

Klima

Grüne Standards auf dem Vormarsch

Veranstaltungen und ihre Teilnehmer wollen mehr auf die Umwelt achten

Von Friederike Nagel

Klimaneutral, das ist ein Wort, das sich irgendwie gut anhört. Es deutet eine Haltung an, die sich aus einer Mischung aus modern und mitdenkend zusammensetzt. Gerade unter Veranstaltern wird es derzeit deshalb immer gefragter, Treffen möglichst ressourcenschonend auszurichten und sie als klimaneutrales Event laufen zu lassen. „Ein klimaneutrales Produkt erhalte ich, in dem ich den zunächst verursachten CO₂-Ausstoß durch einen Emissionsausgleich neutralisiere“, sagt Andreas Pfeil von der Firma Climate Partner. Das in München ansässige Unternehmen übernimmt hierfür die Berechnung, der durch das Event oder einen Teilaspekt verursachten Emissionen und gleicht diese fachgerecht aus. Konkret bedeutet dies, dass pro Tonne Ausstoß eine festgelegte Eurosumme in Klimaschutzprojekte investiert wird. Um den Ausstoß aber zunächst gering zu halten, gibt es insbesondere bei Messen unterschiedlichste Aspekte, die auf das Thema Nachhaltigkeit hin geprüft und verbessert werden können.

Zu den Pionieren in diesem Bereich zählt das Atelier Damböck aus Neufing bei München, das sich auf Messebau und -design spezialisiert hat. „Wir planen systematisch alle Baudetails, sodass unnötige Abfälle von Anfang an vermieden werden“, sagt Firmengründer und Geschäftsführer Andreas Damböck. Durch eine speziell entwickelte Modulbauweise werden Stand-Bauelemente mehrmals verwendet. Auch auf die Wiederverwendung von Dekorationsstoffen und hochwertigen Bodenbelägen wird geachtet. Eine hauseigene Lagerflä-

che von 6000 Quadratmetern ermöglicht die Aufbewahrung von sämtlichen Standteilen, die für zukünftige Stände wiederverwendet werden können. Auch bei der Produktauswahl wird großer Wert auf umweltbewusst hergestellte Materialien gelegt, wie beispielsweise auf die Verwendung von umweltfreundlichen Lacken und Farben. „Eine solch konsequente Ausrichtung im Bereich Messebau, kann als zukunftsweisend betrachtet werden“, sagt Peter Neven, Geschäftsführer vom Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft (Auma).

Gerade hat das Atelier Damböck seinen ersten klimaneutralen Messestand für einen Kunden gebaut. „Der Clou bei

diesem Stand ist, dass wirklich alle Aspekte in Bezug auf ihre Umweltfreundlichkeit durchdacht wurden“, sagt Damböck. Der langjährige Kunde Cazal habe darauf Wert gelegt, dass ihr Messestand einen neuen Standard setze. Zunächst ging es darum, Emissionen so weit wie möglich zu vermeiden. „Danach haben wir den Kunden beraten, welche umweltfreundlichen Materialien sinnvoll einsetzbar sind“, sagt Damböck. Am Ende hätte man den Stand mit dem minimal möglichen CO₂-Ausstoß produziert, für die angefallenen Tonnen seien Ausgleichszahlungen geleistet worden. Per Definition kann der Stand nun als klimaneutral bezeichnet werden.

Die Herausforderung liege nun darin, noch mehr Kunden von diesem Ansatz zu überzeugen. „Klar, denn auf den ersten Blick sagen viele, was habe ich denn davon“, sagt Damböck. Im Grunde sei es eine Investition in die Zukunft und etwas, das sich durchaus auch werbewirksam einsetzen lasse. Denn viele Messe kämpfen mit einem Makel: Derzeit gelten sie weltweit als Veranstaltungen, die durch ein extrem hohes Müllaufkommen gekennzeichnet sind. Dabei gelte Deutschland im internationalen Bereich bereits schon führend, was den allgemeinen Umweltgedanken auf Messen betreffe, so der Geschäftsführer des Auma. Beispielsweise gelte hier das Verursacherprinzip: Wer

eine halbe Tonne Prospekte liegenlasse, der zahle auch die Müllrechnung dafür. Dennoch regt sich international gerade einiges, um mehr grüne Standards im Veranstaltungsbereich zu implementieren. „Erst unlängst hat unser Verband am Treffen eines weltweiten ISO-Normenausschusses in London teilgenommen“, berichtet Neven. Der Ansatz sei, dass verbindliche ISO-Standards für das Eventmanagement eingeführt werden sollen. Insgesamt ist allerdings zu beobachten, dass das Thema Nachhaltigkeit im Messebereich noch recht unterschiedlich definiert werde. Der Auma hat deshalb vor, in Deutschland die Schaffung einheitlicher Standards zu koordinieren.



Erster klimaneutraler Messestand: für die elf Tonnen CO₂-Ausstoß, die der Bau des Stands verursacht hat, leistete die Firma Ausgleichszahlungen. Foto: oha

Stabile Entwicklung im Überregionalen

Die deutschen Messeveranstalter wollen in diesem Jahr im Inland 157 Messen mit überregionaler Bedeutung auf der Besucherseite durchführen. Der Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft (Auma) erwartet für 2010 eine Stabilisierung der Messekonjunktur. Die Aussteller- und Besucherzahlen und die vermieteten Flächen dürften gegenüber den jeweiligen Vorveranstaltungen im Durchschnitt nahezu konstant bleiben. Trotz erster Anzeichen für einen allgemeinen Aufschwung ist in der Messewirtschaft für 2010 noch nicht mit einem Wachstum zu rechnen, da zahlreiche Sparmaßnahmen, die ausstellende Unternehmen im vergangenen Jahr beschlossen haben, erst jetzt wirksam werden. Im Jahr 2009 sind die Kennzahlen der deutschen Messen im Vergleich zu anderen Marketinginstrumenten relativ moderat zurückgegangen – um 3 Prozent bei den Ausstellern und um 8 Prozent bei den Besucherzahlen – trotz des scharfen wirtschaftlichen Abschwungs und des deutlichen Rückgangs des Welthandels. Für 2010 rechnet der Auma mit etwa 170 000 Ausstellern und 6,7 Millionen Quadratmetern vermieteter Fläche. Die Besucherzahl dürfte bei etwa 9,8 Millionen liegen. SZ

Pflanzenmesse in Essen eröffnet

Die Essener Messehallen stehen in voller Blüte: Bundeslandwirtschaftsministerin Ilse Aigner hat am Dienstag die Internationale Pflanzenmesse IPM eröffnet. Die Pflanzenschau zu Beginn des Jahres sorgte dafür, „dass Essen erblüht für die Kulturhauptstadt“, sagte die CSU-Politikerin. Aigner erklärte auch, dass ihre eigenen Pflanzen die Tätigkeit als Landwirtschaftsministerin eher „leidvoll erfahren“. Nach der offiziellen Eröffnung prämierte die Ministerin die besten Neheiten der Branche. Im „Neuheitenschaukasten“ der Messe standen in vier Kategorien insgesamt 65 neue Pflanzen zur Wahl. Bei Beet- und Balkonpflanzen setzte sich bei der Fachjury „Pretty Much Picasso“ wegen einer außergewöhnlichen Farbkombination durch. Bei der IPM sind etwa 1500 Aussteller aus 43 Ländern vertreten. Erstmals präsentieren sich Äthiopien, Südafrika, Costa Rica und Indien mit eigenen Gewächsen in Essen. Die Fachbesucher-Messe bleibt bis zum Freitag geöffnet. dpa

Hannover

Cebit vor Neuausrichtung

Bedürfnisse von Businesskunden und Verbrauchern sollen besser bedient werden

Um den Abwärtstrend bei Besucher- und Ausstellern der vergangenen Jahre zu stoppen, soll das Konzept der IT-Messe Cebit überarbeitet werden. Am Ende der diesjährigen Cebit werde man ein neues Konzept präsentieren, verlaute aus dem Umfeld des Ausrichters. Die High-Tech-Messe soll wieder Zuwächse bringen, vor allem durch eine stärkere Trennung von Business- und Consumerbereichen. Denn in den vergangenen Jahren musste die Messe einen stetigen Rückgang bei den Aussteller- und Besucherzahlen feststellen. Kamen im Jahr 2000 noch mehr als 800 000 Besucher zur Cebit, so waren es 2009 nur noch etwa die Hälfte. Gegenüber dem Vorjahr betrug das Minus zwanzig Prozent, die Zahl der Aussteller schrumpfte sogar um fünfundsiebzig Prozent.

Experten halten den Schritt für richtig: Fachbesucher und Endkunde sind wichtig

Um diesen Trend zu stoppen, will die Deutsche Messe AG zusammen mit dem Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. Bitkom das Konzept der Veranstaltung überarbeiten. Die Cebit hatte sich in den vergangenen Jahren immer stärker auf Fachbesucher konzentriert – was sich offenbar als falsche Weg erwies. Jetzt soll eine deutliche Kurs-Korrektur in Richtung Verbraucher erfolgen. Die Rolle des Konsumenten habe sich in den letzten Jahren dramatisch verändert, sagt Messesprecher Hartwig von Saß. Dies hänge auch mit der Integration des Internets zusammen. „Der Verbraucher ist nicht mehr nur Konsument, sondern Teil der digitalen Wertschöpfungskette geworden“,

sagt Saß. Der klassische Konsument von früher habe mittlerweile eine mehrdimensionale Rolle als Marktteilnehmer in der digitalen Welt übernommen. Etwa ein Drittel des Branchenumsatzes würden inzwischen durch Konsumenten generiert, bestätigt Bitkom-Präsident August-Wilhelm Scheer. Zusammen mit dem Bitkom hat die Messgesellschaft eine Task Force eingerichtet, die das Cebit-Konzept im Hinblick auf die veränderten Rahmenbedingungen weiterentwickeln soll. Details wollen die Beteiligten in Kürze bekanntgeben. Wie aber schon zu erfahren war, sieht der erweiterte Ansatz unter anderem eine klare, auch räumliche Trennung von Business- und Consumerbereichen vor. Unterstützt werden soll dies auch durch eine ausgefeiltere Besucherführung.

Teile des weiterentwickelten Konzepts werden bereits auf der diesjährigen Cebit umgesetzt. So gibt es im westlichen Bereich des Geländes eine besondere Business-Orientierung und im mittleren Bereich ein Hardware-Angebot, das auch für den Endanwender interessant sein dürfte. Im Osten des Geländes werden Themen, die primär den Konsumenten interessieren, präsentiert – wie etwa die neue Cebit Sounds, eine Veranstaltung die das Thema Musik gesondert aufnimmt.

Experten halten eine solche Regelung für längst überfällig, denn viele Unternehmen, die sich in der Vergangenheit fast ausschließlich auf den Fachbesucher konzentrierten, haben ihre Zielgruppe inzwischen ausgeweitet. Insbesondere viele sogenannte Querschnitt-Konzerne, wie zum Beispiel die Telekom, sind sowohl in klassischen Verbraucherbereichen als in den Business-Sparten stark. Auch der US-Konzern Microsoft macht gute Geschäfte mit dem Endverbraucher, mischt aber auch im Business-Bereich kräftig mit.

Während kleine und mittlere IT-Dienstleister eher skeptisch auf die Pläne der Messgesellschaft reagieren, begrüßt eine breite Front von größeren Unternehmen das Vorhaben ausdrücklich. „Die Cebit folgt einer Entwicklung in der gesamten ITK-Branche, bei der die Grenzen zwischen privater und beruflicher Nutzung von Informationstechnologie zunehmend verschwimmen“, sagt Microsoft-Deutschland-Chef Achim Berg. „Unternehmen öffnen sich Kommunikationsformen, die zunächst im privaten Umfeld genutzt wurden.“ Umgekehrt würden für die Consumer-Themen wie E-Mail auf dem Handy oder die Online-Ablage für Dokumente, Fotos oder auch Musik wichtiger.

ANZEIGE

Messe [mo:tor]
 AUSGESPROCHEN VERBRAUCHSARM.
 Mehr über deutsche Messen unter:
 WWW.ERFOLGMESSEN.DE

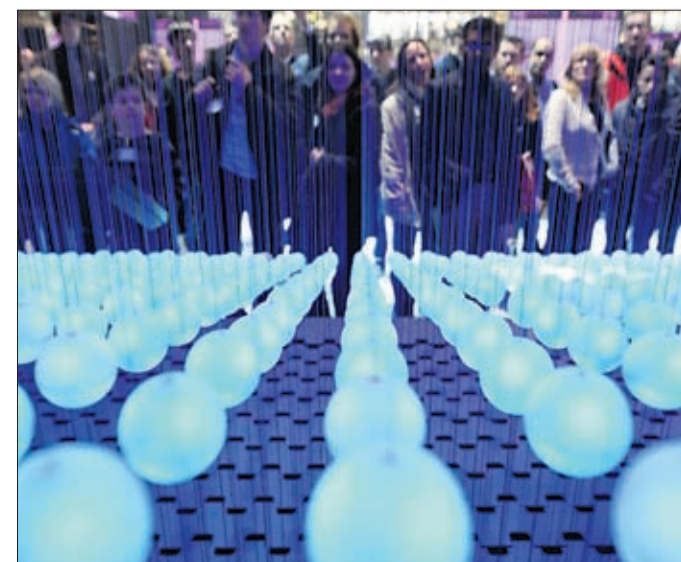
ERFOLG MIT MESSEN

AUMA Die deutsche Messewirtschaft

Auch für Fujitsu machen die Pläne der Messe Sinn. „Neuerungen wie beispielsweise die geänderte Hallenzuordnung im Zuge der Profilschärfung der Messe oder die stärkere Konzentration auf Fachbereiche wie den Public Sector Parc werden dazu beitragen, dass die Cebit für die meisten Entscheider nach wie vor ein Pflichttermin ist“, sagt Fujitsu Deutschland-Sprecherin Gisela Strnad.

Aus Sicht von IBM folgt die Cebit mit ihrer Konzept-Anpassung einer logischen Entwicklung vom unmündigen Verbraucher hin zu einem selbstbewussten Marktteilnehmer. „Die Kunden gewinnen durch die vielfältigen Informationsmöglichkeiten zunehmend an Selbstständigkeit und Selbstbewusstsein gegenüber Produzenten und Anbietern“, erklärt Michael Kiess von IBM Deutschland. Die Kunden würden zu Treibern von Innovation. „Als Unternehmen begrüßen wir diese zunehmende Mündigkeit der Verbraucher sehr. Insofern ist das neue Cebit-Konzept ein Spiegelbild der Entwicklung in Wirtschaft und Gesellschaft.“ Reinhard Lückmann

Neue Aufteilung: Die Cebit will künftig die einzelnen Interessen ihrer Besuchergruppen besser berücksichtigen, um dadurch wieder zu mehr Publikum zu finden. Zuletzt kam das Konzept bei den Besuchern nicht mehr gut an. Foto: dpa



Marktplatz Welt

	CeBIT, 02. – 06.03.10 The world's No. 1 marketplace for digital business		IAA NUTZFAHRZEUGE, 23. – 30.09.10 Fahrzeuge, Ausrüstungen und Systeme des Güter- und Personentransportes
	HANNOVER MESSE, 19. – 23.04.10 Das weltweit wichtigste Technologieereignis		BIOTECHNICA, 05. – 07.10.10 Europe's No. 1 in biotechnology and life sciences
	PROMOTION WORLD, 19. – 23.04.10 Internationale Fachmesse für Werbetartikel und Incentives		EuroBLECH, 26. – 30.10.10 Internationale Technologiemesse für Blechbearbeitung
	INTERSCHUTZ – Der Rote Hahn, 07. – 12.06.10 Internationale Leitmesse für Rettung, Brand-/Katastrophenschutz und Sicherheit		EuoTier, 16. – 19.11.10 Internationale DLG-Fachausstellung für Tierhaltung und Management
	O&S*, 08. – 10.06.10 Internationale Fachmesse für Oberflächen und Schichten *In Zusammenarbeit mit der Landesmesse Stuttgart GmbH		

www.messe.de
 Global Fairs. Global Business.

Deutsche Messe
 Hannover · Germany