

UN Global Compact
Fortschrittsbericht
2019/2020





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.

Inhalt

- 4** Unsere Haltung
- 5** Unsere Verantwortung
- 7** Unsere Aufgabe
- 9** Corporate Social Responsibility
- 11** Nachhaltigkeit im Unternehmen
- 17** Messe Frankfurt als Arbeitgeber
- 21** Engagement in der direkten Nachbarschaft
- 25** Nachhaltigkeit auf unseren Veranstaltungen
- 33** Die 10 Prinzipien des UN Global Compact



Unsere Haltung

In einer zunehmend komplexen, vernetzten und volatilen Welt sind Kommunikation, Kooperation und Interaktion erfolgreiche Schlüssel für geschäftliche Beziehungen.

Dies wird insbesondere auch für die Zeit nach der Coronakrise gelten. Mehr denn je sind wir von unserem Geschäftsmodell der persönlichen Begegnung überzeugt. Das bewährte globale Geschäftsmodell der persönlichen Begegnung hängt aber auch sehr entscheidend von der Bewegungs- und Reisefreiheit unserer Kunden und derer Kunden ab. Seit Anfang des Jahres müssen wir uns nicht nur in der Messewirtschaft intensiv mit einer vollkommen neuen Herausforderung auseinandersetzen.

In nahezu allen Teilen der Welt schüttelt das Coronavirus Gesellschaft und Wirtschaft gehörig durcheinander. Es gibt kaum eine Branche, die nicht die Auswirkungen zu spüren bekommt. Seit März mussten wir eine große Anzahl von Veranstaltungen an unseren weltweiten Veranstaltungsorten verschieben oder absagen. Die gesamte Wirtschaft ist von den Folgen des Virus betroffen. Über allen wirtschaftlichen Interessen muss aber immer das Wohlergehen der Gesellschaft

stehen, das Wohl unserer Kunden und Mitarbeiter. Die Situation ist weiter volatil. Wir werden flexibel sein müssen und die Herausforderungen stemmen.

Verantwortungsbewusstsein und Weitsicht sind Teil unserer rund 800 Jahre alten Geschichte. Respekt und Fairness im Umgang mit unseren Kunden, Dienstleistern, Gesellschaftern und Mitarbeitern ist ein fester Teil im Selbstverständnis der Messe Frankfurt.

In diesem Jahr feiern sowohl der UN Global Compact als auch das Deutsche Global Compact-Netzwerk 20-jähriges Bestehen. Dazu gratulieren wir herzlich. Seit 2010 ist die Messe Frankfurt ein Teil des UN Global-Netzwerks, als erstes deutsches und bis jetzt einziges Messeunternehmen. Die Prinzipien nachhaltigen Wirtschaftens und das Bekenntnis zu gesellschaftlicher Verantwortung sind unser Maßstab. Unsere unternehmerische Verantwortung ist an den Grundsätzen des UN Global Compact ausgerichtet. Wir bekennen uns zu den 10 Prinzipien aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Anti-Korruption. Der Einhaltung dieser Prinzipien fühlen wir uns verpflichtet.

Auf unseren Leitmessexpositionen gehen Innovationen und Nachhaltigkeit Hand in Hand, beispielsweise wenn es um Megathemen wie Mobilität, Smart Cities und Ernährung geht. Und auch im Sektor der Textilindustrie sind wir überzeugt, dass ein Wandel hin zu einer nachhaltigen Wertschöpfungskette nur durch Innovationen und Kollaboration möglich ist. Umso mehr freuen wir uns im Rahmen unserer textilen Expertise – Texpertise Network – auf die Partnerschaft und die Zusammenarbeit mit der UN Conscious Fashion Campaign und dem United Nations Office for Partnership (UNOP). Damit wird es möglich, die nachhaltigen Entwicklungsziele der UN auf den weltweit rund 60 Textilveranstaltungen der Messe Frankfurt gezielt weiter voranzutreiben.

Ihr


Wolfgang Marzin

Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt



Unsere Verantwortung

Mehrwert für Wirtschaft und Gesellschaft

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.

> 420*

Messen und Veranstaltungen unter dem Dach der Messe Frankfurt

30*

Tochtergesellschaften weltweit

50*/190*

Mehr als 50* Sales Partner für rund 190* Länder

Entsprechend ihrer strategischen Ausrichtung baut die Unternehmensgruppe 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 bewährt und ein festes

Fundament für Versorgung, Weiterentwicklung und Wachstum. Weltweit zu Hause, ist das Unternehmen wirtschaftlich und kulturell fest in seiner 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 gegenseitige wertvolle Synergien. Veranstaltungen unter dem Dach der Messe Frankfurt generieren in Deutschland eine jährliche Kaufkraft von 3,6 Milliarden Euro und sichern mehr als 33.000 Arbeitsplätze bundesweit.

Wir nehmen unsere gesellschaftliche Verantwortung ernst und fördern in unserer unmittelbaren Nachbarschaft Einrichtungen und Initiativen in den Handlungsfeldern Bildung, Musik, bildende Kunst, Sport sowie Soziales. Und auch in unseren Tochtergesellschaften rund um den Globus engagieren sich die Mitarbeiter in vielen gemeinschaftlichen Projekten.

592.000 m²

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

2.600*

Rund 2.600 Mitarbeiter weltweit

60/40

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

Unsere Aufgabe

Die Messe Frankfurt versteht sich als ganzjähriger Marketing- und Dienstleistungspartner ihrer Kunden. Unser Handeln und unsere strategischen Entscheidungen basieren auf dem langfristigen Erfolg der Unternehmensgruppe und sind ausgerichtet am Bedarf unserer Kunden.

Als Messeveranstalter 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.

Mit unseren weltweiten Veranstaltungen bilden wir globale Schnittstellen zwischen Industrie und Handel, zwischen Politik, Dienstleistung und Konsum. 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, 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 Kundensicht werden zu lassen.

Auf rund 150 konzerneigenen Veranstaltungen ist die Messe Frankfurt weltweit mit ihren Kunden verbunden.

Am Heimatstandort in Frankfurt ist sie Plattformgeber für bis zu 250 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, die medizinische Versorgung und den Ablauf der Veranstaltungen gestiegen. Entsprechend investieren wir in unseren Heimatstandort und in die Multifunktionalität unseres Messegeländes.



150

Auf unseren rund 150 Eigenveranstaltungen schaffen wir Berührungspunkte zwischen Angebot und Nachfrage, zwischen Trends und Märkten auf realen und digitalen Marktplätzen, weltweit.

Compliance – das Engagement jedes Einzelnen zählt

Die Richtschnur unseres erfolgreichen Handelns basiert auf unserer Tradition als verlässlichem 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.

Nicht zuletzt kommen durch die zunehmende Globalisierung unserer Unternehmensgruppe und die wachsende Bedeutung des Auslandsgeschäfts 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 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.



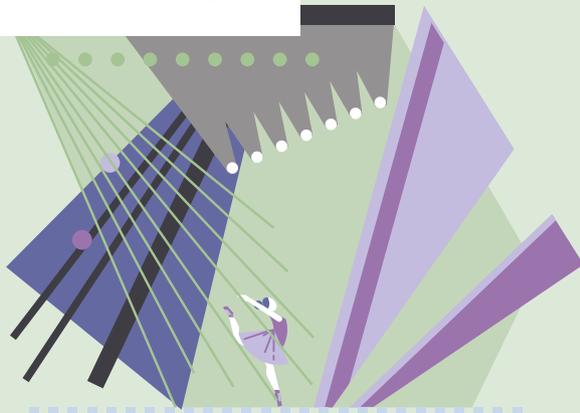
© Messe Frankfurt — Pietro Sutera

Für internationalen Austausch von Wissen und Know-how: Die Messe Frankfurt setzt auf langfristige Partnerschaften und Kooperationen.

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.

Engagement bei Kultur und Sport



© Aleksandar Savić

Mit langjährigen Partnerschaften leistet die Messe Frankfurt als Corporate Citizen einen wertvollen Beitrag zur Steigerung der kulturellen und sportlichen Attraktivität in der Rhein-Main-Region.

Und auch das Gemeinschaftsprojekt Luminale schlägt als einzigartiges Festival der Licht- und Stadtgestaltung alle zwei Jahre die Brücke zwischen Stadt und Messegelände.

Bildung/ Wissenschaft

54

Durch die Kooperation mit der Frankfurt University of Applied Sciences unterstützen wir 54 Studienplätze in den Bachelor-Studiengängen „Real Estate und Facility Management“ und „Real Estate und Integrale Gebäudetechnik“.

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 guten 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 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).



Soziale Verantwortung

Mit einer Reihe von Maßnahmen engagieren wir uns weltweit, um die Lebensqualität von Menschen und Gemeinden zu verbessern. Dazu gehören unter anderem Projekte mit der Kinderhilfsorganisation Children for a better World e.V. in Frankfurt und mit verschiedenen Wohltätigkeitsorganisationen in Argentinien, China, Indien und Großbritannien.

100%

Umwelt/Nachhaltigkeit

Wir engagieren uns mit einer Vielzahl an ressourcen- und umweltschonenden Maßnahmen. Zum Beispiel betreiben wir drei Solaranlagen und das Messegelände wird zu 100 Prozent mit Ökostrom versorgt.

Nachhaltigkeit im Unternehmen

Energiemanagement 2020 – Aktionsplan geht in die nächste Runde

Im Jahr 2007 hat die Messe Frankfurt im Rahmen ihres Energiemanagements begonnen, systematisch die Verbrauchsdaten der Liegenschaft zu erfassen und zu analysieren. Dies war der erste von vielen weiteren Schritten, um nachvollziehbar den Energiebedarf der Liegenschaft ganzheitlich zu analysieren und durch gezielte Maßnahmen das Energiemanagement nachhaltig zu betreiben und weiterzuentwickeln. Seit 2014 definiert unser Energieteam – bestehend aus Geschäftsführung, Bereichsleitern und Abteilungsleitern – die Energieziele der Messe Frankfurt. Weiterentwickelt wird diese Intention durch unseren Energiemanager, der unternehmensübergreifend und im Rahmen seiner Tätigkeit diese Maßnahmen wirkungsvoll umsetzt.

Im vergangenen Jahr angekündigt, seit 1. Januar umgesetzt: Der Messeplatz Frankfurt wird komplett zu 100 Prozent mit Ökostrom versorgt. Damit sparen wir jährlich rund 19.000 Tonnen CO₂ ein. Und auch hinsichtlich Sonnenenergie erzeugen wir mit unseren Photovoltaikanlagen klimafreundliche Energie. Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir mehr als zwei GWh Sonnenstrom auf unserem Gelände gewonnen.

Das Ziel, dauerhaft die Grundlast auf dem Messegelände um zehn Prozent zu reduzieren, setzen wir konsequent um. Neben der effizienzsteigernden Optimierung der Anlagen und des Betriebs planen wir in einem weiteren Schritt eine Energiesparkampagne. Damit wollen wir alle Kollegen und Dienstleister noch intensiver für das Thema Energieeffizienz sensibilisieren.



© Messe Frankfurt — Pietro Süttera

„Jedes Prozent an Energie, das wir bewusst und bedarfsgerecht verwenden, kommt unserer ökologischen und finanziellen Bilanz entgegen. Durch die beharrliche und gleichzeitig sehr kleinteilige Arbeit des Energiemanagements sowie den wachsenden Anteil an selbsterzeugter Energie reduziert die Messe Frankfurt jährlich ihren Energiebezug um vier GWh.“

Uwe Behm

Geschäftsführer der Messe Frankfurt

Netzwerken für Klimaschutz und Energieeffizienz

Die Messe Frankfurt ist Mitglied im Business Energieeffizienz-Netzwerk. Für uns ist das Treffen mit anderen Unternehmen aus der Region eine wichtige Plattform, um sich thematisch rund um das Thema Energieeffizienz auszutauschen. Initiiert wurde das Netzwerk von der Mainova AG sowie der Industrie- und Handelskammer Frankfurt; ins Leben gerufen wurde die Plattform 2017 von Hessens Wirtschaftsminister Tarek Al-Wazir. Aktuell gehören 14 namhafte Unternehmen aus der Rhein-Main-Region dem Netzwerk an. Sie alle haben sich das Ziel gesetzt, mit optimierten Prozessen und Projekten zum Gelingen der Energiewende beizutragen. Die Deutsche Energie-Agentur (dena) hat aus allen bundesweiten Energieeffizienz-Netzwerken das Business Energieeffizienz-Netzwerk ausgewählt und stellt es in einer Broschüre als „Best Practice“ vor.

Erfolgreiches Wertstoffmanagement

Im Sinne der Kreislaufwirtschaft werden die Abfälle auf dem Frankfurter Messegelände einer stofflichen und energetischen Verwertung zugeführt. Die Wiederverwertungsquote liegt bei bis zu 90 Prozent. Auf unseren Veranstaltungen sind Abfallberater während der Aufbauzeiten unterwegs und informieren über Müllvermeidung und -entsorgung. Jeder unserer Aussteller zahlt einen quadratmeterabhängigen Umweltbeitrag.

Bereits seit Anfang der 1990er Jahre betreibt die Messe Frankfurt ein effizientes Wertstoffmanagement. In der deutschen Messewirtschaft war dieser frühe Zeitpunkt seinerzeit revolutionär. 1991 wurde die Abfallentsorgung einem privaten Entsorgungsunternehmen mit modernster Sortieranlage übertragen. Partner der ersten Stunde und bis heute ist die Firma Meinhardt Stadtreinigung GmbH & Co. KG. 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. Weiterer Partner ist die Frankfurter Entsorgungs- und Service GmbH (FES).



19.000 t

Die Messe Frankfurt hat sich zum Ziel gesetzt, mit optimierten Prozessen und Projekten zum Gelingen der Klimaziele beizutragen. Durch die Versorgung mit Ökostrom sparen wir jährlich rund 19.000 Tonnen CO₂ ein. Und auch hinsichtlich Sonnenenergie erzeugen wir mit unseren Photovoltaikanlagen klimafreundliche Energie.

E-Waste Collection Drive am Weltumwelttag

Am 5. Juni 2019 war Global Exhibition Day und Weltumwelttag, ein Grund für unsere Kollegen in der Messe Frankfurt India, mit einer Aktion ein Bewusstsein zu schaffen, das Branchen und Einzelpersonen dabei hilft, umweltbewusster mit ihren CO₂-Emissionen umzugehen. Im Rahmen dieser Initiative sammelten sie während der Aktionswoche nicht mehr reparable Elektronikteile und sorgten dafür, dass das Altmaterial an autorisierten Stellen zwecks Recycling und weiterer Aufbereitungen abgegeben wurde. Vielen Menschen ist nicht bekannt, welch enormen Schaden Elektronikschrott für Mensch und Natur verursachen kann, wenn er nicht richtig entsorgt wird.

Nachhaltiges Onboarding

Für unsere Kollegen in der britischen Tochtergesellschaft Messe Frankfurt UK spielt umweltbewusstes Handeln sowohl im Rahmen ihrer täglichen Geschäftsaktivitäten als auch bei den zu organisierenden Veranstaltungen wie der Automechanika in Birmingham eine wesentliche Rolle. So ist der Themenkomplex Nachhaltigkeit bereits im Onboarding-Prozess neuer Mitarbeiter verankert. Das nachhaltige Regelwerk in unserer Tochtergesellschaft beinhaltet neben der verantwortungsvollen Beschaffung von Produkten und Materialien ein Recyclingmanagement sowie E-Mobilität und eine Reihe von sozialen Initiativen vor Ort. Regelmäßig kommen die Kollegen zusammen, um weitere Verbesserungen oder neue Initiativen in ihren Maßnahmenkatalog aufzunehmen.



Zeichen setzen für eine sachgemäße Entsorgung von Elektronikschrott. Eine Woche lang sammelten unsere Kollegen in der indischen Tochtergesellschaft Altmaterial.

Es grünt, blüht und summt – Ökosystemvielfalt auf unserem Messegelände

Unseren Bienen geht es im sechsten Jahr auf dem Messegelände gut. Zwölf Völker haben den Winter gut überstanden, sammeln auf dem Gelände und in der Nachbarschaft wieder fleißig Pollen und versorgen ihren Nachwuchs. Die Auswahl des Nahrungsangebots ist für sie größer geworden. Denn immer wieder finden unsere für das Gelände zuständigen Kollegen ein Plätzchen für Neupflanzungen. So bereichern acht Schlafbäume (Albizia julibrissin) die Baumvielfalt auf dem Frankfurter Messegelände. Der Schlafbaum, auch Seidenbaum genannt, gehört zur Familie der Mimosengewächse und stammt ursprünglich aus dem asiatischen Raum. Seine besonderen Fähigkeiten verhalfen ihm zu seinem Namen: Um sich zu schützen, rollt er nicht nur bei Dunkelheit, sondern auch bei trockenen Wetterlagen sein Blattwerk ein und geht damit in eine Art „Schlafposition“. Wir sind zuversichtlich, dass sich die blühfreudigen Bäume mit ihren farbenfrohen Blüten gut für die zunehmend wärmeren und trockeneren Sommer in Frankfurt eignen.

Mit den Schlafbäumen ist die Vielfalt der nun rund 890 Bäume auf dem Frankfurter Messegelände wieder größer geworden. Neben Kastanien, Roteichen, Linden, Robinien, Hainbuchen, Platanen, Wildbirnen, Kiefern gibt es Tulpen- und Trompetenbäume sowie Schnur- und Mammutbäume.

Es gibt nur wenige deutsche Großstädte, die innerhalb ihres Stadtgebiets über einen eigenen Weinberg verfügen. Als kleine Reverenz an den Lohrberg im Stadtteil Seckbach, der zum bekannten Weinanbaugebiet Rheingau zählt, haben unsere Kollegen 244 Weinstöcke auf dem Messegelände gepflanzt. Auf der Freifläche Agora stehen die Jungpflanzen, westlich vom Torhaus und an den Zäunen am Tor Süd tragen die 14 alten stattlichen Weinstöcke bereits Reben. Ausgewählt wurden Sorten, die pflegeleicht sind und nicht gespritzt werden müssen.



12

© Messe Frankfurt

12 Bienenvölker besiedeln das Gelände der Messe. Die Auswahl des Nahrungsangebots ist für sie größer geworden. Denn immer wieder finden unsere für das Gelände zuständigen Kollegen ein Plätzchen für Neupflanzungen.

Schnell und umweltfreundlich zu jeder Veranstaltung

Der Messeplatz Frankfurt ist zentral in der Stadt gelegen und bestens mit allen wichtigen Verkehrswegen verbunden. Die S-Bahn-Station Messe in der Mitte des Messegeländes, der U-Bahn- und Straßenbahnanschluss am Eingang City/Festhalle sowie die Nähe zum Hauptbahnhof entlasten den Individualverkehr und ermöglichen unseren Kunden und Gästen eine umweltfreundliche und bequeme An- und Abreise.

Mit dem Kombiticket zu unseren Eigenveranstaltungen können unsere Gäste ihre Messeeintrittskarte gleichzeitig als Ticket für den öffentlichen Nahverkehr innerhalb des gesamten Tarifgebiets nutzen. Das Kombiticket gibt es seit 2002.

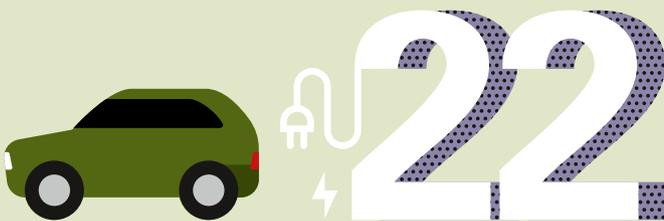
Messe Frankfurt fördert E-Mobilität flächendeckend auf ihrem Gelände

22 E-Ladesäulen werden zurzeit auf dem Messegelände und auf den Parkdecks genutzt. 34 weitere Stationen sind bis 2022 geplant.

Die Messe Frankfurt setzt in ihrem Fuhrpark auf einen Mix aus verschiedenen Energieträgern. Der erste elektrische Messe-Pkw war übrigens schon 2011 im Einsatz. Bei unserer Tochtergesellschaft Accente fahren gut 25 Prozent des 60 Fahrzeuge umfassenden Fuhrparks mittlerweile umweltfreundlich. Damit können bei bis zu 300 Veranstaltungen pro Jahr eine Vielzahl von Lieferfahrten für Serviceleistungen wie Standcatering, Gastronomie oder Mietequipment umweltfreundlich und CO₂-sparend auf dem Messegelände abgewickelt werden.

2.694.311 km

Weiter emissionsfrei fahren Kunden der Messe Frankfurt mit der Deutschen Bahn, und das bereits seit 2007. Im Rahmen des DB-Veranstaltungstickets wurden im vergangenen Jahr 2.694.311 Personenkilometer mit 100 Prozent Ökostrom zurückgelegt.



E-Ladestationen stehen für Kunden und Dienstfahrzeuge der Messe Frankfurt bereit.

Fahrradfreundliches Unternehmen mit Zertifikat

Mit dem Rad zur Arbeit zu fahren ist für viele unserer Kollegen ein wertvoller Beitrag fürs Klima und für die Gesundheit. Als Arbeitgeber unterstützt das die Messe Frankfurt und stellt notwendige Ressourcen auf dem Messegelände bereit. Dafür wurde das Unternehmen 2017 mit dem bike + business Award ausgezeichnet. Der von Mitarbeitern gegründete Arbeitskreis Fahrrad treibt die Entwicklung der fahrradfreundlichen Infrastruktur auf dem Messegelände voran.

Im Herbst vergangenen Jahres trafen sich als fahrradfreundlich zertifizierte Unternehmen aus Frankfurt und der Region an einem runden Tisch bei der Messe Frankfurt. Damit ist die Messe Frankfurt das erste Unternehmen in Hessen, das als Gastgeber für das Thema Fahrradmobilität aktiv geworden ist. Sieben namhafte Unternehmen aus der Region, die zum Thema Fahrrad zusammen zehntausende Mitarbeiter in ihren Unternehmen vertreten, waren der Einladung gefolgt. Weitere Unternehmen sollen in das Netzwerk mit einbezogen werden.

Begrüßt wurde die Initiative der unternehmensübergreifenden Arbeitsgruppe ausdrücklich auch vom ADFC Hessen (Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club Frankfurt am Main e.V.).

Klimaneutral reisen

Unsere Kollegen in der Messe Frankfurt Istanbul fliegen auf ihren Dienstreisen seit 2019 klimaneutral. Die CO₂-Emissionen werden durch die Pflanzung von Bäumen kompensiert. 338 Baumsetzlinge wurden im Jahr 2019 als Ausgleich gepflanzt. Die Aktion soll dauerhaft beibehalten werden.



Die Messe Frankfurt initiierte ein erstes Treffen mit als fahrradfreundlich zertifizierten Unternehmen aus der Rhein-Main-Region.

Messe Frankfurt als Arbeitgeber – Vielfalt und Teamleistung

Die Messe Frankfurt gehört regelmäßig zu den Top-Arbeitgebern in Deutschland (unabhängige Datenerhebung des überregionalen Nachrichtenmagazins Focus). In den vergangenen zehn Jahren ist die Zahl unserer Belegschaft von mehr als 1.600 auf mittlerweile rund 2.600 Mitarbeiter weltweit angestiegen. Vielfalt gehört zu unserem Unternehmen, auf unseren Veranstaltungen und bei unseren Mitarbeitern. Allein im Headquarter in Frankfurt setzt sich unsere Belegschaft aus 28 Nationalitäten zusammen. Diese kulturelle und sprachliche Vielfalt sowie ein werteorientiertes Handeln sind wesentliche Stärken für den langfristigen Erfolg der Unternehmensgruppe.

Die Messe Frankfurt will ihre Mitarbeiter mit überdurchschnittlich guten Arbeitsbedingungen sowie einer guten Work-Life-Balance ausstatten und langfristig in der Unternehmensgruppe halten. Sichere Jobs, Überstundenvergütung, flexible Arbeitszeiten und Arbeitsmodelle wie Teilzeit und Home-Office sowie eine betriebliche Altersversorgung sind Teil eines breiten Leistungsspektrums. Die Messe Frankfurt wird den Weg des agilen Arbeitens weiter ausbauen.

Unser Vergütungssystem ist transparent, Fair Pay beim Gehalt ist selbstverständlich. Neben den tariflichen Zusatzleistungen bieten wir unserer Belegschaft eine Reihe von freiwilligen Sozialleistungen. Nachhaltig etabliert hat sich ein Employee Assistance-Programm, eine externe Mitarbeiterberatung.

Es hilft mit individueller Beratung und Unterstützung in beruflichen und persönlichen Fragestellungen sowie in allen Problem- und Krisensituationen.

Zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf arbeiten wir mit einem Familienservice zusammen, der unsere Mitarbeiter kompetent unterstützt. In Notfällen greift die Backup-Kinderbetreuung (Notfallbetreuung und/oder Ferienprogramm, 15 Tage im Jahr). Darüber hinaus unterstützt das Unternehmen bei Inanspruchnahme von Familienpflegezeiten.

Freitags ist „Family Day“ in der Messe Frankfurt Korea Ltd.

Immer freitags können unsere koreanischen Kollegen zwei Stunden früher das Büro verlassen und die freie Zeit mit ihren Familien und Freunden verbringen. 2017 wurde der „Family Day“ eingeführt, um die Work-Life-Balance zu verbessern. Zunächst war der Familientag auf einmal im Monat beschränkt. 2018 wurde er auf zweimal im Monat erweitert. Trotz der reduzierten Arbeitszeit ist über die vergangenen drei Jahre die Arbeitseffizienz gestiegen und die Zufriedenheit am Arbeitsplatz hat sich deutlich erhöht. Im September vergangenen Jahres beschloss unsere koreanische Tochtergesellschaft deshalb: Freitags ist immer „Family Day“.



Top-Arbeitgeber

Überdurchschnittlich gute Arbeitsbedingungen und eine gute Work-Life-Balance zeichnen die Messe Frankfurt als Arbeitgeber aus.

Mehr Frauen in Führungspositionen im Headquarter Frankfurt

Höhere Führungsebenen bei der Messe Frankfurt werden zunehmend mit Frauen besetzt. Zum 31. Oktober 2019 betrug deren Anteil in der ersten Ebene unterhalb der Geschäftsführung 20 Prozent, auf Bereichsleiterenebene 29,4 Prozent. Damit wurden die von der Geschäftsführung der Messe Frankfurt festgelegten Zielgrößen für die Führungsebene II (Geschäftsleitung) sowie III (Bereichsleitung) von 17 Prozent beziehungsweise 15 Prozent überschritten.

Insgesamt liegt der Anteil weiblicher Führungskräfte am Standort Frankfurt bei 37 Prozent (2019).

Im Aufsichtsrat der Messe Frankfurt wurde zum 31. Oktober 2019 die Zielgröße von 20 Prozent erreicht.

Kompetenzbasiertes Schulungsmanagement

Digitalisierung als der große Gamechanger unseres Jahrhunderts verändert Wirtschaft und Gesellschaft und macht auch nicht vor den Qualifikationsanforderungen in Jobprofilen und am Arbeitsplatz halt.

Auf die sich schnell verändernden Kunden- und Businessanforderungen stellt sich die Messe Frankfurt als Arbeitgeber ein und richtet den Weiterbildungsbedarf für ihre Mitarbeiter bedarfsgerecht und individuell aus. Das Unternehmen hat dazu ein kompetenzbasiertes Schulungsmanagement für seine Mitarbeiter und Führungskräfte implementiert – den Messe Frankfurt Dialog. Entsprechend seinem Aufgabengebiet erhält jeder Mitarbeiter eine gezielte und fortlaufende Weiterbildung und erwirbt so zusätzliche oder auch völlig neue Qualifikationen. Diese fachliche und persönliche Förderung trägt in ihrer Summe zum geschäftlichen Erfolg des Unternehmens bei und verstärkt darüber hinaus die Corporate Identity der Unternehmensgruppe. Die Fluktuationsrate liegt seit Jahren auf einem äußerst geringen Niveau, derzeit bei rund vier Prozent. Das ist ein Zeichen dafür, dass sich unsere Mitarbeiter in ihrem Arbeitsumfeld wohlfühlen.

Mit dem neuen Learning & Development Center hat die Messe Frankfurt als Arbeitgeber im vergangenen Jahr in zwei neue große Schulungsräume direkt auf dem Messegelände investiert. Modern und funktional ausgestattet, bieten rund 300 Quadratmeter Fläche ideale Bedingungen für die unterschiedlichsten Formate, von Seminaren über Workshops bis zu Teamentwicklungen. Ein großes Foyer, eine Teeküche sowie Arbeitsinseln sorgen für eine entsprechende Wohlfühlatmosphäre.



37 Prozent

Der Anteil weiblicher Führungskräfte am Standort Frankfurt liegt bei 37 Prozent (2019).

Unsere Auszubildenden sind unsere Fachkräfte von morgen

Als Ausbildungsbetrieb bietet die Messe Frankfurt jungen Menschen vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten. Wir bilden in sechs unterschiedlichen Berufen und dualen Studiengängen aus. Aktuell befinden sich 29 junge Menschen in der Ausbildung. Im Spätsommer werden rund zehn neue Auszubildende dazukommen. Die Übernahmequote liegt bei fast 100 Prozent.

Wir sind 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.

Neuer dualer Studiengang im Finanzbereich

Mit dem Bachelor of Arts „RSW – Accounting & Controlling“ gibt es seit Herbst letzten Jahres eine neue Studienmöglichkeit bei der Messe Frankfurt. Damit wollen wir spezialisierte Nachwuchskräfte für alle Abteilungen des Finanzbereichs gewinnen.

Neben dem bewährten Studiengang Bachelor of Arts mit der Fachrichtung „Messe-, Kongress- und Eventmanagement“ und Bachelor of Science bilden wir im Studiengang „Wirtschaftsinformatik“ mit der Fachrichtung „Application Management“ aus.

Studieren und praxisnahe Berufserfahrungen sammeln

Studierende können bei der Messe Frankfurt in den Bereichen Baumanagement und IT-Management ihre theoretischen Kenntnisse in der Praxis vertiefen. Mit dem Einsatz von Werkstudenten bietet sich für unser Unternehmen eine gute Gelegenheit, Nachwuchskräfte auszubilden. Wir können dem akuten Fachkräftemangel begegnen und Studierende dieser beiden Fachbereiche zeigen, dass es auch für technisch ausgerichtete Studierende einen interessanten Arbeitsplatz bei der Messe Frankfurt gibt. Im Gegenzug partizipiert unser Unternehmen von den aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen der Werkstudenten.

Für die Ausbildung unseres Nachwuchses setzen wir seit dem Wintersemester 2018/2019 auch auf eine Hochschule an unserem Heimatstandort. Mit einer Gesamtsumme von einer Viertelmillion Euro unterstützt unser Unternehmen 54 Studienplätze in den Bachelor-Studiengängen „Real Estate und Facility Management“ und „Real Estate und Integrale Gebäudetechnik“ an der Frankfurt University of Applied Sciences (Frankfurt UAS).



Vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten für junge Menschen: Wir sind ein Ausbildungsbetrieb mit einer Übernahmequote von fast 100 Prozent.

Frontdays – mit den Augen unserer Dienstleister

Bereits zum vierten Mal fanden die „Frontdays“ im Rahmen der Konsumgütermesse Ambiente statt. Mitarbeiter der Messe Frankfurt schlüpfen während einer Großveranstaltung auf dem Gelände in die Rolle von Servicepartnern. Für einen Tag oder auch stundenweise übernehmen sie eine von rund 15 Tätigkeiten als Dienstleister, beispielsweise bei der Abfallberatung, an der Garderobe, als Standbauer, Verkehrsordner, Sicherheitsstreife, am Infocounter oder in der Kleiderkammer. Seit diesem Jahr neu mit dabei sind Tätigkeiten in unserem Operation & Security Center. Die Blickwinkelperspektive bietet für jeden Kollegen neue Möglichkeiten herauszufinden, wie Arbeitsabläufe und Strukturen optimiert oder auch eventuelle Mängel behoben werden können. Ihre Einschätzungen werden gesammelt, analysiert und die daraus gewonnenen Erkenntnisse genutzt, den Kundenservice am Standort Frankfurt weiter zu optimieren. Die „Frontdays“ sind Teil eines breit gefächerten Maßnahmenkatalogs unserer Initiative „Heartaffairs“. Sie wurde 2008 gegründet mit dem Ziel, die Kundenfreundlichkeit der Messe Frankfurt laufend zu verbessern.

Betriebliche Gesundheitsförderung

Gesundheitsvorsorge und der Arbeitsschutz liegen dem Unternehmen am Herzen. Mit vielfältigen Angeboten sorgt die Messe Frankfurt für ein gesundheitsförderliches Arbeitsumfeld. So werden beispielsweise regelmäßig Gesundheitstage, eine Gripeschutzimpfung sowie die Teilnahme an einer Darmkrebs-

vorsorge angeboten. Im Falle eines längeren krankheitsbedingten Arbeitsausfalls unterstützt das Unternehmen mit einem betrieblichen Eingliederungsmanagement.

Im Rahmen des seit 15 Jahren geförderten Präventionsprogramms Messe Vital fanden im Berichtsjahr altbewährte, aber auch neue Maßnahmen statt. Erstmals konnten die Mitarbeiter an einem Workshop zum Thema „visuell kognitives Training“ teilnehmen. Das professionelle Lauftraining „Corporate Running“ wurde erfolgreich fortgesetzt mit Beteiligungen von Kollegen am JP Morgan-Lauf sowie am Mainova Frankfurt Marathon.

Aktionen mit dem Deutschen Roten Kreuz

Mit einer regelmäßigen Blutspende-Aktion können wir gemeinsam helfen, Leben zu retten. Diese wurde unter reger Beteiligung der Kollegen und in Kooperation mit dem Deutschen Roten Kreuz wieder auf unserer Sanitätsstation im Operation & Security Center durchgeführt.

Ebenfalls unter der Leitung des Deutschen Roten Kreuzes stehen die Lehrgänge für betriebliche Ersthelfer. 162 Ersthelfer sind bei der Messe Frankfurt GmbH registriert. Damit ist die Quote im Unternehmen höher als die vom Gesetz vorgeschriebene, wonach nur zehn Prozent der anwesenden Mitarbeiter als Ersthelfer qualifiziert sein müssen. Bei der Messe Frankfurt wären dies bei einer Mitarbeiterzahl von rund 986 (2019) am Standort Frankfurt 90 Mitarbeiter. Die Lehrgangsgebühren übernimmt die Berufsgenossenschaft, allerdings nur, bis die gesetzlich vorgeschriebene Quote erreicht ist. Alle Kosten, die darüber hinausgehen, trägt unser Unternehmen.



© Messe Frankfurt

Frontdays: Rollentausch

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.



Engagement in der direkten Nachbarschaft

Mit Kindern. Für Kinder!

Im Rahmen unserer Partnerschaft mit Children for a better World e.V. fördert das Unternehmen benachteiligte Kinder und Jugendliche. Mit einer jährlichen Zuwendung unterstützen wir eine Beteiligungseinrichtung in unmittelbarer Nähe zum Frankfurter Messegelände. In dem Mehrgenerationenhaus gibt es täglich einen kostenlosen Mittagstisch mit anschließender Hausaufgabenbetreuung. Und vor Weihnachten erfüllen unsere Kollegen aus eigenen Mitteln den rund 40 Kindern der Betreuungseinrichtung Weihnachtswünsche.

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



Im Rahmen unserer Partnerschaft mit Children for a better World e.V. fördern wir benachteiligte Kinder und Jugendliche in einer Einrichtung in unmittelbarer Nähe zum Frankfurter Messegelände.

Laufen für einen guten Zweck

41 unserer 100 Kollegen in Mumbai haben am 19. Januar am TATA Mumbai Marathon teilgenommen, um die Initiative von Habitat for Humanity India zu unterstützen. Die gemeinnützige Organisation, Mitglied von Habitat for Humanity International, setzt sich für einkommensschwache Familien ein und unterstützt diese durch bezahlbaren Wohnraum und sanitäre Einrichtungen. Unterstützt wurden Familien in Karjat, Raigad District of Maharashtra, die dem Stamm der Katkari angehören.



Unsere indischen Kollegen unterstützen durch die Teilnahme am TATA Mumbai Marathon die Initiative von Habitat for Humanity India.

Mit Bildung die Zukunft meistern

Bildung ist der Schlüssel für ein besseres Leben. Deshalb unterstützt die Messe Frankfurt India finanziell die Ausbildung von Schülern der Spark-A-Change-Stiftung (Lokhandwala und Oshiwara Center) für die Jahre 2019/2020. Die Spark-A-Change Foundation (SAC) ist in Mumbai ansässig. Sie wurde aus der Überzeugung heraus gegründet, jedem Kind, unabhängig von den sozialökonomischen Schichten, durch eine sinnvolle Alphabetisierung Zugang zu qualitativ hochwertiger Bildung und zur Verwirklichung und Maximierung seines Potenzials zu ermöglichen.

Kleine Hilfen mit großer Wirkung

NASEOH India, National Society for Equal Opportunities for the Handicapped, hat es sich zur Aufgabe gemacht, Menschen mit Behinderungen durch umfassende Rehabilitationsmöglichkeiten die Integration in die Gesellschaft zu erleichtern. Durch die finanzielle Unterstützung unserer indischen Kollegen konnten zusätzlich 200 Mobilitätshilfen für Menschen mit Handicaps bereitgestellt werden, wie Gehstöcke, Rollstühle, Prothesen usw. Die Hilfen werden von Menschen mit körperlicher Beeinträchtigung direkt bei NASEOH hergestellt, so dass Beschäftigung und Selbstständigkeit gleichermaßen gefördert werden.

Unsere Tochtergesellschaft in Indien fördert Organisationen, die mit gezielten Maßnahmen Menschen vor Ort langfristig neue Perspektiven aufzeigen.



Ein Weihnachtsabend für alle

Dem Solidaritätsprojekt „Nochebuena para Todos“ (Heiligabend für alle) kommt eine ganz besondere Bedeutung zu. Es wurde von der gleichnamigen Nichtregierungsorganisation (NGO) ins Leben gerufen und arbeitet seit Jahren mit der Caritas zusammen. Familien in extremer Armut, die zum Teil auch noch in schwer erreichbaren Regionen leben, werden zu Weihnachten mit Lebensmitteln, Kleidung und anderen Geschenken bedacht. Für unsere Kollegen in der argentinischen Tochtergesellschaft ist dieses Engagement in der Initiative ein schöner Weg, den ursprünglichen Sinn des Weihnachtsfests wiederzubeleben.



© Messe Frankfurt

Nochebuena para Todos
(Heiligabend für alle)

Das Mochi-Projekt

Ein Schulranzen mit allem, was nötig ist und dazu noch jede Menge Freude bereitet – das Projekt Mochi ermöglicht das. 2016 wurde die Initiative ins Leben gerufen mit dem Ziel, einkommensschwache Kinder zu Schulbeginn mit allen Materialien zu versorgen, die sie entsprechend ihrer Schulstufe benötigen. Die Weitergabe der Schultaschen erfolgt anonym über die Sozialreferenten der Viertel an die Eltern. Die Kinder wissen nicht, dass es sich um Spenden handelt. Kollegen der Messe Frankfurt Argentina haben sich erstmals an dieser Aktion beteiligt.



© Mochi



© Messe Frankfurt

Hilfe, die kommt: Unsere argentinischen Kollegen unterstützen in vielfältiger Weise, um die Lebenssituation benachteiligter Menschen zu verbessern.

Charity Bike Ride – strampeln und sammeln

Mit einer Länge von 160 Kilometern ist der Prudential RideLondon durch die britische Hauptstadt und die Surrey Hills recht anspruchsvoll. Im August vergangenen Jahres nahmen drei Kollegen unserer britischen Tochtergesellschaft gemeinsam mit weiteren rund 25.000 Amateur-Radsportlern diese sportliche Herausforderung an. Ziel des Radteams war es, Spenden für die Wohltätigkeitsorganisation für psychische Gesundheit „Mind“ zu sammeln. 2.000 Pfund kamen zusammen, Ansporn genug für die Kollegen in der Messe Frankfurt UK, die nächste Herausforderung von 300 km anzunehmen.

Prudential RideLondon ist das größte Radsportfestival der Welt mit mehr als 100.000 Radsportlern. Neben den besten Radprofis der Welt nehmen jedes Jahr viele Amateur-Radsportler teil mit dem zusätzlichen Anreiz, Geld für gute Zwecke zu sammeln. Seit 2013 wurden nach Angaben des Veranstalters mehr als 66 Millionen Pfund gesammelt.



© Messe Frankfurt

2.000

2.000 Pfund wurden beim Charity Bike Ride gesammelt.

Kleine Päckchen, große Wirkung

Zu Weihnachten haben unsere Kollegen in der britischen Tochtergesellschaft älteren, vor allem alleinstehenden Menschen eine Freude bereitet. Nützliche und schöne Dinge für den täglichen Bedarf wurden liebevoll verpackt und an Alten- und Pflegeheime verteilt. Die Aktion ist eine Initiative aller Mitarbeiter des Bürokomplexes, in dem unsere Tochtergesellschaft ihre Büros hat.

Unterstützung für Hongkongs neues Kunst- und Kulturfestival

Im November vergangenen Jahres wurde im Tai Kwun, Centre for Heritage and Arts, Hongkongs neues Kunst- und Kulturfestival, Projekt Berlin, veranstaltet. Die Besucher bekamen einen einzigartigen Einblick in das vielfältige Spektrum der Berliner Kulturlandschaft in Form von klassischer und zeitgenössischer Kunst. Die Messe Frankfurt war gerne Sponsor für das Projekt, nicht zuletzt weil unsere Tochtergesellschaft in Hongkong 2019 ihr 25. Gründungsjubiläum feierte und damit auch ihr Engagement für die sozioökonomische Entwicklung im chinesischen Großraum unterstreichen konnte.



© Messe Frankfurt

Die Geschenke sind verpackt und warten auf ihre Verteilung an Alten- und Pflegeheime.

Nachhaltigkeit auf unseren Veranstaltungen

Effizienz und Sicherheit für urbane Räume von morgen

Fünf Milliarden Menschen werden – so Schätzungen der Vereinten Nationen – im Jahr 2030 in mehr als 40 Städten und neu entstehenden Megacities leben. In Europa wird die Stadtbevölkerung voraussichtlich bis 2050 auf etwa 80 Prozent ansteigen. Urbanisierung im Kontext mit Klimaveränderungen, Ressourcen- und Flächenverknappung stellt Stadtplaner und -entwickler weltweit vor neue Herausforderungen. Eine innovative technologische und vernetzte Gebäudesystemtechnik wird im Lebensraum Stadt mit seinen horizontalen und vertikalen Bewegungen eine entscheidende Rolle spielen. Die Smart City – die vernetzte und intelligente Stadt – ist eine Lösung für die Probleme der Urbanisierung. So kann beispielsweise intelligente Gebäudeautomation 20 bis 30 Prozent des Energiebedarfs und damit der CO₂-Emissionen einsparen. Smart Lighting und Smart Mobility sind Kernelemente in der Umsetzung der Klimazielvorgaben.

Der Einsatz digitaler Technologien macht Städte sicherer, effizienter und nachhaltiger und ermöglicht weitreichende und energieeffiziente Neuerungen für die Planung, Einrichtung und Wartung von Gebäuden. Das Wissen darüber und die Vernetzung mit diesen zukunftsweisenden Technologien werden auch in der Entwicklung, dem Betrieb und der Vermarktung von Immobilien zusehends relevant. Die Messe Frankfurt pflegt im Sinne ihrer Kunden starke Partnerschaften mit Verbänden und Unternehmen und baut neue auf. So gibt es mit Builtworld, einer Initiative für eine europäische Plattform von Unternehmen und Experten der Bau- und Immobilienbranche, die es sich zur Aufgabe gemacht haben, Innovationen zu fördern und die gebaute Welt von morgen aktiv zu gestalten, eine neue strategische Partnerschaft.

Leitmessen für smarte Gebäudeautomation, intelligentes Energiemanagement und vernetzte Sicherheit bieten für ihre weltweiten Branchen und Experten wichtige Plattformen, um globale Herausforderungen zu diskutieren und in marktfähige Lösungen umzusetzen. Hierfür stehen insbesondere die beiden internationalen Leitmesse ISH und Light + Building.



Ständige Neuerung ist fester Bestandteil der Gebäudetechnik.

Rentable Sonnenenergie

Photovoltaik ist in vielen Teilen unseres Erdballs die günstigste Form der Stromerzeugung und dazu noch klimafreundlich. Gerade auch in Afrika nimmt der Energiebedarf und insbesondere der Bedarf an Solarenergie rasant zu. Prognosen zufolge werden bis zum Jahr 2030 annähernd 30 Prozent des elektrischen Stroms der Länder südlich der Sahara aus Sonnenenergie gewonnen, was rund 30 Gigawatt entspricht. Die Afrikanische Entwicklungsbank (AfDB) hat kürzlich ein neues Finanzierungsprogramm für kleine Anlagen zur Energiegewinnung aus regenerativen Quellen vorgestellt.

Mit den internationalen Veranstaltern SNEC PV Power Expo und Solar Power Events organisiert die Messe Frankfurt erstmals die Solar Power Africa. Ziel der zweitägigen Veranstaltung ist es, führende Köpfe und Lösungsanbieter der Solarbranche Afrikas zusammenzubringen und den afrikanischen Solarengiemarkt weiterzuentwickeln.

Die Solar Power Africa ist eine von insgesamt fünf Veranstaltungen im Bereich Environmental Technology der Messe Frankfurt. Mit unseren Umweltmessen und Kongressformaten fördern wir das internationale Netzwerken zwischen Herstellern, Anwendern und staatlichen Behörden.

Umweltengagement und Unterstützung zivilgesellschaftlicher Organisation

Im Rahmen der Argentina Oil & Gas Expo, einer der größten Veranstaltungen Argentiniens, haben die Kollegen in unserer argentinischen Tochtergesellschaft erneut das Recyclingprojekt „La Rural Recicla“ unterstützt. Nach Messeschluss wurden, auch dank der Mithilfe der ausstellenden Unternehmen, 18,5 Tonnen wiederverwertbares Material wie Möbelstücke aus Eisen, Holz, Teppiche, Glas und Metalle gesammelt. Das Material wurde der Stiftung Compromiso gespendet. Das Institut „13 de Julio“, die Technische Schule Nr. 10 „Fray Luis Beltrán“ sowie die Organisation „Sol y Verde“ stellen aus den aufbereiteten Gegenständen unter anderem didaktisches Spielzeug sowie Möbel her.



Klimafreundliche Photovoltaik ist in vielen Teilen unseres Erdballs die günstigste Form der Stromerzeugung.

Gemeinsam sind wir stark – mehr Nachhaltigkeit in der Textilindustrie

Die Messe Frankfurt unterstützt im Rahmen ihres Texpertise Network die nachhaltigen Entwicklungsziele der UN. Sukzessive sollen die Sustainable Development Goals auf den rund 60 Textilveranstaltungen vorgestellt werden, um die weltweit drängendsten Herausforderungen in der Textil- und Modebranche sichtbar zu machen. Das globale textile Netzwerk der Messe Frankfurt hat dafür die idealen Plattformen, um das Bewusstsein für mehr Nachhaltigkeit in der Textilindustrie zu schärfen. Unsere Veranstaltungen umfassen die gesamte Wertschöpfungskette der Textilindustrie mit jährlich mehr als 23.000 Unternehmen und 600.000 Fachbesuchern. Geplant sind unter anderem Diskussionsrunden, Vorträge, interaktive Informationsstände, Messerundgänge sowie die Einbindung spezieller Aktionen in die Messeprogramme. Die Messe Frankfurt arbeitet seit 2019 im Rahmen des Texpertise Network mit der Conscious Fashion Campaign und dem United Nations Office for Partnerships zusammen.



© Messe Frankfurt — Pietro Suteria

Detlef Braun

Geschäftsführer der Messe Frankfurt

Neonyt – Drehscheibe für nachhaltige Mode

Erstmals wurden die Sustainable Development Goals im vergangenen Jahr auf der Neonyt, weltweit führende Plattform für nachhaltige Mode, im Rahmen der Conscious Fashion Campaign vorgestellt. Die Initiative unter der Schirmherrschaft des United Nations Office for Partnerships bindet internationale Branchenveranstaltungen ein mit dem Ziel, die Entwicklungsziele zu beschleunigen. Die Messe Frankfurt entwickelt seit mehr als zehn Jahren die Neonyt als globale Drehscheibe für Mode, Nachhaltigkeit und Innovation konsequent weiter. Die Veranstaltung ist heute nicht nur Europas größte Plattform für nachhaltige Mode. Sie verbindet – flankiert von der Konferenz Fashionsustain – die Paradigmen Technologie und Innovation mit Nachhaltigkeit und interpretiert den Innovationsprozess in der Modebranche ganzheitlich. Dabei schafft sie eine gemeinsame Basis für alle Interessenvertreter und Entscheidungsträger aus Handel und Industrie, Wissenschaft und Politik. In rund 50 Impulsvorträgen, Paneldiskussionen und Masterclasses beschäftigte sich die Neonyt-Konferenz Fashionsustain im Januar mit dem Leitthema „Luft“.

Neonyt ist eine Veranstaltung, deren Konzept durch und durch auf Nachhaltigkeit basiert, von den gezeigten Marken und Modelabels über Abfallvermeidung bis hin zum Catering. Restmaterial lassen wir seit rund einem Jahr von unserem Kooperationspartner sortieren und weiterverwerten. So wurden allein zur Winteredition der Neonyt 2020 im Flughafen Tempelhof 1,4 Tonnen Material an Berliner Initiativen aus den Bereichen Soziales, Kunst, Kultur und Nachhaltigkeit vermittelt.

Übrigens: Die Konferenz Fashionsustain wird international. Sie fand im vergangenen Jahr mit weiteren Spin-offs im Rahmen des LA Fashion Festival in Los Angeles, in Schanghai auf der Intertextil Shanghai Apparel Fabrics und im Rahmen der

„Digitalisierung und Nachhaltigkeit prägen die weltweite Textilindustrie aktuell maßgeblich. Seit mehr als zehn Jahren begleiten wir unter dem Dach von Texpertise Network diese Entwicklung. Es ist daher konsequent, die Sustainable Development Goals aktiv in unsere Textilveranstaltungen zu integrieren und das Bewusstsein für mehr Nachhaltigkeit in der Textilindustrie zu schärfen.“

Futures Modaportugal statt. Erstmals gastierte die Fashion-sustain zudem auf der ISPO in München. Die Kooperation der in ihren Bereichen führenden Fachmessen ist ein starkes Zeichen, themenfokussiert Nachhaltigkeit weiter in ihren Branchen voranzutreiben.

Und auch über die Veranstaltung hinaus macht sich das Team der Neonyt stark für eine Veränderung in der Modebranche. Im Rahmen der Fashion Revolution Week, einer der weltweit größten Bewegungen für eine gerechtere Modeindustrie, beteiligten sich die Kollegen aus dem Neonyt-Messteam an der Online-Kampagne, passend zum Motto der Neonyt „The change of fashion is now“.

Nachhaltiges Produzieren und Handeln wird zur Konstanten

Nachhaltige Produkte und Langlebigkeit beginnen sich zunehmend auch in Produkten der Wohntextilbranche zu manifestieren. Mit einer Reihe von Maßnahmen forciert die Heimtextil als Leitmesse ihrer Branche das nachhaltige Engagement der Industrie. Das Green Directory präsentierte sich in seiner zehnten Auflage im Januar mit so vielen nachhaltig produzierenden Ausstellern wie noch nie. Damit war und ist die Heimtextil seit jeher ihrer Branche voraus. Anlaufpunkt für Innovationen und Veränderungen in der Wertschöpfungskette ist auf der Leitmesse das Nachhaltigkeitsareal Green Village. Und auch beim Heimtextil Trend Space wurde durch eine intelligente Material-

auswahl bei der Konzeption ein minimaler ökologischer Fußabdruck erreicht. Genauso progressiv nachhaltig war in diesem Areal der Ansatz der neuen Future Materials Library, wo Besucher Beschaffenheit und Produktionsweise innovativer Materialien erleben konnten, beispielsweise mit heranwachsenden Pilzgeflechten, Algen und Brennnesseln.

Ehrengast auf der Heimtextil im Januar war Lucie Brigham, Chief of Office, United Nations Office for Partnerships, die über die Sustainable Development Goals und die Zusammenarbeit mit der Heimtextil informierte. Zudem fanden Vorträge und Podiumsdiskussionen der UN rund um die Themen nachhaltige Entwicklung und Strategien in Industrie und Handel statt.

Seidenraupenzucht – Unterstützung der Initiative fortgesetzt

Das „Proyecto Seda“ ist eine lateinamerikanische Initiative, die die Verbreitung der Seidenraupenzucht (Produktion und Zucht der Seidenraupe *Bombyx mori*) durch einen nachhaltigen Ansatz und mit lokalem Mehrwert anstrebt. Auf unserer Textilfachmesse Emitex haben die Kollegen in der Tochtergesellschaft Messe Frankfurt Argentina es der Initiative ermöglicht, sich auf einer Sonderschaufäche zu präsentieren und die verschiedenen Stufen der Raupenzucht bis hin zu fertigen Produkten einem breiten Publikum vorzustellen. Die handwerkliche Tätigkeit kann in Familien auch ohne großes Fachwissen durchgeführt werden und benötigt weder große Anbauflächen noch eine spezielle Technologie.



© Messe Frankfurt – Jean Luc Valentin

Die Sustainable Development Goals werden nach und nach auf unseren rund 60 Textilveranstaltungen vorgestellt, um die weltweit drängendsten Herausforderungen in der Textil- und Modebranche sichtbar zu machen.



© Messe Frankfurt – Jean Luc Valentin

Green Tour Heimtextil

In Argentinien gibt es mittlerweile rund 50 Seidenproduzenten, die über die ganze Pampa, Misiones, Jujuy und Buenos Aires verteilt sind. Das erzielte Einkommen liegt bei etwa 60.000 Dollar pro Saison.

Proyecto Seda wurde 2016 vom argentinischen INTI (Nationales Institut für Industrielle Technik) mit Unterstützung der EU zur Förderung der partnerschaftlichen Zusammenarbeit ins Leben gerufen. Ziel ist es, ein nachhaltiges Wirtschaftswachstum und eine Verbesserung der Lebensqualität in landwirtschaftlichen und vorstädtischen Gebieten Lateinamerikas und der Karibik zu erreichen. An dem Projekt sind sechs Länder und acht lateinamerikanische Institutionen beteiligt. Die EU-Spenden in Höhe von 500.000 Euro, so INTI, werden auch 2020 bereitgestellt.

Konsumgüter im Zeichen von Nachhaltigkeit

Verantwortungsvoll und fair ist auch bei Konsumgütern längst nicht nur ein Trend. Verbraucher werden achtsamer und kritischer beim Einkauf und hinterfragen die Wertschöpfungskette. Auf der Ambiente, der internationalen Leitmesse der Konsumgüterbranche, werden ausstellende Unternehmen, die nach ökologischen und gesellschaftlich verträglichen Kriterien produzieren, in einem kuratierten Verzeichnis, dem Ethical Style Guide, aufgeführt. Er hat sich als ein wertvolles Instrument für den zeitgeist- und zukunftsorientierten Handel etabliert. Umweltfreundliches Material, ressourcenschonende Herstellung, faire und soziale Produktion, Re- oder Upcycling-Design,

Handarbeit und nachhaltige Innovation sind dabei klar definierte Leitplanken für den Handel. Welche Unternehmen und Produkte aufgenommen werden, entscheidet eine Jury unabhängiger Experten. 2020 stellten damit bereits 314 Aussteller aus 49 Ländern aus, die nach ökologischen und gesellschaftlich verträglichen Kriterien produziert haben, 66 Unternehmen mehr als im Vorjahr.

Fortgesetzt wurde zur Ambiente die Zusammenarbeit mit der globalen Initiative des Flüchtlingshilfswerks der Vereinten Nationen (UNHCR). Diese arbeitet mit Partnern aus der Wirtschaft daran, zukunftsfähige Existenzgrundlagen für geflüchtete Kunsthandwerker zu sichern. Handwerklich hergestelltes Wohndekor sowie Modeartikel wurden auf der Sonderschau MADE 51 einem internationalen Publikum vorgestellt. Im Rahmen der Ambiente Academy gab es hierzu eine UNHCR-Panel-Diskussion, auf dem sich förderungswürdige Projekte aus der ganzen Welt der internationalen Presse vorstellen konnten.

Auf dem Stand der World Fair Trade Organization (WFTO) konnten sich die Besucher aus erster Hand über die Arbeit der globalen Gemeinschaft informieren. Die Organisation fördert weltweit die Fairness im Handel durch die Entwicklung alternativer Geschäftsmodelle.



314/49 + 66

Zu den Ausstellern der Ambiente zählten auch 314 Unternehmen aus 49 Ländern, die Produkte nach klar definierten ökologisch und gesellschaftlich verträglichen Kriterien produzieren. Das waren 66 Unternehmen mehr als ein Jahr zuvor.

Im Fokus: das grüne Büro

Ressourcenschonende Verarbeitung und recycelte Produkte sowie ökologisches Handeln sind Kernthemen in der PBS-Branche. Als Spiegel ihrer Branche rückt die Paperworld, internationale Fachmesse für Papier, Bürobedarf und Schreibwaren, nachhaltige und umweltfreundliche Produkte immer stärker in den Fokus. Aussteller mit grünen Produkten werden in der Broschüre „Green Directory“ aufgeführt. Der Sustainable Office Day rückt mit Fachvorträgen nachhaltige Produkte und umweltbewussten Einkauf in den Fokus. Als langjähriger Kooperationspartner steht dem Paperworld-Team das Unternehmensnetzwerk für nachhaltiges Wirtschaften B.A.U.M. e.V. zur Seite. Ökologie am Arbeitsplatz ist ein Zukunftsthema, weil es nicht nur dem Schutz und Erhalt der Umwelt dient, sondern auch Hand in Hand mit wirtschaftlichen Überlegungen geht.

Die Fachagentur Nachwachsende Rohstoffe e.V. (FNR), Projektträger des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft, informierte auf der Paperworld über den Zusammenhang zwischen Produktauswahl und Klima. Der Forest Stewardship Council (FSC) berät Unternehmen über die Voraussetzungen zur FSC-Zertifizierung bei Papierprodukten sowie nachhaltiger Verpackung.



Händler und Hersteller aus allen PBS-Segmenten setzen verstärkt auf nachhaltige und umweltfreundliche Produkte.

Creativeworld-Aussteller 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 Branchen. Seit nunmehr zwölf Jahren rufen die Creativeworld und das Frankfurter Kinderbüro die ausstellenden Unternehmen auf, Bastel- und Kreativprodukte nach der Messe zu spenden. 111 nationale und internationale Aussteller beteiligten sich auch in diesem Jahr an der Aktion „Kreativ hilft“ und spendeten Farben, Leinwände, Staffeleien, Papier, Stifte und Kleber. Die Messe Frankfurt stellte dem Frankfurter Kinderbüro kostenlos einen Stand auf der Creativeworld zur Verfügung und damit einen direkten Kontakt mit den Ausstellern her. Anfang März wurden die Spenden an über 50 Einrichtungen in der Stadt Frankfurt übergeben. Mehr als 3.000 Frankfurter Kinder und Jugendliche aus sozial schwachen Wohngebieten profitieren jedes Jahr von der Aktion. Aus den Spenden entstehen Bilder, Kollagen und Objekte, die in der KinderArt ausgestellt werden. Diese kleinen Kunstwerke können im Frankfurter Kinderbüro bewundert und gegen eine Spende erworben werden. Die KinderArt 2020 steht im Zeichen des Artikels 24 der UN-Kinderrechtskonvention, der die Gesundheit von Kindern in den Mittelpunkt stellt. Die KinderArt 2021, die aus den diesjährigen Spenden entstehen wird, fokussiert sich auf die Artikel 28 und 29 der UN-Kinderrechtskonvention. Artikel 28 beschäftigt sich mit dem Recht auf Bildung und Berufsausbildung und Artikel 29 behandelt die Bildungsziele und Bildungseinrichtungen.



3.000

Mehr als 3.000 Kinder und Jugendliche profitieren jährlich von der Spendenaktion. Ihre kleinen und großen Kunstwerke stehen 2020 unter dem Motto „Gesundheit von Kindern“.

Unterstützung für Macau – Wohltätigkeitsorganisation

Im Rahmen der drei Fachmessen Toy&Edu China, Baby&Stroller China sowie Licensing China haben unsere Kollegen in unserer Tochtergesellschaft in Hongkong eine Wohltätigkeitsorganisation in Macau unterstützt. In Zusammenarbeit mit der Nam Kwong Culture and Creativity Industry wurden Laptops, Kinderdreiräder, Handtücher und Taschen an die 1892 gegründete Macau Tung Sin Tong Charitable Society übergeben. Die Stiftung bietet nicht nur medizinische Dienstleistungen und Medikamente an, sondern engagiert sich unter anderem auch in kostenloser Bildung, Kindertagesstätten sowie Aktivitätszentren für ältere Menschen. Der Verein organisiert jährlich eine Spendenaktion.

Hypermotion – Vorreiterrolle beim Klimaschutz

Der Anteil der Verkehrsträger an CO₂-Emissionen weltweit beträgt knapp unter 20 Prozent und ist somit für ein Fünftel des Gesamtausstoßes an Treibhausgasen verantwortlich. Schlüsselfaktoren bei der Bewältigung der Herausforderungen der Zukunft sind ohne Zweifel Mobilität und Logistik. Technologietreiber und Experten haben sich nun schon zum dritten Mal auf der Hypermotion versammelt, um verkehrsübergreifend die Mobilitätswende voranzutreiben und neue Standards zu setzen. Eine Vorreiterrolle beim Klimaschutz wurde auf der Veranstaltung im November auch ganz praktisch umgesetzt. Die Hypermotion fand erstmals klimaneutral statt, als erste Messe ihrer Branche und als erste Veranstaltung der Messe Frankfurt.

Auditoren der unabhängigen Agentur CLIMATE EXTENDER haben dafür die Veranstaltung auf den Klima-Prüfstand gestellt, alle relevanten Komponenten analysiert und so den CO₂-Fußabdruck ermittelt. Zur Kompensation der operativen CO₂-Emissionen in Höhe von rund 380 Tonnen wurden Zertifikate aus – nach Goldstandard ausgewiesenen – Klimaschutzprojekten erworben, die eine nachhaltige Reduzierung der Treibhausgase zum Ziel haben.



Ideen und Lösungen für die Mobilität von morgen – Networking-Event Hypermotion.



Kleiner Fußabdruck

Die Kollegen in der Messe Frankfurt Istanbul unterstützen mit ihren Projekten „Klimaneutrales Fliegen“ und „Klimaneutrale Ausstellung“ nachhaltige Geschäftsaktivitäten. Zur Motobike Istanbul wurde im Namen der Aussteller und Besucher der CO₂-Fußabdruck der Kunden analysiert, als Ausgleich für die operativen CO₂-Emissionen wurden im Nachhinein Bäume gepflanzt. Die Berechnungen erfolgten durch die Aegean Forest Foundation, Izmir, eine freiwillige Stiftung, die zur Rettung der Wälder gegründet wurde. Die Stiftung war auch mit einem Stand auf der Motobike Istanbul 2020 präsent.

Kinderschutz auf Straßen

Die Messe Frankfurt unterstützt im Rahmen ihrer Marke Automechanika als Mitglied den Verein TEILEn e.V. Mehr als 60 renommierte Unternehmen des Independent Aftermarket IAM, dem Fahrzeugteile-Hersteller und -Händler sowie freie Werkstätten angehören, haben sich das Ziel gesetzt, in ganz unterschiedlichen Projekten Kinder im Straßenverkehr zu schützen. Dazu gehören beispielsweise die Kooperation mit der Kinder-Unfallhilfe e.V. sowie die mit der Peter Maffay Stiftung bei der Unfall-Nachsorge. Im Jahr 2000 gegründet, bekommen jährlich bis zu 1.200 Kinder therapeutische Hilfe in den Häusern der Stiftung.

Bäume pflanzen und Entwicklung fördern

Auch 2019 unterstützten unsere Kollegen in der Tochtergesellschaft in Schanghai im Vorfeld der CAPAS, internationale Fachmesse für Autoersatzteile und -services, eine Baumpflanzveranstaltung. Der CAPAS Arbour Day wurde gemeinsam vom China Council for the Promotion of International Trade, dem Automotive Sub-Council (CCPIT-Auto), der Messe Frankfurt Shanghai Co. Ltd. und dem China Council for the Promotion of International Trade, Sichuan Council (CCPIT-Sichuan), organisiert und von der Provinz Sichuan unterstützt. Er wurde eingeführt, um die kulturelle und ökologische Entwicklung der Provinz zu fördern.

„Musik erwärmt das Herz“ – Wohltätigkeitsprojekt für Autismus

Während der Music China 2019 haben sich unsere Kollegen – wie schon im vergangenen Jahr – für das Wohl von autistischen Mitmenschen engagiert und für die autistische Gemeinde ein Projekt veranstaltet. Gemeinsam fanden zusammen mit Fachleuten aus der Musikindustrie und Mitgliedern der autistischen Gemeinde eine Reihe inspirierender Instrumental- und Tanzaufführungen statt. Elf ausstellende Unternehmen spendeten Musikinstrumente. In dem eigens auf dem Messeareal platzierten „Love Coffee“-Shop wurden Spenden in Höhe von rund 50.000 RMB gesammelt.



© Messe Frankfurt

Für mehr Aufklärung in der Öffentlichkeit und zum Wohl von autistischen Menschen: gemeinsames Musizieren von Fachleuten aus der Musikindustrie und Mitgliedern aus der autistischen Gemeinde.

Die 10 Prinzipien des UN Global Compact

Menschenrechte

- 1** Unternehmen sollen den Schutz der internationalen Menschenrechte unterstützen und achten.
- 2** Unternehmen sollen sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen.

Umwelt

- 7** Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen dem Vorsorgeprinzip folgen.
- 8** Unternehmen sollen Initiativen ergreifen, um größeres Umweltbewusstsein zu fördern.
- 9** Unternehmen sollen die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien beschleunigen.

Arbeitsnormen

- 3** Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen wahren.
- 4** Unternehmen sollen für die Beseitigung aller Formen von Zwangsarbeit eintreten.
- 5** Unternehmen sollen für die Abschaffung von Kinderarbeit eintreten.
- 6** Unternehmen sollen für die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Erwerbstätigkeit eintreten.

Korruptions- bekämpfung

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