf der Heimtextil, internationale Leitmesse für Wohn- und Objekttextilien, bietet das „Green Village“ einen Anlaufpunkt in Sachen Öko-Zertifizierungen, Innovationen und Veränderungen der Wertschöpfungskette. Der „Green Directory“ mit aktuell rund 150 Unternehmen listet besonders fortschrittlich arbeitende und nachhaltig produzierende Hersteller auf und gibt den



© Messe Frankfurt / Jochen Günther



© Messe Frankfurt / Petra Weizel

Besuchern in einer eigenen Vortragsreihe wertvolle Impulse. So haben beispielsweise im Januar zahlreiche Aussteller progressive Lösungsansätze gezeigt wie im Recycling von Ozeanplastik und PET-Flaschen und im Einsatz von zertifizierten Naturmaterialien.

Nachhaltige Innovationen, technologische Entwicklungen und Konzepte gehören auf der Techtextil, internationale Leitmesse für technische Textilien und Vliesstoffe, und auf der Texprocess, der internationalen Leitmesse für die Verarbeitung textiler und flexibler Materialien, zu den zentralen Elementen. Erstmals machten beide Veranstaltungen im Mai die Nachhaltigkeitsbemühungen der Aussteller mit Innovation Awards sowie dem Texprocess Forum mit einem Ableger des internationalen Konferenzformats Fashionsustain sichtbar. Bei dieser Konferenz der Messe Frankfurt rund um nachhaltige Innovationen steht ausschließlich Nachhaltiges in der Textil- und Modebranche im Fokus. Das Trendthema „Urban Living – City of the Future“ auf der Techtextil fand mit einem Blick in die Zukunft und der Frage, wie technische Textilien zukünftig urbanes Leben prägen, besonders viel Aufmerksamkeit.

Veränderungen zu einem wertebasierten Wachstum in der Mode- und Textilbranche aufzuzeigen und aktiv voranzutreiben ist das Ziel von Neonyt. Das Hub-Konzept vereint Mode, Nachhaltigkeit, Innovationen mit Business und Knowledge zu einem besonderen Event. Das umfassende Nachhaltigkeitskonzept von Neonyt zieht sich wie ein grüner Faden durch die komplette Veranstaltung, von den Kollektionen der ausstellenden Modelabels über nachhaltiges Catering bis hin zur Verwertung des Baumaterials aus Messeständen und Bühnenbauten und die Abgabe an gemeinnützige und soziale Initiativen. So wurden auf der Neonyt im Januar rund 800 Kilogramm wieder verwendbares Material vor dem Müllcontainer gerettet.

Erstmals waren die Vereinten Nationen als Partner der Conscious Fashion Campaign mit einem Stand auf der Neonyt Trade Fair vertreten und präsentierten ihre – unter dem Namen Sustainable Development Goals (SDG) bekannte – Nachhaltigkeitsagenda im Kontext der Berlin Fashion Week einem Modepublikum. Die Conscious Fashion Campaign repräsentiert Sustainable-Fashion-Brands, die sich für ein Umdenken der Branche engagieren.



© Messe Frankfurt / Patrice Brylla



© Messe Frankfurt / Patrice Brylla



© Projecto Seda

Die Seidenproduktion ist eine handwerkliche Tätigkeit, die sich ideal in Familienbetrieben bewerkstelligen lässt und damit Einkommen sichert.

Seidenraupenzucht

„Proyecto Seda“ ist eine lateinamerikanische Initiative zur Förderung der Seidenraupenzucht. Sie wurde vom argentinischen INTI (Nationales Institut für Industrielle Technik) mit Unterstützung der EU zur Förderung der partnerschaftlichen Zusammenarbeit ins Leben gerufen. Das Projekt soll mithilfe, Armut in mehreren Ländern Lateinamerikas und in der Karibik nachhaltig zu bekämpfen, das Wirtschaftswachstum in landwirtschaftlich geprägten und suburbanen Gebieten zu unterstützen und auf diese Weise Wirtschaftswachstum nachhaltig zu fördern. Auf unseren Textilfachmessen Emitex, Simatex und Confemaq in Buenos Aires hat unsere Tochtergesellschaft Messe Frankfurt Argentina der Initiative auf einer Sonderfläche die Möglichkeit geboten, sich einem breiten Fachpublikum zu präsentieren. Dabei wurden die verschiedenen Stufen der Zucht des Seidenspinners (*Bombyx mori*) gezeigt sowie Produkte vorgestellt, die aus dem Seidenfaden entstehen. Das Spektrum reicht von Kleidung und Schmuck bis hin zu Hygieneartikeln, Medikamenten und Kosmetikartikeln wie Zahnseide und Peelings.



© Messe Frankfurt / Jochen Günther

Förderung des Nachwuchses quer durch unsere Branchen.

Die Seidenproduktion ist eine handwerkliche Tätigkeit, die sich ideal in Familienbetrieben bewerkstelligen lässt. Sie benötigt keine großen Anbauflächen, Spezialtechnik oder Fachkräfte und eignet sich daher gut für die unkomplizierte, schnelle Erschließung einer neuen Erwerbsquelle.

Kompetente Weiterbildung für Nachwuchs und „alte Hasen“

Messen sind aufgrund ihrer hohen Innovationsdichte perfekte Begegnungsplattformen zwischen Industrie und Handel, aber auch um Nachwuchs zu finden, Talente zu fördern und nach geeigneten Fachkräften zu suchen. Und umgekehrt knüpfen viele Studenten, Auszubildende und junge Absolventen auf unseren Veranstaltungen wertvolle Kontakte. Die Messe Frankfurt fördert die Aus- und Weiterbildung des Nachwuchses quer durch ihre Branchen. Und auch für Fachkräfte mit Erfahrung gibt es viele praktische Weiterbildungsangebote. So auch auf der Automechanika, internationale Leitmesse der Automobilbranche für Ausrüstung, Teile, Zubehör, Management & Services. Wie viele andere Branchen steht auch die Automobilindustrie – und hier insbesondere die marken gebundenen, aber auch die freien Werkstätten – vor großen Herausforderungen, beispielsweise durch Digitalisierung und ressourcenschonendes Handeln. Handlungsfelder wie Elektromobilität, alternative Antriebe und autonomes Fahren treiben die Branche um. Rege genutzt wurde daher auch das Weiterbildungsangebot auf der Veranstaltung im September letzten Jahres. Experten aus führenden Unternehmen und berufsbildenden Verbänden gaben Einblicke in die vielfältigen Berufszweige. Die Nachwuchs-Profis konnten sich direkt am Auto ausprobieren. Zu den täglich 15 kostenfreien Workshops kamen über 700 Teilnehmer aus mehr als 20 Ländern. Die Teilnahme wurde mit einem Zertifikat bestätigt. Das Angebot der Automechanika Academy reichte von zukunftsweisenden Fachvorträgen über Diskussionsrunden und Präsentationen bis hin zu Workshops.



© Messe Frankfurt / Jochen Günther

Der Mensch im Mittelpunkt

Fairer Handel, sozialverträgliche und innovativ nachhaltige Produktion im Konsumgüterbereich sind längst keine Randscheinungen mehr. Konsumenten wollen verstärkt wissen, woher die Produkte kommen und wie sie verarbeitet wurden. So werden auf der Ambiente, internationale Leitmesse der Konsumgüterbranche, vorbildhafte Hersteller in einem eigenen Booklet, dem Ethical Style Guide, zusammengefasst. Und mit ihren engagierten Projekten waren drei Initiativen aus dem Fairtrade- und Nachhaltigkeits-Umfeld im Februar in Frankfurt zu Gast.

Die weltweite Nachfrage nach handwerklich hergestellten Produkten steigt. Eine ideale Voraussetzung für MADE51, sich einem breiten internationalen Publikum zu präsentieren. Die globale Initiative des Flüchtlingshilfswerks der Vereinten Nationen (UNHCR), die mit Partnern aus der Wirtschaft kooperiert, hat es sich zur Aufgabe gemacht, geflüchteten Kunsthandwerkern langfristig zu einer neuen Existenz zu verhelfen und sie gleichzeitig bei der Bewahrung von traditionellem Wissen und Fertigkeiten zu unterstützen. Nicht zuletzt durch die hohe Internationalität auf der Ambiente werden optimale Grundlagen geschaffen, um traditionelles Handwerk nachhaltig in Wertschöpfungsketten zu integrieren.

Alternative Business-Modelle und Fairness zu fördern ist das Ziel der World Fair Trade Organization (WFTO). Die globale Gemeinschaft setzt sich aus über 400 Mitgliedern zusammen, darunter 330 Fair-Trade-Betriebe sowie 70 Organisationen und Netzwerke. In Frankfurt fand die Organisation den passenden Rahmen, um wertvolle Kontakte zu knüpfen. Die Palette der gezeigten Produkte reichte dabei von Geschenken über Home-ware, Fashion, Gesundheitsartikel bis hin zu Lebensmitteln.

Kleine Hersteller aus Entwicklungsländern auf ihrem Weg vom lokalen Betrieb in internationale Wirtschaftsmärkte zu begleiten ist das Ziel des Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries (CBI). CBI wurde 1971 vom niederländischen Außenministerium gegründet. Auf der Ambiente wurden unter anderem Produkte von Zulieferern aus Ägypten und aus dem Libanon sowie Produkte der Initiative MADE51 gezeigt.



Indien war Partnerland der Ambiente 2019 und begeisterte mit seinen unzähligen Facetten, Traditionen, kreativen Visionen und Talenten. Die traditionelle Handwerkskunst ist eine Stärke Indiens, sowohl bei klassischen als auch bei modernen Produkten. Geschäftsführer Detlef Braun bei der Eröffnung der Partnerland-Präsentation.





Eine schöne Tradition: Nach Veranstaltungsende der Creativeworld spenden die Aussteller Bastel- und Kreativprodukte an das Frankfurter Kinderbüro, die von dort ihren Weg zu mehr als 50 Kinder- und Jugendeinrichtungen in der Stadt finden.



„Kreativ hilft“ – Spenden für das Frankfurter Kinderbüro

Die Creativeworld, internationale Fachmesse für den Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarf, ist im Januar zusammen mit der Paperworld und der Christmasworld internationaler Treffpunkt ihrer jeweiligen Communitys, mit zuletzt rund 3.120 Ausstellern aus fast 70 Ländern. Ein schöner traditioneller Abschluss der Creativeworld ist, dass Aussteller nach Veranstaltungsende Bastel- und Kreativprodukte an das Frankfurter Kinderbüro spenden. Von dort werden Materialien wie Leinwände, Pinsel, Farben, Stifte, Stoffe, Knete und Sticker an mehr als 50 Kinder- und Jugendeinrichtungen in der Stadt verteilt. Krabbelgruppen, Familienzentren und Grundschulen sowie Flüchtlingsunterkünfte profitieren davon.

Auch in diesem Jahr war die Aktion, an der sich rund 90 nationale und internationale Aussteller beteiligten, sehr erfolgreich. Die Spendenaktion wird vom Organisationsteam der Creativeworld in enger Zusammenarbeit mit dem Frankfurter Kinderbüro organisiert. Unsere Kollegen stellen dem Kinderbüro kostenlos einen eigenen Stand auf der internationalen Fachmesse zur Verfügung und damit den direkten Kontakt mit den ausstellenden Unternehmen her.

Wie die gespendeten Materialien in kleine Kunstwerke umgewandelt werden, zeigt die Ausstellung „KinderArt“ mit Bildern und Skulpturen von Kindern und Jugendlichen im Alter zwischen zwei und 14 Jahren. Diese können gegen eine Spende, die in den Fonds „Förderpatenschaften des Frankfurter Kinderbüros“ fließen, erworben werden. Dadurch werden seit vielen Jahren Kinder bis 14 Jahre, deren Eltern ihnen dies finanziell nicht ermöglichen können, in Kunst, Musik und Sport unterstützt.

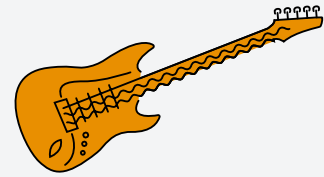
Paperworld spendet Bücher

Kindergärten, Schulen, Seniorenheime und soziale Einrichtungen konnten sich wieder über zahlreiche Bücherkisten aus der Sonderschau „Mr. Books & Mrs. Paper“ freuen. Traditionell spenden namhafte Verlage ihre aktuellen Bücher zusammen mit Papeterie- und Geschenkartikeln aus der Sonderschau der Paperworld, internationale Frankfurter Messe für Papier, Bürobedarf und Schreibwaren, nach Messeschluss an den Arbeiterwohlfahrt* Kreisverband Frankfurt am Main (AWO). Dieser verteilt die Publikationen und Artikel an Kindergärten, Schulen, Seniorenheime und soziale Einrichtungen in Frankfurt. Die Messe Frankfurt organisiert seit 2013 zusammen mit der Arbeiterwohlfahrt die Spendenaktion.

* Die Arbeiterwohlfahrt gehört zu den sechs Spitzenverbänden der Freien Wohlfahrtspflege in Deutschland.

Discover Music ...

... ist das etablierte Nachwuchs-Förderprojekt (vormals Musik-4Kidz) auf der Musikmesse Frankfurt und nur eines von vielen Bildungsangeboten im Rahmen der größten europäischen Messe der Musikwirtschaft. Mit ihren Mitmachaktionen, mit hochkarätigen Vorträgen, Workshops, Diskussionsrunden und Wettbewerben richtet sich die Musikmesse an alle Akteure aus dem Bereich der musikalischen Bildung. So sind allein mehr als 140.000 Kinder in den vergangenen Jahren auf dem Frankfurter Messegelände auf musikalische Entdeckungsreise gegangen. Verstärkt greift die Messe Frankfurt neue Themenfelder auf und erweitert das „Education“-Programm auf der Veranstaltung, beispielsweise um das Thema Musiktherapie und deren Methoden. Die Musiktherapie ist ein anerkanntes medizinisches Verfahren und wird bei einer ganzen Reihe von Krankheiten mit Erfolg eingesetzt. Viele Therapeuten profitieren von der innovativen Branche, die sich beständig weiterentwickelt. Neben handwerklich erstellten Therapie-Instrumenten hat auch die Digitalisierung in diesem Metier längst Einzug gehalten, in Form von Anwendungen wie Musik-Apps. Erstmals hat die Messe Frankfurt mit der Deutschen Musiktherapeutischen Gesellschaft (DMtG) in diesem Jahr den Wettbewerb „Neue Therapie-Instrumente“ ausgeschrieben und will damit zukunftsweisenden Projekten der Branche eine prominente Plattform geben.



140.000 Kinder auf
musikalischer Entdeckungsreise.



© Messe Frankfurt / Pietro Sutura

© Messe Frankfurt / Pietro Sutura

Die 10 Prinzipien des UN Global Compact

Menschenrechte



01

Unternehmen sollen den Schutz der internationalen Menschenrechte unterstützen und achten.



02

Unternehmen sollen sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen.

Arbeitsnormen



03

Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen wahren.



04

Unternehmen sollen für die Beseitigung aller Formen von Zwangsarbeit eintreten.



05

Unternehmen sollen für die Abschaffung von Kinderarbeit eintreten.



06

Unternehmen sollen für die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Erwerbstätigkeit eintreten.

Umwelt



07

Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen dem Vorsorgeprinzip folgen.



08

Unternehmen sollen Initiativen ergreifen, um größeres Umweltbewusstsein zu fördern.



09

Unternehmen sollen die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien beschleunigen.

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
Telefon +49 69 7575-5764
csr@messefrankfurt.de
www.messefrankfurt.de
V. i. S. d. P.: Iris Jeglitza-Moshage
Redaktion: Claudia Lehning-Berge