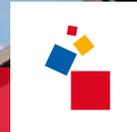


messe frankfurt

# UN Global Compact Fortschrittsbericht

2020/2021



# Inhalt

3	Unsere Haltung
4	Unsere Verantwortung
7	Unsere Aufgabe
9	Corporate Social Responsibility
10	Nachhaltigkeit im Unternehmen
14	Messe Frankfurt als Arbeitgeber
18	Engagement in der direkten Nachbarschaft
22	Unsere Messeveranstaltungen – richtungsweisend und nachhaltig
27	Die zehn Prinzipien des UN Global Compact



# Unsere Haltung

Gerade in Zeiten wie diesen sind in Unternehmen Augenmaß und Mut mehr denn je von Nöten. Die Pandemie hat von eben auf jetzt internationale Geflechte und Strukturen verändert, eine bisher in dieser Weise nie dagewesene Situation mit gravierendem Einfluss auf Wirtschaft und Gesellschaft. Für unsere Branchen und für uns als Messeveranstalter und Partner unserer Kund\*innen gilt es, unter stark veränderten Rahmenbedingungen die Herausforderungen zu meistern.

Messen sind ein wesentliches Element im globalen Wirtschaftsgebilde. Nicht zuletzt ist ihre Sekundärwirkung auf Kaufkraftzufluss und Beschäftigung enorm. Gerade für kleine und mittelständische Unternehmen sind sie eine wichtige Präsentations- und Vertriebsplattform. Als einmalige Orte der persönlichen Begegnungen kommen auf unseren Veranstaltungen Menschen aus ganz unterschiedlichen Kulturen zusammen, um sich auszutauschen und gemeinsam Visionen zu entwickeln. In einer durch Globalisierung und Digitalisierung sich

radikal wandelnden Welt sind es diese persönlichen und internationalen Begegnungen, die Vertrauen schaffen und Vorurteile abbauen. Auch wenn die aktuelle Situation den persönlichen Austausch erschwert, sind wir sicher, dass Messen nicht in ihrem ureigenen Kern erschüttert werden. Sie werden auch nach der Pandemie Treiber von Zukunftstechnologien sein und richtungsweisende Begegnungsplattformen für ihre Branchen. Hier können Menschen miteinander in einen lebendigen Dialog treten, jede Begegnung bereitet den Nährboden für langfristige Partnerschaften und nachhaltiges Engagement.

Die Prinzipien nachhaltigen Handelns und Wirtschaftens bestimmen seit Jahrzehnten die strategische Ausrichtung der Messe Frankfurt. Unser erklärtes Ziel ist es, generationsübergreifend unsere Unternehmensgruppe rentabel und erfolgreich weiter zu entwickeln. Dabei integrieren wir Nachhaltigkeitsansätze in immer mehr Bereiche unseres Handelns. Unser Selbstverständnis ist es, mit unseren Kund\*innen, dienstleistenden Unternehmen, Gesellschafter\*innen und Mitarbeitenden respektvoll und fair umzugehen. Gesellschaftliche Verantwortung sehen wir als einen festen Bestandteil unseres Tuns. Auch in diesen schwierigen Zeiten können sie sich auf uns verlassen. Wir bleiben mit ihnen in Kontakt, stets mit Blick auf das Mögliche und Zweckmäßige im Sinne der beteiligten Branchen.

Die unternehmerische Verantwortung der Messe Frankfurt ist an den Grundsätzen des UN Global Compact ausgerichtet. Wir bekennen uns zu den zehn Prinzipien aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Anti-Korruption. Der Einhaltung dieser Prinzipien fühlen wir uns verpflichtet.

Ihr

Wolfgang Marzin

Vorsitzender der Geschäftsführung  
der Messe Frankfurt



Foto: Messe Frankfurt / Pietro Saverio

# Unsere Verantwortung

## Mehrwert für Wirtschaft und Gesellschaft

Das Selbstverständnis der Messe Frankfurt besteht darin, mit ihrer Branchenexpertise die erste Wahl für ihre Kund\*innen zu sein. Als Partnerin ihrer Branchen kann die Unternehmensgruppe mit ihren weltweiten Leitmessen dabei gezielt unterstützen.

Internationale Fachmessen wie die unter dem Dach der Messe Frankfurt gehören zu den leistungsstärksten Motoren der Wirtschaft. Seit März vergangenen Jahres hat die Corona-Pandemie die globale Messewirtschaft in weiten Teilen auf Eis gelegt. Die Folgen sind fatal. Stark betroffen sind auch die Branchen, die rund um das Veranstaltungsgeschäft tätig sind. Das sind Hotellerie und Fluggesellschaft-

ten, der Messestandbau, die unterschiedlichsten Gewerke sowie der stationäre Einzelhandel. Bis heute dürfen wir trotz strenger Hygienemaßnahmen nur wenige und lokal begrenzte physische Veranstaltungen weltweit realisieren, nicht zuletzt bedingt durch Reiserestriktionen, Verordnungen und damit einhergehend allgemeinen Verunsicherungen.



Geschäftiges Messetreiben unter strengen Hygienemaßnahmen.



Unternehmen brauchen auch in Zeiten geringer Präsenzmöglichkeiten und Kontaktbeschränkungen international vernetzte Plattformen. Bis wir physische Messen wieder wie gewohnt ausrichten können, bieten wir unseren Branchen eine Vielzahl von digitalen Formaten an, individuell auf die unterschiedlichen Bedürfnisse zugeschnitten. Digital oder/und hybrid sind diese für unsere Kund\*innen von entscheidendem Mehrwert, sei es in der Reichweitenoptimierung, Leadgenerierung oder im Matchmaking. Sie werden ein fester Bestandteil im Portfolio unserer Messen bleiben, jedoch nicht der Ersatz für die reale Begegnung sein. Vertrauensbildung, Netzwerken, der Austausch kontroverser Themen, die Qualitätsprüfung und das haptische Erleben von Produkten kann in seiner Komplexität nur eine physische Begegnungsplattform leisten. Das wird uns auch in vielen Gesprächen gespiegelt.

In Frankfurt gibt es seit rund 800 Jahren Messen. Weltweit zu Hause, ist unser Unternehmen wirtschaftlich und kulturell fest in seiner Heimatstadt und in der Rhein-Main-Region verankert. Das ist auch das Resultat der fruchtbaren Zusammenarbeit mit unseren Gesellschafter\*innen, der Stadt Frankfurt und dem Land Hessen. Sie gewähren der Unter-

nehmensgruppe die entsprechenden unternehmerischen Möglichkeiten. Wir kooperieren mit vielen öffentlichen Institutionen und schaffen gegenseitige wertvolle Synergien. Unsere gesellschaftliche Verantwortung nehmen wir ernst und fördern in unserer unmittelbaren Nachbarschaft Einrichtungen und Initiativen in den Handlungsfeldern Bildung, bildende Kunst, Sport sowie Soziales. Und auch in unseren Tochtergesellschaften rund um den Globus engagieren sich die Mitarbeitenden in vielen gemeinschaftlichen Projekten.



Mit digitalen Ersatzformaten bleiben wir mit unseren Kund\*innen in Kontakt.

## Die Unternehmensgruppe im Überblick

Die Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Die Geschäftsinteressen unserer Kund\*innen unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal der Unternehmensgruppe ist das globale Vertriebsnetz, das engmaschig alle Weltregionen abdeckt. Entsprechend ihrer strategischen Ausrichtung baut das Unternehmen seine 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.

Die Unternehmensgruppe hat im Jahr 2020 einen Jahresumsatz von rund 250\* Millionen Euro erwirtschaftet, nachdem das Jahr 2019 noch mit einem Jahresumsatz von 736 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Die Corona-Pandemie brachte in das seit Jahrzehnten stetige und stabile Wachstum einen historischen Einschnitt.



Farbenfrohe Messe Frankfurt-Fahnen – Sinnbild für Internationalität und Vielfalt.

30\*

Tochtergesellschaften und mehr als 50 Sales Partner\*innen, zuständig für rund 190 Ländern

Rund

2.500\*

Mitarbeitende

Gelände:

> 592.000 m<sup>2</sup>  
Grundfläche

Elf Hallen, zwei Kongresshäuser, Multifunktionshalle Festhalle, Operation & Security Center, über 90 Kongress- und Konferenzsäle und noch vieles mehr

Hauptsitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main

Die Messe Frankfurt befindet sich in öffentlicher Hand. Anteilseigner\*innen sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

\* Vorläufige Kennzahlen 2020

# Unsere Aufgabe

Ganzjährige Marketing- und Dienstleistungspartnerin ihrer Kund\*innen  
Unser Handeln und unsere strategischen Entscheidungen basieren auf dem langfristigen Erfolg der Unternehmensgruppe und sind ausgerichtet am Bedarf unserer Kund\*innen. Als Messeveranstalterin entwickelt die Unternehmensgruppe weltweit Formate und innovative Konzepte, die den Bedürfnissen der Branchen entsprechend skaliert werden und so Schlüssel für eine positive wirtschaftliche Entwicklung und den Erfolg der Branchen sind.

Auf rund 150 konzerneigenen Veranstaltungen rund um den Globus ist die Messe Frankfurt mit ihren Kund\*innen verbunden. Mit unseren weltweiten Veranstaltungen bilden wir globale Schnittstellen zwischen Industrie und Handel, zwischen Politik, Dienstleistung und Konsum. Wir sehen es als 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 Kund\*innen umzusetzen. Die nachhaltige Entwicklung unserer Marken schafft das Vertrauen und gibt uns die Chance, den aktuellen Herausforderungen in den unterschiedlichen Branchen angemessen zu begegnen. Analoge und digitale Welten kombinieren wir so, dass digitales Business und digitale Services einen wertvollen Beitrag dazu

leisten, die persönliche Begegnung zu einem noch größeren Erfolg aus Kund\*innensicht werden zu lassen.

Am Heimatstandort in Frankfurt ist die Messe Frankfurt Plattformgeberin für bis zu 250 Gastveranstaltungen jährlich, von Messen über Kongresse bis hin zu Events. Ganz unterschiedliche Formate, parallel stattfindende Veranstaltungen sowie eine hohe Flexibilität sind Anforderungen, denen unser Gelände gerecht wird. Nicht zuletzt sind in den vergangenen Jahren die Sicherheitsanforderungen im Hinblick auf die Architektur, die Infrastruktur, die medizinische Versorgung und den Ablauf der Veranstaltungen gestiegen. Entsprechend investieren wir in unseren Heimatstandort und in die Multifunktionalität unseres Messegeländes.



Messen sind unverzichtbare Plattformen für ihre Branchen, unter strengen Hygieneregeln auch während der Pandemie.



## Compliance – zuverlässige Prävention und Engagement

Die Richtschnur unseres erfolgreichen Handelns basiert 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 Mitarbeitenden trägt das persönliche Engagement jedes Einzelnen entscheidend dazu bei, dass Compliance ein fester Teil unseres Verhaltensleitbildes in der Unternehmensgruppe ist.

Durch die zunehmende Globalisierung unserer Unternehmensgruppe und die wachsende Bedeutung des Auslandsgeschäfts kommen der Etablierung und Optimierung von weltweit koordinierten Systemen und Strukturen eine wesentliche Bedeutung zu. Dies geschieht auch vor dem Hintergrund, die steigenden Anforderungen aus den Bereichen Governance und Datenschutz sowie die gesetzlichen Vorgaben und Regelungen in Gänze abzudecken.

## Partnerschaften und Kooperationen

Die Messe Frankfurt setzt auf langfristige Partnerschaften und Kooperationen, bei ihren weltweiten Veranstaltungen genauso wie in ihrem CSR-Engagement. Die intensive Vernetzung in der nationalen und internationalen Wirtschaft sowie mit zentralen Verbänden, Fach- und Förderinstituten kommt unseren Veranstaltungen und damit unseren Kund\*innen zugute. Nicht zuletzt können wir damit auch die Messewirtschaft nachhaltig mitgestalten.

Unser CSR-Engagement dokumentieren wir seit 2010 als Mitglied im Global Compact der Vereinten Nationen. Im Rahmen unserer unternehmerischen Verantwortung unterstützen wir den Nachhaltigkeitskodex „fairpflichtet“ für eine nachhaltige Organisation und Durchführung von Veranstaltungen.

Darüber hinaus gehören wir seit dem Jahr 2011 dem Kreis der Charta der Vielfalt an, eine Initiative von Arbeitgeber\*innen, die sich für Vielfalt in Unternehmen einsetzt sowie für ein Arbeitsumfeld, das frei von Vorurteilen ist.

Begegnungsplattform Messe – mit Sicherheit auch während der Pandemie ein Erfolg.



Internationale Fachmessen: Drehscheiben für Zukunfts- und Trendthemen.



# Unsere Corporate Social Responsibility-Schwerpunkte

Unsere vielfältigen CSR-Aktivitäten fassen wir in vier zentralen Handlungsfeldern zusammen: Umwelt/Nachhaltigkeit, Soziale Verantwortung, Engagement bei Kultur und Sport sowie Bildung/Wissenschaft. Durch die Kennzeichnung mit dem Claim „natürlich nachhaltig“ und mit einem eigenen Logo machen wir auf das Thema Nachhaltigkeit aufmerksam und steigern das Bewusstsein hierfür. Bei unseren Initiativen stehen Langfristigkeit, Transparenz und Glaubwürdigkeit im Vordergrund.

## Umwelt/ Nachhaltigkeit

Wir engagieren 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 gute Partnerin – 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 mit dem Fokus Sport und Kunst. So fördern wir unter anderem seit vielen Jahren die Schirn Kunsthalle in Frankfurt. 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).

# Nachhaltigkeit im Unternehmen

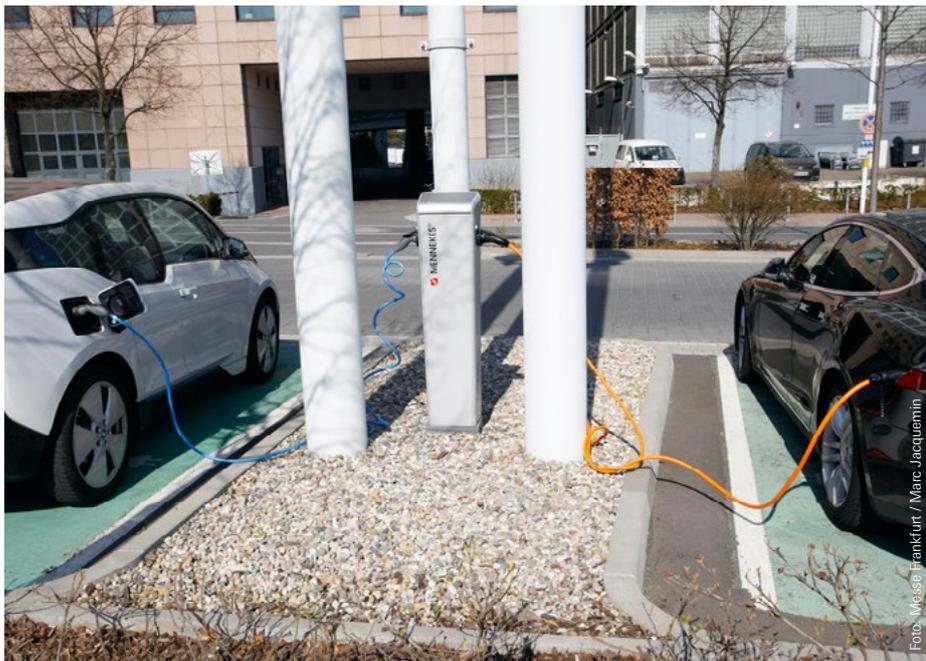
## Verantwortung für Klima und Ressourcen

Die Messe Frankfurt sieht sich in der Pflicht, Nachhaltigkeit und Umweltschutz in alle Prozesse in der Unternehmensgruppe zu integrieren und beständig weiterzuentwickeln. Als Messeplatzbetreiber arbeiten wir kontinuierlich daran, den Verbrauch von Strom, Wasser und Heizenergie mit effizienter Hallentechnik und bedarfsgerechtem Anlagenbetrieb beständig zu reduzieren. Seit vielen Jahren betreiben wir ein nachhaltiges Mobilitätsmanagement für unsere Kund\*innen und Mitarbeitenden und helfen so mit, die Umweltbelastung an unserem Heimatstandort zu verringern.

Wir fördern E-Mobilität an unserem Heimatstandort. In den kommenden Jahren soll die Kapazität von aktuell mehr als 20 E-Ladesäulen auf dann über 50 E-Ladesäulen auf dem gesamten Frankfurter Messegelände ausgebaut werden. Unsere Tochtergesellschaft in Großbritannien, die Messe Frankfurt UK, hat im vergangenen Jahr an ihrem neuen Bürostandort vier Ladestationen für Elektrofahrzeuge installiert.

Als ein „Fahrradfreundlicher Arbeitgeber“ wurden wir im Jahr 2017 an unserem Heimatstandort in Frankfurt vom Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Club (ADFC) mit einem EU-weit anerkannten Siegel ausgezeichnet.

Mit dem Rad zur Arbeit zu fahren ist auch für die Kolleg\*innen in unserer britischen Tochtergesellschaft ein wichtiger Beitrag für Klima und Gesundheit. Hier wurden entsprechende Rahmenbedingungen geschaffen, wie die Errichtung einer sicheren und überdachten Fahrradstation. Die Fahrradinitiative in Unternehmen wird zudem durch das Programm „Cycle to Work“ der britischen Regierung gefördert, die finanzielle Unterstützung beim Kauf von Fahrrädern bietet.



Wir bauen E-Mobilität an unserem Heimatstandort Frankfurt sukzessive aus.



## Aktives Energiemanagement auch während der Pandemie

Erfolgreich Ressourcen einsparen zu können, erfordert stetige Optimierungsprozesse, wobei ökologische und ökonomische Prozesse besonders im Bereich der Energie liegen. Mit geeigneten Maßnahmen im Bereich der Energieeffizienz und des Ressourcenschutzes hat die Messe Frankfurt an ihrem Heimatstandort geeignete und fortführende Maßnahmen festgelegt. Die hundertprozentige Umstellung der Stromversorgung auf Ökostrom im Jahr 2020 führt zu einer Einsparung von jährlich rund 19.000 Tonnen CO<sub>2</sub>. Klimafreundliche Energie, mit der wir die Stromversorgung auf dem Messegelände unterstützen, erzeugen wir ebenfalls mit unseren Photovoltaikanlagen. Im vergangenen Jahr wurde insgesamt 2,3 GWh Solarstrom geerntet.

Auch wenn durch die globale Corona-Pandemie seit März 2020 auf dem Frankfurter Messegelände bis heute nur wenige Veranstaltungen stattfinden können, bleiben die Kolleg\*innen im Energiemanagement aktiv. Der Energiebedarf der einzelnen Gebäude kann jetzt veranstaltungsunabhängig detailliert analysiert und unnötige Verbrauchsquellen eliminiert werden. Damit werden weitere Effizienzmaßnahmen entwickelt, um dauerhaft den Energiebedarf auf dem Frankfurter Messegelände zu reduzieren.

Das Energiemanagement am Standort Frankfurt, die Umsetzung und das Erreichen der gesteckten Effizienzziele werden durch unseren Energiemanager betreut. Im Fokus stehen dabei die Überwachung des Energiebedarfs der Hallen und Verwaltungsgebäude durch den Ausbau der Zählerinfrastruktur, die Sensibilisierung und die Schulung der Kolleg\*innen am Standort Frankfurt sowie bei Neubauten und Sanierungen eine vorausschauende, energieoptimierte Bauweise. Durch eine Vielzahl von Maßnahmen konnte bis Ende 2019 die Grundlast pro Jahr um 1,75 Millionen kWh reduziert werden, eine Einsparung in der Grundlast von 8,4 Prozent. Das festgeschriebene Effizienzziel, die Grundlast der Liegenschaft bis 2020 um zehn Prozent zu reduzieren, konnte – vorbehaltlich der aktuellen Auswertungen des Energiebedarfs der Liegenschaft im Jahr 2020 – planmäßig erreicht werden.



Sonnenkollektoren auf dem Rebstock-Parkhaus – eine von unseren drei Photovoltaikanlagen.

Foto: Messe Frankfurt / Pietro Suter



## ” Uwe Behm, Geschäftsführer der Messe Frankfurt

„Auch in der aktuell schwierigen Situation arbeiten wir an unseren Zielen, dauerhaft den Energiebedarf auf dem Frankfurter Messegelände zu reduzieren. Die Vielzahl der Objekte auf unserem Gelände, ihre unterschiedlichen Bau- und Nutzungseigenschaften erfordern individuelle Anlagenanalysen, die wir veranstaltungsunabhängig weiter untersuchen. Damit können wir unnötige Verbrauchsquellen eliminieren und weiter effiziente Maßnahmen entwickeln.“



Foto: Messe Frankfurt / Pietro Suteria

## Ressourcenschutz: Trinkwasser einsparen, Abfälle vermeiden und verwerten

Neben den effektiven Maßnahmen im Sektor der Energieeffizienz steht die Reduzierung des Trinkwasserverbrauchs im Fokus des Ressourcenschutzes auf dem Frankfurter Messgelände. So wird beispielsweise Regenwasser als Spülwasser für die WC-Anlagen genutzt, hierdurch werden pro Spülgang rund sieben Liter Frischwasser eingespart. Wir verwenden Regenwasser als Gießwasser für unsere Grünanlagen. Durch die Umstellung von offenen Kühltürmen auf geschlossene Rückkühlsysteme kann das Sprühwasser bei Kühlsystemen reduziert werden. Nicht zuletzt wird durch den Einsatz einer biologischen Abwasseraufbereitungsanlage zum Abbau von Küchenfetten im Abwasser die Menge an Chemikalien in der Abwasseraufbereitung erheblich vermindert. Durch den Anschluss der Messe Frankfurt an das Fernwärmenetz der Mainova wird das Gelände effizient und umweltschonend sowohl geheizt als auch gekühlt.

Im Sinne der Kreislaufwirtschaft verwerten wir die Abfälle, die auf dem Frankfurter Messegelände anfallen, mit einer Wiederverwertungsquote von bis zu 90 Prozent. Auf unseren Veranstaltungen sind Abfallberater während der Aufbauzeiten unterwegs und informieren über Müllvermeidung und -entsorgung. Jeder und jede unserer Aussteller\*innen zahlt einen quadrometerabhängigen Umweltbeitrag.



Effektiver Ressourcenschutz mit System.



Um Abfall erst gar nicht entstehen zu lassen, werden bereits bei unseren Messeplanungen, beispielsweise in der Konzeptionierung von Sonderschauen, entsprechende Maßnahmen getroffen. So ist es Anspruch der Heimtextil, weltgrößte Fachmesse für Wohn- und Objekttextilien, und dem Internationalen Trend Council, für die Konzeption des Trend Spaces durch eine intelligente Materialauswahl den ökologischen Fußabdruck zu verringern. Materialien, Ausstattung und Serviceleistungen von lokalen Anbietern reduzieren den CO<sub>2</sub>-Ausstoß, sozial verträgliche und hochwertige Materialien sowie vorhandene Materialien aus unserem umfangreichen Lager senken den Verbrauch von Ressourcen.

### Kompetenz für mehr nachhaltige Events

An unserem Heimatstandort in Frankfurt sensibilisieren wir – wie im Kongress- und Tagungssektor – die Mitarbeitenden durch die Teilnahme an Nachhaltigkeitsseminaren beziehungsweise mit Aufbaukursen zum Nachhaltigkeitsberater in der Veranstaltungsbranche 2.0. Organisiert werden die Schulungen vom GCB German Convention Bureau e. V. mit dem Ziel, individuelle Rund-um-Lösungen zur Realisierung nachhaltiger Kongresse, Tagungen und Events umzusetzen. Die Messe Frankfurt betreibt zwei Kongresszentren, darunter das Kap Europa, das für seine hohen ökologischen Standards von der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) mit einem Zertifikat in Platin ausgezeichnet wurde.

Und auch für unsere Kolleg\*innen in unseren Tochtergesellschaften weltweit ist umweltbewusstes Verhalten wesentlich. So ist beispielsweise in der Messe Frankfurt UK das Thema Nachhaltigkeit bereits im Onboarding-Prozess für neue Mitarbeitende verankert. Ressourcenschutz wird sowohl im Tagesgeschäft als auch auf Veranstaltungen praktiziert. Schon heute planen die Kolleg\*innen für die Automechanika Birmingham 2022 mit ihren Zuliefer\*innen zusammen, ausstellenden Unternehmen nachhaltigere Optionen anbieten zu können und ermutigen ihre Aussteller\*innen aktiv dazu, diese gezielt auf der Messe umzusetzen.

### Grünes Messegelände inmitten der grünen Metropole Frankfurt

Mehr als 40 Prozent der Freifläche auf dem Frankfurter Messegelände ist unversiegelt. Gepflanzt wurden hier in den letzten Jahrzehnten rund 890 Bäume, darunter Kastanien, Roteichen, Linden, Robinien, Hainbuchen, Platanen, Wildbirnen, Kiefern, Tulpen- und Trompetenbäume sowie Schnur- und Urwald-Mammutbäume. Dazu gibt es eine Vielfalt an Sträuchern und sogar rund 250 Weinstöcken gedeihen hier. In den vergangenen Jahren hat sich inmitten von Messehallen und Bürogebäuden ein wertvoller Lebensraum für viele Vögel und Insekten wie unsere Bienenvölker entwickelt. Mit der dauerhaften Ansiedlung von Bienen in der Stadt leistet die Messe Frankfurt ihren Beitrag zur Rettung von Wild- und Honigbienen.

Grüne Plätze wie die Agora auf dem Messegelände laden zum Innehalten und Kommunizieren ein.



Foto: Messe Frankfurt

# Messe Frankfurt als Arbeitgeber

## Arbeitgeber mit Auszeichnung auch in herausfordernden Zeiten

Die Messe Frankfurt gehört regelmäßig zu den Top-Arbeitgebern in Deutschland. Auch in diesen herausfordernden Zeiten wurde unser Unternehmen für hervorragende Arbeitsbedingungen zertifiziert. Das hat unter anderem eine von der Organisation „Leading Employer“ und dem Wochenmagazin „Stern“ initiierte repräsentative Umfrage unter deutschen Arbeitnehmern und Arbeitnehmerinnen ergeben. Die Untersuchung lag zwischen der ersten und zweiten Corona-Welle in Deutschland, so dass das Krisenmanagement in den einzelnen Unternehmen mit in die Bewertungen eingeflossen ist.

Wir freuen uns sehr über diese wiederholte Auszeichnung, gerade in der nach wie vor schwierigen Situation, die unserer Branche und damit der gesamten Belegschaft im Unternehmen viele Einschränkungen, Zugeständnisse und Kompromisse abverlangen. In dieser bisher nie dagewesenen Situation in unserer Unternehmensgeschichte zeigt sich, was die Messe Frankfurt stark macht – ihre Mitarbeitenden, der Zusammenhalt untereinander sowie die Solidarität und Verbundenheit mit ihrem Unternehmen. Arbeitsplatzsicherheit ist ein wesentlicher Aspekt, der die Messe Frankfurt als Arbeitgeber auch in der aktuellen Krise auszeichnet. Die Geschäftsführung sowie alle Führungskräfte sehen sich dabei ihrer Fürsorge gegenüber ihren Mitarbeitenden verpflichtet. Trotz aller Einsparungen will das Unternehmen sein Personal möglichst halten. So wurde, um betriebsbedingte Kündigungen zu vermeiden, mit den Arbeitnehmervertreter\*innen im vergangenen Herbst eine neue Betriebsvereinbarung abgeschlossen. Sie basiert auf der Grundlage einer sozialverträglichen Absenkung der Personalkosten zum Erhalt der Beschäftigung, beispielsweise durch den Verzicht der variablen Vergütung, dem Auslaufen von befristeten Arbeitsverträgen und dem Aussetzen externer Stellenausschreibungen. Im gleichen Zug verzichtet das Management bis 12/2023 auf betriebsbedingte Kündigungen. Zusätzlich wird das von der Bundesregierung eingesetzte Instrument der Kurzarbeit seit April 2020 in Anspruch genommen.

## Frauen in Führungspositionen im Headquarter Frankfurt

Der Anteil der weiblichen Führungskräfte auf Bereichsebene ist im Stammhaus in Frankfurt leicht gestiegen und lag zum 31. Oktober 2020 bei etwas mehr als 31 Prozent. Insgesamt liegt der Anteil weiblicher Führungskräfte am Standort bei gut 36 Prozent und bewegt sich damit auf nahezu dem Niveau des Jahres 2019. Die Geschäftsführung der Messe Frankfurt beabsichtigt ausdrücklich, diesen Anteil weiter zu erhöhen, sofern Vakanzen auftreten, die mit geeigneten und interessierten Kandidatinnen besetzt werden können.

## Schutz hat Priorität

Mit Beginn der Pandemie im vergangenen Jahr konnte die Messe Frankfurt ihre Belegschaft Dank einer guten IT-Struktur praktisch über Nacht das mobile Arbeiten vom Homeoffice aus ermöglichen. Seit April 2020 arbeitet die Mehrheit der rund 2.500 Mitarbeitenden in der Unternehmensgruppe weltweit aus dem Homeoffice heraus. Im Headquarter in Frankfurt ist stets nur ein kleiner Teil der Belegschaft anwesend, die zum technischen oder organisatorischen Betrieb des Geländes oder der Vorbereitung von Veranstaltungen zwingend präsent sein muss. Die Einhaltung der Hygiene- und Abstandsregeln ist selbstverständlich und wenn immer es möglich ist, werden die Arbeitsplätze auf einzelne Büros verteilt bzw. sehr große Abstände zwischen den Schreibtischen eingehalten. Da auch auf allen Verkehrswegen innerhalb der Gebäude der Messe Frankfurt eine Mund-Nasen-Bedeckung getragen werden muss, bekommt jeder/



jede unserer Kolleg\*innen pro Arbeitstag drei medizinische Masken vom Unternehmen gestellt. Zusätzlich bietet das Unternehmen den Kolleg\*innen, die auf dem Messegelände arbeiten, zweimal die Woche kostenlos zwei Covid-19-Schnelltests an.

Um die Gesundheit unserer Mitarbeitenden zu schützen und die Risiken durch Covid-19 zu verringern, halten wir uns weltweit an die Vorgaben der Experten wie der Weltgesundheitsorganisation (WHO) sowie an die der lokalen Behörden in den Regionen, in denen wir mit Tochtergesellschaften präsent sind und Messen veranstalten.

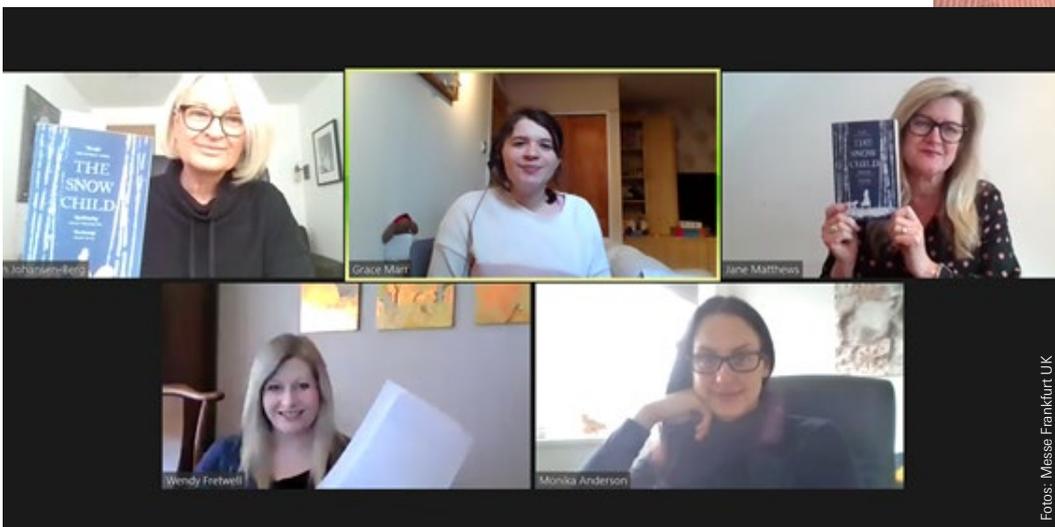
### Beratung in Krisensituationen

Teil unseres betrieblichen Gesundheitsmanagements ist das Employee Assistance Program (EAP). Seit vielen Jahren können sich am Heimatstandort unsere Kolleg\*innen in beruflichen und persönlichen Fragen an die ganzheitlich ausgerichtete externe Beratungsstelle wenden. Dieser Service steht kostenlos und rund um die Uhr zur Verfügung. In den vergangenen Monaten hat die Corona-Pandemie den beruflichen und privaten Alltag von vielen Menschen teilweise erheblich durcheinander gewirbelt. Deshalb wurden in das Unterstützungsprogramm Themen mit aufgenommen, die auf die aktuelle Situation gezielt eingehen, wie beispielsweise die Herausforderungen mit Einsamkeit und Alleinsein in Zeiten von Kontaktbeschränkungen und Homeoffice.

### Kollegialer Zusammenhalt

Work-Life-Balance und psychisches Wohlbefinden sind gerade in diesen schwierigen Zeiten wesentlich, um gestärkt aus dieser Krise zu kommen. So auch in unseren weltweiten Tochtergesellschaften. Um die Verbundenheit zu fördern, treffen sich beispielsweise unsere Kolleg\*innen in der britischen Tochtergesellschaft Messe Frankfurt UK regelmäßig zu Mittagessen per Videochat, zu einem mittäglichen Themen-Austausch und zu Spaziergängen an der frischen Luft, vorbildlich nach den landüblichen Social Distancing-Regeln.

Und auch bei der Messe Frankfurt Korea in Seoul ist der kollegiale Zusammenhalt groß, um gemeinsam die herausfordernden Zeiten zu überstehen und nach der Pandemie an der wirtschaftlichen Erholung der weltweiten Messewirtschaft mitzuwirken. So können unsere Kolleg\*innen in Schulungen und Webinare zu ganz unterschiedlichen Themen ihre fachliche und persönliche Weiterentwicklung stärken.



Fotos: Messe Frankfurt UK

Mittagspause im Virtual Book Club und beim Spaziergang.



## Messe Frankfurt Dialog – ein kompetenzbasiertes Schulungsmanagement

Um alle Mitarbeitende fachlich und persönlich zu fördern, wurde an unserem Heimatstandort ein kompetenzbasiertes Schulungsmanagement implementiert, der Messe Frankfurt Dialog. Mitarbeitende sowie Führungskräfte können sich damit gezielt und fortlaufend weiterentwickeln beziehungsweise zusätzliche oder auch neue Qualifikationen erlangen, bedarfsgerecht und individuell zugeschnitten. Diese fachliche und persönliche Förderung trägt in ihrer Summe zum geschäftlichen Erfolg des Unternehmens bei und stärkt darüber hinaus die Corporate Identity der Unternehmensgruppe.

In der aktuellen Pandemielage, in der sich das Gros der Belegschaft im Home Office und/oder in Kurzarbeit befindet, sind Wissenserhalt und Kompetenzaufbau für das Unternehmen als Arbeitgeber eine wichtige Herausforderung. Mit dem Angebot einer neuen Online-Weiterbildungsplattform hat die Messe Frankfurt seit Februar ihren Mitarbeitenden ein Angebot für ein selbstorganisiertes und eigenständiges Lernen zur Verfügung gestellt. Das war auch der Startschuss, eine neue Lernkultur im Unternehmen zu etablieren. Eigeninitiativ und selbstverantwortlich soll die persönliche Weiterentwicklung von jedem Mitarbeitenden selbst mitgestaltet werden. Die Plattform bietet unterschiedliche Themenbereiche und Formate an. Je nach Lerntyp und Vorlieben für bestimmte Lernformen können diese alleine oder in selbstgesteuerten Lerngruppen genutzt werden. Das Angebot wird systematisch ausgebaut.

Um den Wissenserhalt und -aufbau noch stärker zu kanalisieren, wird künftig formales und informelles Lernen auf einer gemeinsamen Lernplattform verknüpft und an einem zentralen Ort für alle Mitarbeitende gebündelt. Eine Arbeitsgruppe steuert das Projekt, unterstützt von Auszubildenden und dualen Studierenden. Damit wird nicht zuletzt auch die Qualität der Ausbildung sichergestellt. Das Projekt wird ausschließlich mit den im Unternehmen verfügbaren Ressourcen und Systemen erarbeitet.

Eine zentrale Rolle spielt die Aus- und Weiterbildung auch in der Belegschaft in unseren weltweiten Tochtergesellschaften. So werden in der Messe Frankfurt UK die Kolleg\*innen unter anderem ermutigt, ihre eigenen Geschäftsideen einzureichen und über den Tellerrand hinauszuschauen, beispielsweise mit Initiativen wie der „Idee des Monats“. Um den Nachwuchs in der Branche zu fördern, werden regelmäßig Praktikumsplätze für Studierende angeboten. Aufgrund der allgemeinen Covid-19-Reisebeschränkungen waren diese in den zurückliegenden Monaten allerdings stark eingeschränkt.

## Zukunft gestalten – wir bilden auch in Krisenzeiten weiter aus

Die Messe Frankfurt hält auch in herausfordernden Zeiten an ihrem Ausbildungskonzept fest und nimmt ihre Verantwortung als Lehrbetrieb wahr. Als international agierendes Unternehmen bieten wir jungen Menschen zahlreiche Optionen, nicht zuletzt durch die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten während der Ausbildung.

Elf Schulabsolventinnen und -absolventen sind im Headquarter im August und Oktober 2020 in ihr neues Messe-Berufsleben gestartet. Auch wenn sich unsere Auszubildenden wie ihre Kolleg\*innen größtenteils im Homeoffice befinden und vieles noch digital abgewickelt wird, halten die Ausbildungsverantwortlichen in den einzelnen Abteilungen am bewährten praxisnahen Konzept fest. So erhalten unsere Azubis weiter einen umfassenden Einblick in sämtliche Unternehmensbereiche – vom Controlling über die IT bis hin zur Veranstaltungsorganisation und die Unternehmenskommunikation. Und beim Azubi-Call kann sich unser Messenachwuchs regelmäßig per Videoschaltung austauschen, informieren und vernetzen. Insgesamt bilden wir derzeit 31 junge Menschen aus.



Unser Messenachwuchs 2020 im Headquarter in Frankfurt.



Für das Ausbildungsjahr 2021 sind die Planungen und der Auswahlprozess für Studierende und Auszubildende nahezu abgeschlossen. Das Assessment Center, das bisher vor Ort bei der Messe Frankfurt stattgefunden hat, wurde neu konzipiert und findet derzeit rein digital statt.

Die Messe Frankfurt ist 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.

### Was macht die Ausbildung bei der Messe Frankfurt so besonders?

Um andere junge Menschen für die Messe Frankfurt zu begeistern, haben unsere Auszubildenden und Studierenden sich etwas Besonders einfallen lassen: eine neue Recruiting-Kampagne von Azubis für Azubis.

Neben einem neuen Wording wurden das komplette Layout der Kampagne sowie die anschließenden Fotoshootings eigenverantwortlich von unseren Auszubildenden kreiert, ausgearbeitet und produziert. Herzstück der Kampagne ist der Ausbildungsfilm, auf den die jungen Kolleg\*innen besonders stolz sind. Er wurde unter Einhaltung der AHA-Regeln filmtechnisch in einer Kombination aus direkter Ansprache und authentischen Interview-situationen umgesetzt.

Hauptschauplatz: Frankfurter Messegelände.

**Film ab**

Einblick in den Berufsalltag unserer Azubis:

[https://www.instagram.com/azubis\\_messefrankfurt/](https://www.instagram.com/azubis_messefrankfurt/)

### Teamarbeit in neuen Büroräumen

Ein gesundes Arbeitsklima trägt entscheidend zur Motivation und Leistung bei. Um die Kommunikation und die Zusammenarbeit der Kolleg\*innen zu fördern, wurden die neuen Büroräume unserer britischen Tochtergesellschaft mit Blick auf die Mitarbeitenden attraktiv und praktisch zugleich gestaltet. Und so freuen sich alle darauf, so bald wie möglich wieder vom Homeoffice ins Büro wechseln zu können.



Ausbildung in Pandemiezeiten – nicht nur im Homeoffice.

Unsere Auszubildenden in Aktion: Hier wird die neue Recruiting-Kampagne gedreht.



# Engagement in der direkten Nachbarschaft

Gesellschaftliches Engagement ist ein Teil unserer Unternehmenskultur. Wir unterstützen soziale Einrichtungen in den Ländern und Regionen, in denen wir geschäftlich aktiv sind. Unsere Tochtergesellschaften vor Ort wissen genau, mit welchen Initiativen und Projekten sie helfen können.

## Eventlocation Festhalle wird zu einem großen Impfzentrum

Der mehr als 100 Jahre alte Kuppelbau auf dem Frankfurter Messegelände ist ein Markenzeichen mit eindrucksvoller Geschichte. Dort, wo internationale Shows, Konzerte und sportliche Großereignisse das Publikum begeistern, befindet sich seit Anfang Dezember 2020 eines der größten Impfzentren Deutschlands und eines von 28 Covid-19-Impfzentren in Hessen. Mieter ist das Gesundheitsamt Frankfurt und Betreiber des Zentrums ist das Deutsche Rote Kreuz (DRK).

Auf Bitte des Frankfurter Gesundheitsamtes, das eng mit der Branddirektion als untere Katastrophenschutzbehörde und Hilfsorganisation zusammenarbeitet, konnte die Messe Frankfurt in einer Rekordaufbauzeit von nur vier Tagen von der Planung bis zur Umsetzung das Zentrum errichten. Gebaut wurde es mit den dazugehörigen Warteräumen, Impfkabinen und Ruhezeiten durch Fairconstruction, unserem hauseigenen Messebauer. Und auch das Servicepersonal wird von unserer Tochterge-

sellschaft Accente Gastronomie Service GmbH gestellt. Andere Gewerke wie Reinigung und Abfallentsorgung, WLAN-Netzwerk, Telekommunikation, Beschilderung, Besucherführung und Verkehrssteuerung werden ebenfalls von der Messe Frankfurt beauftragt und koordiniert.

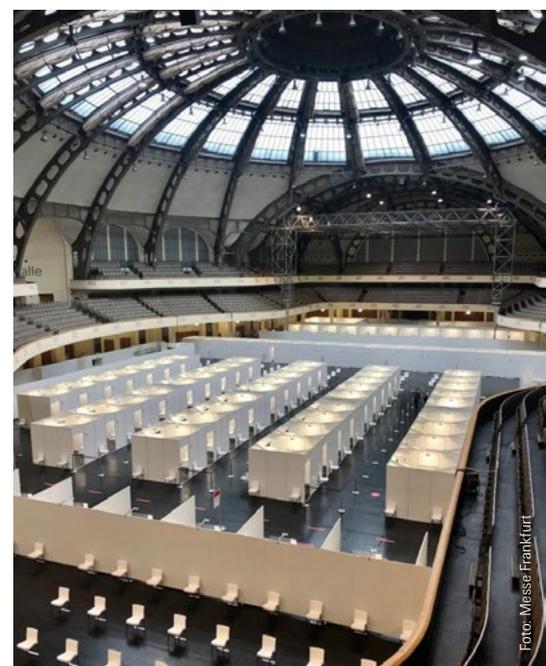
Verteilt auf fünf Impfstraßen stehen in der Festhalle 43 Impfkabinen zur Verfügung. Rund 250 Mitarbeiter\*innen – von Ärzt\*innen über Apotheker\*innen, Arzthelfer\*innen und pharmazeutischen Assistent\*innen bis hin zum Sicherheitspersonal – kümmern sich im Zweischicht-System an sieben Tagen die Woche um die Impfungen. Im ersten Quartal des laufenden Jahres konnten so schon rund 100.000 Menschen geimpft werden.

Solange aufgrund der Corona-bedingten Sicherheitsbeschränkungen Veranstaltungen auch in der Festhalle nicht möglich sind, wird das Impfzentrum, das für viele aufgrund seiner exklusiven Architektur als das schönste Impfzentrum Deutschlands gilt, weiter genutzt werden. Bei Bedarf kann es aber auch in kürzester Zeit problemlos in eine andere Halle umziehen. Des Weiteren befindet sich auf dem Frankfurter Messegelände ein Drive-in Corona-Testcenter.



Modernes Impfzentrum in altherwürdiger Halle.

Die Impfstraße in der Festhalle.





## Festhalle ist Vorbild für das Impfzentrum in Mailand

Frankfurts Partnerstadt Mailand profitiert von den Erfahrungen der Messe Frankfurt bei der anspruchsvollen Errichtung des Impfzentrums in der Festhalle. Der Planungsstab aus Mailand konnte sich dabei mit unseren verantwortlichen Kolleg\*innen aus dem Bereich Operations austauschen und nach Rücksprache mit dem Gesundheitsamt Frankfurt wertvolle Einblicke in die Planungsunterlagen zum Impfzentrum in der Festhalle erhalten – angefangen bei der Gestaltung des Eingangsbereichs bis hin zu der Anordnung der Parkmöglichkeiten. Bislang sind in Italien überwiegend mobile Impfzentren im Einsatz, die als Pavillons auf städtischen Plätzen, in Sportstätten oder auf Krankenhausarealen aufgestellt werden.

## Halle 11 wird zum Audimax

Die Messe Frankfurt unterstützt die Frankfurt University of Applied Sciences (UAS). Da in den Räumen der Universität die aufgrund der Pandemie geforderten Hygiene-Abstandsregeln nicht eingehalten werden können, mietet die UAS regelmäßig unsere Halle 11 für Prüfungen. Bislang haben rund 9.000 Studierende hier ihre Klausuren geschrieben.

## Mit Kindern. Für Kinder!

Gerade in diesen herausfordernden Zeiten ist es wichtig, weiter für benachteiligte Kinder und Jugendliche da zu sein und mit Spenden zu fördern. Auch in der aktuellen Lage und trotz einer liquiditätsgesteuerten Unternehmensstrategie unterstützt die Messe Frankfurt weiter soziale Projekte.

Im Rahmen der langjährigen Partnerschaft mit Children for a better World setzt unser Unternehmen auch in diesem Jahre die finanzielle Zuwendung für eine Beteiligungseinrichtung fort. Das Zentrum kümmert sich seit 1975 um Integration, Chancengleichheit und Bildungsgerechtigkeit. In dem Mehrgenerationenhaus in unmittelbarer Nähe zum Frankfurter Messengelände gibt es täglich einen kostenlosen Mittagstisch mit anschließender Hausaufgabenbetreuung. Und auch letztes Weihnachten konnten die Herzenswünsche der rund 40 Kinder der Betreuungseinrichtung durch großzügige Spenden aus unserer Belegschaft erfüllt werden.

Die Messe Frankfurt ist seit mehr als zehn Jahren Partner der Kinderhilfsorganisation. „Children for a better World e. V.“ wurde 1994 unter dem Leitgedanken „Mit Kindern. Für Kinder“ gegründet. Sie unterstützt jährlich rund 250 Projekte und erreicht damit mehr als 10.000 Kinder und Jugendliche weltweit.



Wegweisend: Uni-Prüfungen auf dem Messengelände.



Seit rund zehn Jahren unterstützt die Messe Frankfurt das KIZ Gallus.



## Hilfen – digital und vor Ort

Soziale Verantwortung zu übernehmen ist für die Kolleg\*innen in unserer britische Tochtergesellschaft Messe Frankfurt UK selbstverständlich. Auch in Zeiten mit Covid-19-Beschränkungen engagierten sie sich im vergangenen Jahr mit einer Reihe von Aktionen. So wurden unter anderem vor Weihnachten mit einer virtuellen Weihnachtsverkleidung Geld für „Children in Need“ gesammelt sowie Lebensmittel und andere Dinge für den täglichen Bedarf, um sie an die North Guildford Food Bank zu spenden. In ihrer Freizeit halfen unsere Kolleg\*innen bei der Sortierung und Datierung der Lebensmittel.

## 2,3 Millionen Schritte für einen guten Zweck

„Messe March Marchers“ – unter diesem Namen wanderten einige unserer britischen Kolleg\*innen virtuell einmal quer durch ihr Land und sammelten Geld für „Make a Wish International“, eine Wohltätigkeitsorganisation, die schwerkranken Kindern auf der ganzen Welt Wünsche erfüllt. Von Land’s End am südwestlichsten Punkt Englands ging es rund 1.500 Kilometer nach John O’Groats am nordöstlichsten Zipfel Schottlands. Um ihr Ziel zu erreichen, liefen sie in kleinen und großen Spaziergängen live in der Mittagspause und nach Feierabend. Gerade in einer Zeit des Social Distancing hat das gemeinsame Gehen das Zusammengehörigkeitsgefühl im Team gestärkt und gleichzeitig auch noch den gesundheitlichen Aspekt gefördert. Angespornt durch das erfolgreiche Projekt planen die Kolleg\*innen schon das nächste.



Foto: Messe Frankfurt UK

Unsere Kolleg\*innen beim Sortieren von Lebensmitteln.

1.500 Kilometer für „Make a Wish International“

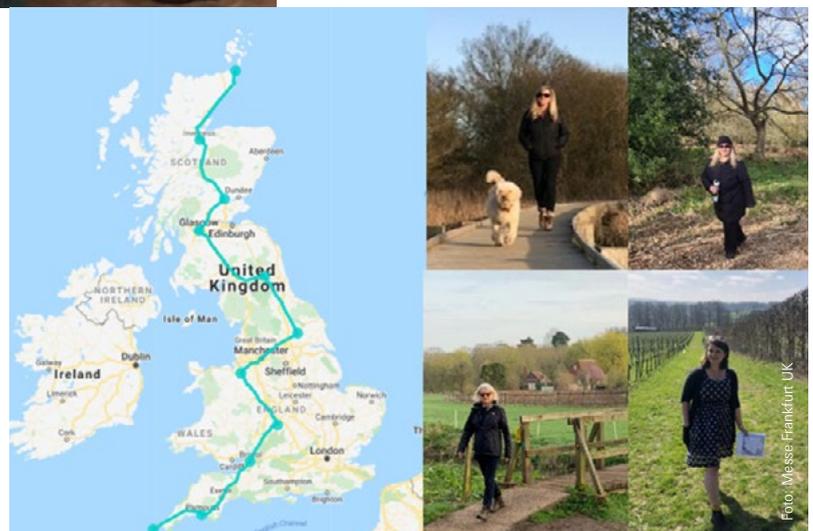


Foto: Messe Frankfurt UK

## Bildung für mehr Lebenschancen

Die Tür zur Bildung offen zu halten und damit den Zugang zu akademischen Chancen für Kinder und Jugendliche zu unterstützen, dafür setzen sich unsere Kolleg\*innen in der Messe Frankfurt India gezielt mit ihrer Unterstützung für die Stiftung Spark-A-Change (SAC) ein. Die Stiftung ist in Mumbai ansässig und wurde aus der Überzeugung heraus gegründet, jedem Kind, unabhängig von den sozialökonomischen Schichten, durch eine sinnvolle Alphabetisierung Zugang zu qualitativ hochwertiger Bildung zu ermöglichen. Die bereits vor der Pandemie gestartete finanzielle Unterstützung im Jahr 2019/2020 wird 2020/2021 verstärkt fortgesetzt. Aufgrund der Auswirkungen von Covid-19 und den damit einhergehenden Regeln können die Schülerinnen und Schüler nicht ihren regulären Unterricht besuchen, wodurch ihnen entscheidende Lernmöglichkeiten entgehen. Um den Schülern\*innen in Zeiten von Social Distancing kontinuierliches und ununterbrochenes Lernen zu ermöglichen, konnten dank der Unterstützung unserer indischen Tochtergesellschaft nicht nur Unterrichtsgebühren für die SAC-Schüler finanziert, sondern auch in Studien- und Kunstmaterial sowie in Handy- und Datenaufloadungen investiert werden. Neben der akademischen Förderung haben unsere Kolleg\*innen zusammen mit einem starken Netzwerk von Freiwilligen der SAC-Stiftung mit dazu beigetragen, dass an über 250 Familien der Schüler\*innen „Ration Kits“, Pakete mit Haushalts- und Hygieneartikeln sowie Lebensmitteln, verteilt wurden.



E-Learning – besonders wichtig in Zeiten von Social Distancing.

## Nachhaltige Unterstützung für eine bessere Zukunft

Alljährlich engagieren sich unsere Kolleg\*innen in den chinesischen Tochtergesellschaften der Messe Frankfurt in Hongkong und in Mainland China im Rahmen ihrer Veranstaltungen in ganz unterschiedlichen sozialen und gesellschaftlichen Projekten. Im Vorfeld der Paperworld China 2020 in Schanghai fand Anfang November in der Küstenstadt Huludao eine Wohltätigkeitsveranstaltung für benachteiligte Kinder der Liaoning Hope Primary School sowie für autistische Kinder aus der Provinz Liaoning statt. Die Veranstaltung wurde von der Messe Frankfurt (Shanghai) Co. Ltd. und der China Stationery and Sporting Goods Association organisiert und von führenden ausstellenden Unternehmen der Paperworld China mit Spenden in Form von Schreibwarenartikeln unterstützt. Der Name der Aktion „Kleiner Pinsel, große Träume“ war Programm, denn die Kinder konnten mit den geschenkten Papeterieartikeln ihrer Kreativität freien Lauf lassen. Entstanden sind schöne Landschaftsbilder ihrer Heimatregion. Die anschließende Spendenzeremonie fand im Zentrum für autistische Kinder in Xingcheng statt. Nicht zuletzt war die Benefizveranstaltung mit dem Ziel verbunden, die Öffentlichkeit in der Stadt und in der Region zu sensibilisieren und zu mehr sozialer Unterstützung für Bedürftige aufzurufen.



Feierliche Spendenzeremonie in Xingcheng.

# Messeveranstaltungen – richtungsweisend und nachhaltig

Begegnungsformate für Zukunftsthemen und gesellschaftliche Verantwortung  
Auf den weltweiten Veranstaltungen unter dem Dach der Messe Frankfurt gehen richtungsweisende Innovationen mit dem Aspekt der Nachhaltigkeit Hand in Hand. Im Geschäftsjahr 2020 mussten rund zwei Drittel der Veranstaltungen unter dem Dach der Messe Frankfurt abgesagt beziehungsweise verschoben werden. Eine Reihe von Veranstaltungen fand als digitale Ergänzungsformate statt. Und auch im laufenden Veranstaltungsjahr erschwert die Pandemie in weiten Teilen physische Begegnungsplattformen. Die nachfolgend beschriebenen Veranstaltungen stehen stellvertretend für die Branchenvielfalt in unserem Messeportfolio. Als Gradmesser für die wirtschaftliche Leistungskraft der Branchen sind unsere Leitmesse zudem Wissenschafts- und Fortschrittstreiber mit Fokus auf die globalen gesellschaftlichen Herausforderungen unseres Jahrhunderts.

## Zukunftstechnologien für ambitionierte Klimaziele

Mit ihren Kernthemen Wasser, Wärme, Klima ist die ISH seit jeher eine Veranstaltung mit gesellschaftlicher Relevanz. Die weltweiten Branchen und Expert\*innen diskutieren die globalen Herausforderungen und wie diese in marktfähige Lösungen umgesetzt werden

können. Top-Themen auf der ISH digital im März waren der Green Deal, Lüftungstechnologie für saubere und gesunde Raumluft in Innenräumen sowie die Hygiene-Welle im Sanitärbereich. Mit dem Green Deal verfolgt die Europäische Union ehrgeizige Klimaziele. Bis zum Jahr 2050 soll Europa der erste klimaneutrale Kontinent werden. Für das Etappenziel im Jahr 2030 legt die EU eine CO<sub>2</sub>-Reduktion von mindestens 55 Prozent gegenüber dem Jahr 1990 fest. Damit das gelingt, müssen alle Wirtschaftssektoren einen aktiven Beitrag leisten. Für den größten Energieverbrauchssektor Deutschlands und Europas, den Wärmemarkt, hat das weitreichende Konsequenzen. Die Vernetzung der Energiesysteme, smartes Energiemanagement, dezentrale Energieerzeugung, -einspeisung und -speicherung aus Solarkraft, Photovoltaik und E-Mobilität sowie der umweltgerechte Neuansatz der Nutzung von Holz als Brennstoff standen deshalb genauso im Fokus der ISH digital wie die aktuellen politischen Rahmenbedingungen im Wärmemarkt. Vor dem Hintergrund der anhaltenden Corona-Pandemie wurden die besondere Bedeutung von Lüftungs- und Klimaanlage intensiv diskutiert und neue wissenschaftliche Erkenntnisse präsentiert. Wesentliche Themen im Sektor ISH Water waren unter anderen smarte Lösungen für die wachsenden Hygieneanforderungen, wie schmutz- und bakterienresistente Oberflächen, berührungslose Armaturen oder hygienische Komfort-WCs.



Lösungen der SHK-Industrie für die drängenden Fragen unserer Zeit.



## Mit technischen Reinheitslösungen die Pandemie bekämpfen

Wie kann man die Covid-19-Pandemie mit Lösungen der Reinraumtechnik eindämmen? Über dieses wichtige gesamtgesellschaftliche Thema diskutierten im November letzten Jahres Expert\*innen aus aller Welt auf der Netzwerkveranstaltung Cleanzone Digital Edition. Neue Ansätze in der Konstruktion von reinen Umgebungen für medizinische und mikrotechnologische Anwendungen standen dabei im Fokus. Weitere Themen beschäftigten sich mit einer noch schnelleren und sicheren Medikamenten- und Impfstoffproduktion. Nicht zuletzt kann die Branche mit ihrem Wissen zu Luftreinigern, Schleusen und richtigen Verhaltensweisen im Reinraum gerade jetzt Politik und Gesellschaft beratend zur Seite stehen.

Außergewöhnlich innovativ: Mit dem Cleanzone Award wurde ein Produkt gekürt, das durch seine nachhaltige Textilbeschichtung Mikroorganismen photodynamisch inaktiviert. Der begehrte Preis wird jährlich an Unternehmen bzw. Institutionen für besondere Ansätze in Bezug auf Nachhaltigkeit und Energieeffizienz verliehen.

## Klimafreundliche Solarpower

Ohne ausreichende Elektrizität keine sozioökonomische Entwicklung. In der Region Südliches Afrika, so die Weltbank, hat nur fünf Prozent der Bevölkerung Zugang zu Elektrizität. Erneuerbare Energien sind hier ein wesentlicher Ansatz, den Energiebedarf auf dem afrikanischen Kontinent zu verbessern. Zusammen mit den internationalen Veranstaltern SNEC PV Power Expo und Solar Power Events hat die Messe Frankfurt South Africa im vergangenen November erstmals die Konferenz Solar Power Africa veranstaltet – Corona-bedingt als digitale Veranstaltung. Zahlreiche Branchenexpert\*innen setzten sich mit den drängendsten Energiefragen des Kontinents auseinander und diskutierten über Entwicklungen und Trends auf dem Markt für erneuerbare Energien.

**cleanzone**  
Digital Edition

### A shifting global situation for the vaccine market

- COVID-19 Impact**
  - Billions of doses of Covid-19 vaccines will be required on top of existing vaccine demand
  - Pharmaceutical companies assessing options to add capacity: more outsourcing, re-purpose existing facilities, building capacity
  - Governments seeing increased merit of having their own vaccine production capabilities
- Shifting market dynamics**
  - Will need rapid production capacity expansion that will be viable beyond the initial push for Covid-19 vaccines (i.e. diversified production portfolio)
  - Growing population, increasing immunization coverage, new vaccine introductions
  - More countries planning for eventual graduation from GAVI to self-paying
- Shifting supply dynamics**
  - Countries and companies increasingly worried about security of supply
  - More companies entering the field of vaccine manufacturing
  - Move from western companies to DCVMN manufacturers
- Core near term challenges**
  - Available expertise to facilitate correct planning and execution?
  - How can facilities be flexible to meet demand for changes in product mix?
  - Viable, long-term business case for local production?

Compliments to Kristopher Howard for global vaccine market insights  
Kristopher Howard  
NRE Enterprise Solutions  
khoward@nrehsolutions.com

Foto: Messe Frankfurt

KeyPlants

In der Pandemie kommt der Reinraumbranche eine wichtige gesellschaftliche Verantwortung zu.



Sonnenenergie – nachhaltig und kostengünstig.

## Nachhaltiges Texpertise Networking

Die Textil- und Modeindustrie gehört zu einer der ressourcenintensivsten Industrien und am stärksten globalisierten Branchen weltweit. So sollen nach einer Studie der Schweizer Agentur Quantis gemeinsam mit der US-amerikanischen Stiftung ClimateWorks Foundation acht Prozent der weltweiten Treibhausgasemissionen alleine auf die Bekleidungs- und Schuhindustrie zurückzuführen sein. Nachhaltige Wertschöpfungsketten können entscheidend mit dazu beitragen, einen Paradigmenwechsel hin zu einer besseren Zukunft für Umwelt und Mensch sicherzustellen. Nicht nur Mode- und Textilunternehmen können aktiv den Wandel voranbringen. Messen als die kommunikativen und internationalen Plattformen ihrer Branchen sind die idealen Drehscheiben, um das Bewusstsein für mehr Nachhaltigkeit in der Textilindustrie zu schärfen.



Auf unseren rund 60 Textilveranstaltungen bringen wir gezielt die von der UN ausgegebenen Sustainable Development Goals voran.

Die von der UN ausgegebenen Sustainable Development Goals können in der Textilindustrie zu einschneidenden Verbesserungen führen. Seit 2019 ist die Messe Frankfurt mit ihrem globalen textilen Netzwerk – Texpertise Network – Partner der Conscious Fashion Campaign (CFC) und des United Nations Office for Partnerships (UNOP). Das gemeinsame Ziel ist es, die nachhaltigen Entwicklungsziele auf ihren rund 60 Textilveranstaltungen weltweit mit ganz unterschiedlichen Aktionen voran zu bringen, physisch und digital. Beispielsweise zeigte auf der Intertextile Shanghai Apparel Fabrics das Areal „All About Sustainability“ nachhaltige Textilinnovationen, die Texworld/Apparel Sourcing NYC bot zuletzt in ihren digitalen Ausgaben zahlreiche Talks rund um das Thema Nachhaltigkeit im Textilsektor, darunter mit Fair Trade USA oder dem Tony Blair Institute. Die „Allfashion Sourcing Cape Town“ hielt im September eine Reihe von Webinaren ab, die

sich unter anderem mit der Zukunft der Mode und der Bedeutung afrikanischer Länder in der weltweiten Modeindustrie sowie nachhaltiger Mode in Südafrika beschäftigten.

Mit den bisherigen SDG Actions erreichte das Messe Frankfurt Texpertise Network bislang schätzungsweise rund 146.000 Besucher\*innen, rund 170.000 Follower\*innen der Social Media-Kanäle sowie rund 65.000 Newsletter-Abonent\*innen der teilnehmenden Veranstaltungen im In- und Ausland. Hinzu kommen die insgesamt rund 2,5 Millionen Follower\*innen der Influencer\*innen, die in die Aktionen eingebunden waren.

### „ Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt

„Unsere weltweiten textilen Veranstaltungen und digitalen Ergänzungsformate umfassen die gesamte Wertschöpfungskette. Sie sind damit wertvolle Branchenplattformen, mit denen wir unseren Beitrag dazu leisten, die Mode- und Textilindustrie aktiv zu verändern. Am sichtbarsten wird das über unsere Partnerschaft mit dem United Nations Office for Partnerships und dem gemeinsamen Einsatz für die 17 nachhaltigen Entwicklungsziele.“





## Virtueller Event „Discover the SDGs“

Texpertise Network beteiligte sich vom 1. bis 29. Dezember 2020 an dem virtuellen Lern- und Messeevent „Discover the SDGs“, das von der Conscious Fashion Campaign und dem United Nations Office for Partnerships ins Leben gerufen wurde. Das Wissen und das Engagement innerhalb der Modeindustrie sollte gestärkt und die Umsetzung der SDGs und die UN Decade of Action unterstützt werden. Neben einer virtuellen und interaktiven Ausstellung zu den 17 Zielen gab es On-demand-Diskussionen mit Branchenvertretern\*innen sowie Vertretern\*innen und Advocates der Vereinten Nationen.

## 360 Grad Kommunikation Inhouse

Die Tochtergesellschaften, Sales Partner sowie Partner\*innen der Messe Frankfurt unterstützen mit ihrer globalen Reichweite auch während der Corona-Pandemie die Ziele der SDGs. Um das Wissen und weiteres Engagement rund um die nachhaltigen Entwicklungsziele aktiv zu erweitern, hat Texpertise Network in den vergangenen Monaten mehrere Online-Seminare unter anderem für ihre Mitarbeiter\*innen in Argentinien, Äthiopien, China, Hongkong, Indien, Japan, Russland, Südafrika und den USA durchgeführt und damit auch die interne Nachhaltigkeitskommunikation ausgebaut.

Bis 2023 sollen die Nachhaltigkeitsziele zur Voraussetzung für alle Ausstellenden gemacht werden. Der Frankfurt Fashion Week SDG Summit by CFC wird zur internationalen Leitkonferenz für Nachhaltigkeit in der Modewelt. Herzstück der Frankfurt Fashion Week sind Europas größte Modemessen Premium, Seek und Neonyt sowie die Konferenzen Fashionsustain und Fashiontech.

## Neonyt – First Mover für Mode und Nachhaltigkeit

Unter dem Dach von Texpertise Network ist die Neonyt der globale Hub für Nachhaltigkeit, Mode und Innovationen. Aufgrund der Pandemie fand sie zuletzt zweimal digital statt. Im Fokus der Januarveranstaltung standen Transparenz und Nachhaltigkeit in der Textil- und Modebranche. Presenting Partner waren unter anderem der „Grüne Knopf“, das staatliche Textilsiegel des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, sowie Oeko-Tex, Partner für Zertifizierungssysteme. Rund 24.000 internationale Follower\*innen aus der Politik, der freien Wirtschaft, der IT-Branche, dem Lifestyle-Business und aus der Textil- und Modeindustrie griffen während der digitalen Woche mehr als 120.000 Mal auf den Content der „Neonyt on Air“ zu.

Foto: Conscious Fashion Campaign



## Frankfurt Fashion Week – Nachhaltigkeit und Digitalisierung im Fokus

Die Conscious Fashion Campaign in Zusammenarbeit mit dem United Nations Office for Partnerships werden Presenting Partner der Frankfurt Fashion Week. Mit dem Fokus auf Nachhaltigkeit und Digitalisierung – die Zukunftsthemen der Mode- und Textilbranche – entsteht am Main in diesem Jahr ein vollkommen neues Fashion Week Ecosystem. Die Premierenveranstaltung wird im Sommer aufgrund der Pandemie digital stattfinden.

Nachhaltige Lieferketten – wichtiger denn je in der Textil- und Modeindustrie.



Foto: Messe Frankfurt



## Hypermotion – Innovationsplattform für die Verkehrs- und Energiewende

Im Erreichen der anvisierten Klimaziele bis 2030 in der EU spielt der Verkehrssektor eine entscheidende Rolle. Denn hier muss innerhalb der verbleibenden zwei Jahrzehnte eine Reduzierung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes um mindestens 42 Prozent stattfinden. Das heißt, es braucht tiefgreifende Veränderungen in der Art und Weise, wie wir Verkehr organisieren, steuern, lenken und wie wir in physische und digitale Infrastruktur investieren. Um eine ganzheitliche Verkehrs- und Mobilitätswende herbeizuführen ist es nötig, möglichst viele Interessensgruppen, Unternehmen und Parteien unter einem Dach zusammenzubringen. Mit der Hypermotion ist es gelungen, eine solche multimodale Innovations- und Networking Plattform ins Leben zu rufen. Klimaschutz, Digitalisierung, Sektorenkopplung und Nachhaltigkeit, auch im Sinne der Wettbewerbsfähigkeit von Standorten und Verkehrsträgern, sind die Kernthemen der Veranstaltung. Corona-bedingt fand sie im vergangenen November digital statt. Whistleblower Edward Snowden sprach zum Thema Datenschutz. Bestseller-Autor Marc Elsberg referierte über die Auswirkungen auf systemische Infrastrukturen im Falle eines totalen Stromausfalls.

## Automechanika Frankfurt engagiert sich für ein nachhaltiges Fahren

Das Bewusstsein für mehr Verkehrssicherheit und nachhaltiges Fahren zu schärfen und Verkehrsteilnehmende spielerisch mit Hilfe eines Wettbewerbs dazu zu bewegen, ist das Ziel der FIA Smart Driving Challenge (FIA SDC). Von dem Automobilweltverband FIA (Fédération Internationale de l'Automobile) ins Leben gerufen, wurde der Wettbewerb nun zum dritten Mal realisiert. Im Namen des Weltverbandes hat die Messe Frankfurt gemeinsam mit dem schwedischen KI- und Insurtech-Unternehmen Greater Than die Aktion im Frühjahr gestartet. Das Subevent für Aussteller\*innen und Besucher\*innen der Automechanika Frankfurt fand in Form von wöchentlich ausgetragenen Wettbewerben statt. Die internationale Leitmesse der automobilen Serviceindustrie selbst ist für September in Frankfurt geplant.

Ausgestattet mit einer Smartphone-App, die mit einer digitalen Plattform vernetzt ist, können Autofahrer\*innen, die regelmäßig einen PKW nutzen, am Wettbewerb teilnehmen und das Rennen um den weltweit effizientesten Fahrstil für sich entscheiden. Greater Than bewertet Fahrmuster mittels Künstlicher Intelligenz (KI) in Echtzeit.



Datenschutz: Chancen und Risiken – Keynote von Edward Snowden auf der Hypermotion.



Bewusstsein für nachhaltiges Fahren schärfen.

# Die zehn 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.

## Korruptionsprävention

- 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 7575-0

[csr@messefrankfurt.de](mailto:csr@messefrankfurt.de)  
[www.messefrankfurt.de](http://www.messefrankfurt.de)

V. i. S. d. P.: Iris Jeglitza-Moshage  
Redaktion: Claudia Lehning-Berge

Satz/Layout/Gestaltung:  
Messe Frankfurt Medien und Service GmbH  
Publishingservices  
Silke Magersuppe