

Inhaltsverzeichnis

<i>Jörn Holtmeier</i> Klimaneutral bis 2040: Deutsche Messewirtschaft setzt sich ehrgeizige Klimaschutzziele	9
<i>Benjamin Özgüc</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

<i>Sven Prüser</i>	
Das Zero Emission Ziel im Messe- und Kongresswesen und die Ambivalenz der Kompensationsmaßnahmen	203
<i>Esra Aoukal</i>	
Nachhaltigkeit vs. Schnellebigkeit – Wie können Messen die Herausforderungen der nachhaltigen Transformation meistern? Praxisbeispiel Messe Berlin	227
Autoren	239