

# Vorwort

Nachhaltigkeit ist zu einem notwendigen Dauerthema geworden: schon seit Jahren in der Diskussion und das sicherlich auch noch in den nächsten Jahrzehnten. Wir hören von Fortschritten und Rückschlägen, von Klimaschutzzielen und deren Verfehlen. Wir sprechen über globale Anstrengungen und über unsere eigenen – ebenso wie über internationale Ignoranz und persönliches Missachten.

Klar ist, dass gerade die Messewirtschaft im Fokus steht: An- und abreisende Besucherinnen und Besucher, materialintensive Markenauftritte und energieaufwendige Messegelände bedürfen einer besonderen Beachtung. Und dies, selbstverständlich und nachdrücklich, da Messen und Ausstellungen ein wichtiges, für einige Unternehmen und Verbände DAS wichtigste, Kommunikationsinstrument sind. Was bedeutet also für diesen Industriezweig speziell nachhaltiges Handeln und wie können auch dort signifikante CO<sub>2</sub>-Einsparungen erfolgen?

Im Studiengang „BWL – Messe-, Kongress- und Eventmanagement“ an der DHBW (Duale Hochschule Baden-Württemberg) Ravensburg werden jährlich rund 300 wissenschaftliche Arbeiten geschrieben. Etwa 20% der Studentinnen und Studenten wählen ein Thema, das mit Nachhaltigkeit zu tun hat. Die Bandbreite ist groß: Nachhaltigkeitskonzepte und Zertifizierungsverfahren werden beleuchtet, Nachhaltigkeitskommunikation und Materialkreisläufe entwickelt, Möglichkeiten der Substitution und Handlungsalternativen durch Netzwerke analysiert. Jedes neue Thema zeigt, dass wir erst am Anfang stehen – und generiert zwei neue!

Auch in der Arbeit des MAK (Messearbeitskreis Wissenschaft e.V.) im Rahmen der jährlichen Konferenzen und begleitenden Webinare stehen immer auch Fragestellungen nach der Nachhaltigkeit von Messerveranstaltungen und die Suche nach Antworten auf das WIE. Das WESHALB, vor einigen Jahren noch Bestandteil der Gespräche von uns Messeschaffenden, hat sich verabschiedet. Und dies nicht nur, weil die wissenschaftlichen Erkenntnisse zum Klimawandel mittlerweile ernstgenommen werden und allerorten nach greifbaren Lösungen gesucht wird.

Diesem Buch liegen zwei Ideen zugrunde:

Einerseits soll mit Beispielen aus der Praxis sehr pragmatisch aufgezeigt werden, wie Nachhaltigkeit in den unterschiedlichen Bereichen des Messewesens geschaffen werden kann. Nicht unbedingt als eine Art Blaupause, aber zumindest als Impuls, der möglichst viele Messeveranstalter, Geländebetreiber und Dienstleister der Branche und nicht zuletzt auch die Aussteller darin bestärkt, selbst etwas zu tun. So berichten größere Unternehmen von ihren konzeptionellen Ansätzen mit strategischer Dimension ebenso wie kleine von ihren ersten und bereits wirkungsvollen Schritten.

Und andererseits kommen Autorinnen und Autoren zu Wort, die uns Einblicke in grundsätzliche Überlegungen sowie spezielle Handlungsempfehlungen geben und somit eine wertvolle Hilfestellung bei der Einordnung unterschiedlicher Ansätze zur verbesserten Nachhaltigkeit von Messen leisten. Vom Think Tank aus Großbritannien bis hin zum Messeverband in Deutschland.

Wir wünschen Ihnen viele gute Erkenntnisse beim Lesen der Beiträge!

Berlin/Kißlegg, im Oktober 2024

*Thorsten Knoll & Stefan Luppold*