

Inhaltsverzeichnis

<i>Jörn Holtmeier</i>	
Klimaneutral bis 2040: Deutsche Messewirtschaft setzt sich ehrgeizige Klimaschutzziele	9
<i>Benjamin Özgür</i>	
Produkt- und unternehmensbezogener Nachhaltigkeits-Ansatz im Messebau	15
<i>Britta Wirtz</i>	
Vom bunten Strauß an Einzelmaßnahmen zum integrierten Managementansatz: Nachhaltigkeit bei der Messe Karlsruhe. Ein Erfahrungs- und Praxisbericht	19
<i>Gernot Gehrke</i>	
Messen und das Konzept Nachhaltigkeit – eine Annäherung	29
<i>Günther Suchy</i>	
Nachhaltige Sportmessen und Sportveranstaltungen: Die kommunikative Herausforderung „grüner“ Events	55
<i>Johanna Soboll</i>	
Nachhaltige Markenerlebnisse – ein co-kreativer Ereignishorizont als Ausgangspunkt für den Transformationsprozess der Veranstaltungswirtschaft	63
<i>Lisa Kölle und Stefan Luppold</i>	
Maßnahmen zum Ausbau der Corporate Social Responsibility	73
<i>Lena Buhleier</i>	
Managementorientierte Gestaltung einer ganzheitlichen und integrierten Klimaschutzstrategie	99
<i>Nadine Wiedemann</i>	
Nachhaltigkeit als Business-Kompetenz	121
<i>Patrick Haag</i>	
Digitalisierung des Messestandkonzeptes – Ideen, Herausforderungen und Ergebnisse	137
<i>Sandra Henze</i>	
Unser größter Hebel ist unsere Haltung. Ein Blick auf die Sustainability Roadmap von mac. brand spaces	147
<i>Valerie Ingrid Grimm und Thomas Bauer</i>	
Prognose des locationbezogenen CO ₂ -Fußabdrucks von Kongressen in einem Veranstaltungshaus der Messe Frankfurt. Nur was man messen kann, kann man lenken	159
<i>Doris Wagner und Laura Duffe</i>	
Nachhaltigkeit in der Messewirtschaft	195

Sven Prüsler

- Das Zero Emission Ziel im Messe- und Kongresswesen und die Ambivalenz der Kompensationsmaßnahmen 203

Esra Aoukal

- Nachhaltigkeit vs. Schnelllebigkeit – Wie können Messen die Herausforderungen der nachhaltigen Transformation meistern? Praxisbeispiel Messe Berlin 227

- Autoren 239