Nachhaltigkeitsbericht
2025

Menschen verbinden. Verantwortung übernehmen. Zukunft gestalten.

→ **Vorwort**
→ Unternehmen
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ Planet
→ People
→ Performance
→ Governance
→ Anhang



Wolfram N. Diener



Marius Berlemann



Bernhard Stempfle

Messen öffnen den Blick nach vorn. Hier kommen Menschen ins Gespräch. Partnerschaften entstehen. Trends und Innovationen setzen Impulse. Als Messe Düsseldorf verstehen wir uns als Plattform starker Marken, als Gastgeber internationaler Communities und als Partner für Branchen, die die Zukunft prägen.

Nachhaltigkeit ist dabei ein wichtiger Teil unserer strategischen Entwicklung. Sie betrifft unser Kerngeschäft als Veranstalter ebenso wie unsere Verantwortung als Arbeitgeber, als regionaler Wirtschaftsfaktor und internationaler Multiplikator. Deshalb beziehen wir Nachhaltigkeitsaspekte überall dort ein, wo wir Einfluss nehmen können: auf unserem Gelände, in unseren Prozessen, in unseren Messeformaten und im Austausch mit unseren Kundinnen, Kunden und Geschäftspartnern.

Dieser Bericht zeigt, welche Schritte wir im Berichtsjahr 2025 gegangen sind. Auf unseren Messen greifen wir Zukunftsfragen auf, die unsere Branchen bewegen: von Ressourcenschonung und Kreislaufwirtschaft über Gesundheit und Diversität bis hin zu verantwortungsvollem Wirtschaften. Projekte, Awards und Fachformate zeigen, wie solche Themen verhandelt und erprobt werden – zum Beispiel im Meeresschutz, bei Verpackungslösungen oder beim Thema Kreislaufwirtschaft.

Auch im eigenen Betrieb arbeiten wir weiter an konkreten Fortschritten. Den wichtigsten Beitrag leistet dabei unser zertifiziertes Energiemanagement. Hinzu kommen der Ausbau erneuerbarer Energiequellen, Angebote für flexible Mobilität, Initiativen zum bewussteren Umgang mit Materialien, Wertstoffen, Wasser und digitalen Ressourcen sowie Maßnahmen für ein respektvolles, sicheres und chancengerechtes Arbeitsumfeld. Damit aus den vielen einzelnen Schritten eine nachhaltige und verlässliche Entwicklung entsteht, braucht es verbindliche Regeln und belastbare Abläufe. Unser Code of Conduct, unsere Compliance-Prozesse sowie unsere Richtlinien für Datenschutz und IT-Sicherheit geben dafür den Rahmen.

So verstehen wir Nachhaltigkeit als gemeinsamen Weg, ausgerichtet an klaren Zielen und getragen von der Überzeugung, dass Fortschritt dort entsteht, wo Menschen zusammenkommen und Verantwortung übernehmen.

Für unser Messegeschäft heißt das: Menschen und Märkte verbinden, verlässlich handeln und Zukunft gestalten.

Wolfram N. Diener,
Vorsitzender
der Geschäftsführung
der Messe Düsseldorf

Marius Berlemann,
Geschäftsführer

Bernhard Stempfle,
Geschäftsführer

→ Vorwort
→ **Unternehmen**
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ Planet
→ People
→ Performance
→ Governance
→ Anhang

Messe Düsseldorf: Plattform starker Marken

Die Messe Düsseldorf bringt Märkte in Bewegung. An unserer Homebase in Düsseldorf und an unseren internationalen Standorten schaffen wir Plattformen, auf denen Menschen und Branchen zusammenkommen. Dort werden Innovationen präsentiert und neues Business entsteht. Unser Geschäftsmodell verbindet Messekompetenz, Branchenwissen, Service und Infrastruktur: Wir entwickeln starke Messemarken, kuratieren Themen und bringen die Akteurinnen und Akteure relevanter Branchen zusammen, um gemeinsam und verantwortungsvoll die Zukunft zu gestalten.

Mit rund 20 Weltleitmessen zählt die Messe Düsseldorf zu den international führenden Messegesellschaften. Unsere Kompetenzfelder reichen von Maschinen, Anlagen und Ausrüstungen über Handel, Handwerk und Dienstleistungen, Medizin und Gesundheit, Freizeit, Lifestyle und Beauty bis hin zu Mobilität. Damit sind wir in Branchen aktiv, die die wirtschaftliche Entwicklung prägen und wichtige Zukunftsfragen aufgreifen. Mit unserem internationalen Netzwerk begleiten wir Communities dorthin, wo Märkte wachsen und neue Perspektiven entstehen.

Strategisch entwickeln wir die Messe Düsseldorf zum Home of Markets weiter: mit zukunftssicheren Geschäftsfeldern, digitalen Services, starken Messemarken und internationaler Präsenz an relevanten Standorten. Dabei verfolgen wir einen klaren Anspruch: Wir bieten Veranstaltungen, die Märkte verbinden, Orientierung geben und Transformation unterstützen. So entwickeln wir unser Portfolio und das Messeerlebnis kontinuierlich: offen im Denken, verlässlich im Handeln und mit einem klaren Fokus auf nachhaltige Wertschöpfung und langfristige Relevanz.

Unsere Vision

Veranstaltungen, die Zukunftsthemen eine Bühne geben und verantwortungsbewusst gestaltet sind.

Unsere Werte

- → Engagiert, Passioniert, Anspruchsvoll
- → Offen, Aufgeschlossen
- → Partnerschaftlich, Verlässlich, Respektvoll

Unser Ansatz

Als Treffpunkt von Wertschöpfungsketten und Marktplatz für Innovationen und Diskurse geben wir Zukunftsthemen Raum und bringen relevante Akteurinnen und Akteure zusammen. Wir setzen Maßnahmen für einen bewussteren Umgang mit Ressourcen im Veranstaltungsbetrieb um und binden Nachhaltigkeitsthemen in unsere Veranstaltungen ein.

Messe Düsseldorf GmbH in Zahlen

343,4 Mio.	€ Umsatz Ergebnis nach Steuern (in Mio. Euro) 26,5
618	Mitarbeitende (Messe Düsseldorf GmbH) 618,35 Beschäftigte im Jahresdurchschnitt (Vollzeitäquivalente)
	Messeplatz Düsseldorf
613.000 m²	Gesamtfläche
18	Messehallen (Messeplatz Düsseldorf)
26	Veranstaltungen (16 Messen MD, 10 Partner- & Gastveranstaltungen)
23.695	Ausstellende Unternehmen (davon Messen MD 20.214)
74,2 %	Auslandsanteil ausstellende Unternehmen
1.061.618	Fachbesucherinnen und Fachbesucher (davon Messen MD 939.988)
35,4 %	Auslandsanteil Besucherinnen und Besucher
	Messe Düsseldorf Gruppe
78	Auslandsvertretungen in 142 Ländern
9	Internationale Tochterunternehmen

Zahlen beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2025

→ Vorwort
→ **Unternehmen**
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ Planet
→ People
→ Performance
→ Governance
→ Anhang

Bezugsrahmen und Geltungsbereich des Berichts

→ Vorwort
→ **Unternehmen**
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ Planet
→ People
→ Performance
→ Governance
→ Anhang

Die Messe Düsseldorf ist nach der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) der EU nicht zur Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts verpflichtet. Wir halten eine transparente Darstellung unserer Nachhaltigkeitsinitiativen und regelmäßige Information unserer Stakeholder über unsere Fortschritte aber für wesentlich, um gemeinsam an einer ressourcenbewussten Veranstaltungsdurchführung arbeiten zu können. Aus diesem Grund haben wir uns entschieden, auch für das Geschäftsjahr 2025 einen freiwilligen Nachhaltigkeitsbericht zu veröffentlichen – den zweiten nach dem ersten freiwilligen Bericht 2023. Im Sinne einer strukturierten und vergleichbaren Darstellung entspricht unser Bericht den Anforderungen des neuen freiwilligen EU-Berichtsstandards VS (Voluntary Standard) und enthält sowohl die im Basismodul als auch im Zusatzmodul geforderten Angaben. Wir sind stolz darauf, damit als eine der ersten Messegesellschaften einen Bericht nach VS zu veröffentlichen.

Der Bericht und alle in ihm enthaltenen Zahlen beziehen sich ausschließlich auf Aktivitäten der Messe Düsseldorf GmbH am Standort Düsseldorf im Berichtsjahr 2025. Auslandsaktivitäten und die Geschäftstätigkeit der Tochterunternehmen liegen außerhalb des Berichtsrahmens und werden nicht berücksichtigt. Abweichende Bezugsrahmen, etwa Messe Düsseldorf Gruppe oder Messeplatz Düsseldorf, werden direkt bei der jeweiligen Kennzahl ausgewiesen. In diesem Bericht wurden keine Offenlegungen aufgrund vertraulicher oder sensibler Informationen ausgelassen.

Alle Kennzahlen und textlichen Verweise sind mit VS-Referenz am Ende dieses Berichts in tabellarischer Form gelistet.

→ Vorwort
→ Unternehmen
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ Planet
→ People
→ Performance
→ Governance
→ Anhang

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie

Menschen verbinden. Verantwortung übernehmen. Zukunft gestalten.

Wir bringen Menschen aus unterschiedlichen Branchen und Regionen zusammen und bieten Plattformen für Austausch, Information und Vernetzung. Unsere Veranstaltungen greifen aktuelle Entwicklungen und Zukunftsthemen auf und schaffen Raum für fachliche Diskussionen.

Bei der strategischen Weiterentwicklung unseres Unternehmens und unserer Veranstaltungen berücksichtigen wir wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Aspekte. Dabei betrachten wir Themen, die unser Kerngeschäft als Veranstalter, Arbeitgeber und Wirtschaftsstandort betreffen.

Wir beteiligen uns an Initiativen und Austauschformaten zu Klimathemen, u. a. mit der Unterzeichnung der internationalen Brancheninitiative "Net Zero Carbon Events".

Im Veranstaltungsbetrieb betrachten wir Themen rund um Energie, Mobilität, Materialeinsatz und weitere ressourcenbezogene Aspekte.

Gleichzeitig integrieren wir Nachhaltigkeitsthemen in unsere Messen. Unser Ziel ist es, Veranstaltungen als Plattformen für Wirtschaft, Wissenstransfer und Vernetzung weiterzuentwickeln.

Nachhaltigkeit ist Teamwork. Deshalb haben wir die für uns wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen im Austausch mit unseren Stakeholdern ermittelt und sie zur Basis unserer Nachhaltigkeitsstrategie gemacht. Sie beschreibt unser Verständnis unternehmerischer Verantwortung, dient der Ausrichtung unserer Aktivitäten und zahlt auf die Nachhaltigkeitsziele der Landeshauptstadt Düsseldorf ein. Die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (SDGs) sind dabei unser Orientierungsrahmen.

Unser Ansatz: umfassend, ganzheitlich, langfristig – und mit Fokus auf vier Dimensionen für nachhaltige Veränderungen.

Unsere zentralen Handlungsdimensionen

Planet. People. Performance. Governance.

In diesen vier Dimensionen konzentrieren wir unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten auf 13 Fokusthemen. Für jedes Thema haben wir Zielbilder formuliert und leiten daraus konkrete Maßnahmen ab. Beispiele dieser Maßnahmen, Kennzahlen und Fortschritte stellen wir in diesem Bericht auf den Schwerpunktseiten der einzelnen Dimensionen dar.

SDGs als Orientierung

Die Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen geben unserer Nachhaltigkeitsstrategie einen internationalen Referenzrahmen. Unsere wesentlichen SDGs markieren die Ziele, die für unsere Strategie und Fokusthemen besonders relevant sind. Sie zeigen, woran wir unsere Aktivitäten ausrichten.



Unsere wesentlichen **SDGs**

Unser Ziel

Umweltwirkungen erfassen und reduzieren

Um das zu erreichen,

- erfassen wir die wesentlichen Umweltauswirkungen unserer Veranstaltungen, insbesondere in den Bereichen Energie, Mobilität, Materialeinsatz, Abfall und Treibhausgasemissionen.
- dokumentieren wir Kennzahlen, Ziele und Maßnahmen und überprüfen regelmäßig die Entwicklung.

Austausch ermöglichen, Impulse setzen

Um das zu erreichen,

- integrieren wir Themen wie Ressourcenschonung, Kreislaufwirtschaft und soziale Verantwortung in unsere Veranstaltungsformate.
- schaffen wir Raum für Austausch, Vernetzung und fachliche Diskussionen zu ausgewählten Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen (SDGs).

Über den Status Quo und die Entwicklung unserer Aktivitäten berichten wir transparent und regelmäßig.



→ Vorwort
→ Unternehmen
→ **Nachhaltigkeitsstrategie**
→ Planet
→ People
→ Performance
→ Governance
→ Anhang



→ Vorwort
→ Unternehmen
→ **Nachhaltigkeitsstrategie**
→ Planet
→ People
→ Performance
→ Governance
→ Anhang

Doppelte Wesentlichkeitsanalyse. Was für uns wesentlich ist.

Die Festlegung unserer Fokusthemen und wesentlichen SDGs beruht auf einer doppelten Wesentlichkeitsanalyse, in deren Rahmen wir die für die Messe Düsseldorf GmbH wesentlichen Themen definiert haben. Wesentlich sind Themen, die Umwelt oder Menschen betreffen oder für unser Geschäftsmodell, unsere Entwicklung und unsere Entscheidungen relevant sind. Deshalb haben wir Nachhaltigkeit im Rahmen unserer Doppelten Wesentlichkeitsanalyse aus zwei Perspektiven betrachtet: Welche Auswirkungen hat unsere Geschäftstätigkeit auf Umwelt und Menschen? Und welche nachhaltigkeitsbezogenen Themen sind für uns besonders bedeutsam?

Bei der Bewertung der Wesentlichkeit wurden sowohl die Ansprüche unserer Stakeholder, die Expertise interner und externer Fachleute für die einzelnen Themen sowie die Risikoanalyse des Unternehmens berücksichtigt.

Neben den internen Anspruchsgruppen, wie Mitarbeitenden, Betriebsrat, Geschäftsleitung, Aufsichtsrat und Gesellschaftern sind für die Messe Düsseldorf insbesondere die Interessen ihrer Kunden, also der ausstellenden Unternehmen, die z. B. in den Beiräten der einzelnen Messen vertreten sind, Gastveranstalter und Besuchender zu berücksichtigen. Daneben sind Partnerverbände der ausstellenden Branchen, Servicepartner und weitere Dienstleistende, Verkehrs- und Versorgungsunternehmen sowie lokale Ämter und politische Gremien besonders wichtige Stakeholder.

Die aktuelle Wesentlichkeitsbewertung wurde von Oktober 2024 bis Februar 2025 durchgeführt. Aus den Ergebnissen der doppelten Wesentlichkeitsbetrachtung haben wir unsere Fokusthemen in den vier Handlungsdimensionen abgeleitet und einen Kompass für unsere strategische Ausrichtung und Berichterstattung erstellt.



→ Vorwort
→ Unternehmen
→ **Nachhaltigkeitsstrategie**
→ Planet
→ People
→ Performance
→ Governance
→ Anhang

Standards, Auszeichnungen und Commitments

Verantwortung braucht Strukturen, die sie tragfähig machen. Deshalb wird Nachhaltigkeit bei der Messe Düsseldorf GmbH bereits seit vielen Jahren über Standards, Managementsysteme und Selbstverpflichtungen verankert.

Die Übersicht zeigt nachhaltigkeitsbezogene Zertifizierungen, Mitgliedschaften und freiwillige Commitments der Messe Düsseldorf GmbH.

2011

Ökoprofit

Die Messe Düsseldorf hat 2011 am ÖKOPROFIT®-Programm teilgenommen und wurde in der Folge als Ökoprofit-Betrieb ausgezeichnet. Seitdem sind wir Mitglied im Düsseldorfer Ökoprofit-Club, um uns regelmäßig mit anderen lokalen Unternehmen über Nachhaltigkeitsaspekte im Betrieb auszutauschen.

Mehr erfahren:
oekoprofit.nrw.de

ÖKOPROFIT Düsseldorf

2014

DIN EN ISO 50001

Als eine der ersten Messegesellschaften betreiben wir unser Gelände seit 2011 gemäß einem strategischen Energiemanagementsystem (EnMS).
2014 wurden wir erstmals nach internationaler Norm ISO 50001 zertifiziert, die Zertifizierung wurde seitdem in jährlichen Audits bestätigt.

Mehr erfahren:
messe-duesseldorf.de/de/Ueber_uns/Verantwortung/Energiemanagement

DIN EN ISO 50001:2018



2017

Charta der Vielfalt

Seit der Unterzeichnung der Charta der Vielfalt im Jahr 2017 bekennt sich die Messe Düsseldorf auch offiziell zu einem wertschätzenden und inklusiven Miteinander. Für uns zählen Menschen, unabhängig von Geschlecht, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion, Weltanschauung, Behinderung, Alter, sexueller Orientierung oder Identität. Dies gilt für unsere Teams und Projekte ebenso wie für unsere Veranstaltungen.

Mehr erfahren:
charta-der-vielfalt.de

charta der **vielfalt**
Für Diversity in der Arbeitswelt

2021

Net Zero Carbon Events

Im Oktober 2021 haben wir uns der „Net Zero Carbon Events Initiative" der weltweiten Veranstaltungsbranche angeschlossen, deren Zielbild vorsieht, die Emissionen des Basisjahrs bis 2030 zu halbieren und bis 2050 Netto Null Emissionen zu verursachen. Seitdem beschäftigen wir uns intensiv mit der Entwicklung einer entsprechenden Roadmap und beteiligen uns in nationalen und internationalen Arbeitskreisen der Messe- und Eventbranche, um Maßnahmen zur Erreichung dieser Ziele zu erarbeiten.

Mehr erfahren:
0cn.de/net_zero_carbon

NET ZERO CARBON EVENTS

2022

Düsseldorfer Klimapakt

Wir haben den Düsseldorfer Klimapakt mit der Wirtschaft unterzeichnet und sind seit 1. November 2022 Klimapartner der Stadt. Als solcher haben wir uns verpflichtet, unsere Treibhausgasemissionen zu messen und uns kontinuierliche Reduktionsziele zu setzen. Alle fünf Jahre evaluieren wir unsere Fortschritte und tauschen uns regelmäßig im Netzwerk aus, um voneinander zu lernen.

Mehr erfahren:
duesseldorf-klimapakt.de

Düsseldorfer Klimapakt

Unsere ökologische Verantwortung



→ Vorwort
→ Unternehmen
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ **Planet**
→ People
→ Performance
→ Governance
→ Anhang

Energie steuern. Umstiege erleichtern. Ressourcen im Kreislauf halten.

Auf unseren Messen bringen wir vieles in Bewegung: Menschen, Ideen, Materialien – und ganze Branchen. Dafür benötigen wir Energie, Wasser, Rohstoffe und funktionierende Kreisläufe. Genau hier setzen wir an.

Wir erfassen die wesentlichen Umweltauswirkungen unserer Aktivitäten und arbeiten an den Hebeln, die wir beeinflussen können: Energieversorgung, Gebäude und Technik, Mobilität sowie den Umgang mit Materialien, Wertstoffen und Wasser.

Dabei geht es um viele praktische Schritte: Energie messen, Technik besser steuern, Wege bündeln, Materialien länger nutzen, Abfälle sauber trennen und Wasser bewusster einsetzen.



Schritt für Schritt ökologischer handeln

2009

Inbetriebnahme der ersten **Photovoltaikanlage**

2010

Inbetriebnahme des **Blockheizkraftwerks (BHKW)**

2011

Aufbau eines **Energiemanagementsystems**

Teilnahme am **ÖKOPROFIT-Programm**

Energieoptimierte Regelstrategien für Lüftungsanlagen

2014

Zertifizierung des Energiemanagements nach DIN EN ISO 50001

2016

Ausbau des **automatisierten Kälteverbundbetriebs** und Anschluss aller Hallen und Kongresszentren an ein gemeinsames Kälteverteilnetz

2018

Ausbau des **E-Fahrzeugpools** auf fünf Elektrofahrzeuge und ein Hybridfahrzeug

Wiederaufbau der Photovoltaikanlage nach Lagerhallenbrand

2019

Anschaffung von fünf **Elektro-Lastenrädern** für innerbetriebliche Transporte

Start der Zusammenarbeit mit AfB zur **Wiederaufbereitung ausgedienter IT- und Mobilgeräte**

2022

Umstellung auf **Ökostrom**

2025

Einführung des **Mobilitätsbudgets** für Mitarbeitende

Leitfaden für ressourcenschonende Nutzung digitaler Medien

Baubeginn von zwei neuen **Photovoltaikanlagen** auf sieben Hallendächern mit insgesamt rund 79.000 m² Fläche und einer Spitzenleistung von 5.450 kWp

→ Vorwort
→ Unternehmen
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ **Planet**
→ People
→ Performance
→ Governance
→ Anhang

Energie & Emissionen

→ Vorwort
→ Unternehmen
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ **Planet**
→ People
→ Performance
→ Governance
→ Anhang

Verbrauch messen. Technik optimieren. Energiequellen erweitern.

Ohne Energie keine Messen: Hallen, Kongressbereiche, Büros, Gastronomieflächen und technische Anlagen brauchen Licht, Wasser, Wärme, Kälte und Strom. Entscheidend ist, den Verbrauch transparent zu machen und Energie gezielt zu steuern.

Deshalb betreiben wir seit 2014 ein nach DIN EN ISO 50001 zertifiziertes Energiemanagement. Es umfasst die Gebäude auf dem Messegelände, den Fuhrpark und die eingesetzten Energieträger. Messstellen, technische Analysen und Regelstrategien bilden die Grundlage für Maßnahmen im Betrieb – vom automatisierten Kälteverbund über bedarfsgerechte Lüftung und Beleuchtung bis zu LED-Technik, Photovoltaik, Blockheizkraftwerk und Ökostrombezug.

Gegenüber dem Basisjahr 2019 sind die Treibhausgasemissionen aus unserem Energieverbrauch bis 2025 um 62 % zurückgegangen.

Wesentliche Treiber der Reduktion

- → Umstellung auf Ökostrom
- → Effizienzmaßnahmen im Energiemanagement
- → Bedarfsoptimierte Steuerung von Wärmeversorgung und Gebäudetechnik
- → Modernisierung der Infrastruktur

Die Entwicklung zeigt, dass die Kombination aus verändertem Energiebezug und Maßnahmen des Energiemanagements zu einer deutlichen Verringerung der energiebedingten Treibhausgasemissionen beigetragen hat. Damit haben wir bereits viel erreicht, aber wir bleiben ehrgeizig. Deshalb sind bereits neue Energieprojekte in Vorbereitung: Wir bauen Photovoltaik auf unseren Hallendächern aus und prüfen mit den Stadtwerken Düsseldorf einen möglichen Fernwärmeanschluss.

Energie in Zahlen

2025	2023
47.729 MWh Gesamtenergieverbrauch (ohne Kraftstoffe)	**48.626** MWh Gesamtenergieverbrauch (ohne Kraftstoffe)
24.775 MWh Erneuerbare Energie aus Ökostrombezug	**23.311 MWh** Erneuerbare Energie aus Ökostrombezug
5.865 MWh Strom aus BHKW-Produktion	**5.133 MWh** Strom aus BHKW-Produktion
15.550 MWh Wärme aus Erdgas	**15.446 MWh** Wärme aus Erdgas
933 MWh Wärme aus Heizöl	**4.116 MWh** Wärme aus Heizöl
606 MWh Selbst erzeugter eingespeister PV-Strom	**620 MWh** Selbst erzeugter eingespeister PV-Strom

Treibhausgasbilanz 2025 (THG-Bilanz)

Emissionen

26.036 t CO_2e

Gesamt-Treibhausgasemissionen 2025
Scope 1-3 ohne Emissionen aus An- und Abreise der Teilnehmenden (Teilnehmendenmobilität)

Erstmals haben wir für das Geschäftsjahr 2025 die gesamten Emissionen aus unserem Geschäftsbetrieb am Standort Düsseldorf inklusive aller wesentlichen Scope 3 Emissionen erfasst.

→ Vorwort
→ Unternehmen
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ **Planet**
→ People
→ Performance
→ Governance
→ Anhang

Vorgehen und Systemgrenzen

Die Treibhausgasbilanz 2025 wurde gemäß GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard 2004 (in t CO_2e) erstellt. Berücksichtigt sind die Emissionen aus den Tätigkeiten der Messe Düsseldorf GmbH im Kalenderjahr 2025 ohne Tochtergesellschaften am Standort Düsseldorf. Eine Ausnahme bilden die Emissionen der Messeturm Düsseldorf Verwaltungsgesellschaft mbH, Düsseldorf Congress GmbH und WISAG Messe Service GmbH (WMS), die wegen des gemeinsamen Standortes einbezogen wurden. Nach Bewertung der Wesentlichkeit aller Scope 3 Kategorien für die Messe Düsseldorf GmbH sind die folgenden Emissionskategorien in der Bilanz berücksichtigt:

Scope 1

→ Direkte Emissionen in eigenen Anlagen

Scope 2

→ Indirekte Emissionen durch Energiebezug

Scope 3

→ Emissionen aus der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette
  → 3.1 Eingekaufte Güter und Dienstleistungen
  → 3.2 Kapitalgüter
  → 3.3 Upstream Energie
  → 3.4 Upstream Transporte
  → 3.5 Abfallentsorgung/(Ab-)Wasser
  → 3.6 Dienstreisen
  → 3.7 Mitarbeitendenmobilität (inkl. Homeoffice)
  → 3.13 Downstream Leased Assets
  → 3.15 Investments

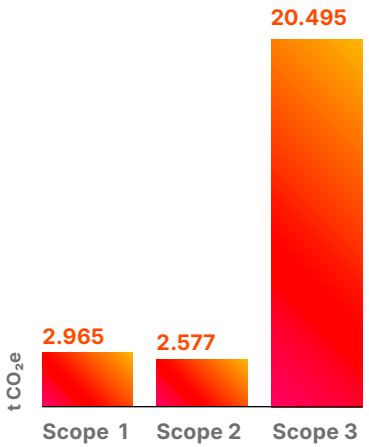
Zusätzlich wurden die branchentypischen Emissionen aus der An- und Abreise der ausstellenden Unternehmen (Teilnehmendenmobilität) in einer separaten Kategorie erfasst.

Dieses Vorgehen und die Systemgrenzen stehen im Einklang mit der Measurement Methodology – Internationale Methodik (2023, Novellierung 2026) der Net Zero Carbon Events Initiative und der AUMA-Leitlinie zur THG-Berechnung bei Messen – Orientierung für die deutsche Messewirtschaft. In der deutschen Messebranche ist es in Übereinstimmung mit den Anforderungen des GHG-Protokolls Konsens zur Bilanzierung von Scope 3-Emissionen, dass die externen Ausstellerkategorien, wie z. B. nicht eigener Standbau einer Messegesellschaft, weder in den CCF noch in die wissenschaftsbasierten Klimaziele aufgenommen werden. Die Teilnehmendenmobilität wird in der THG-Bilanz als separate Kategorie ausgewiesen, fließt jedoch nicht in die Zielsetzung für Emissionsreduktionen ein (s. S. 18). Berücksichtigt sind alle bis zum Stichtag 31.07.2026 vorliegenden Emissionen.

Treibhausgasbilanz 2025
(THG-Bilanz)

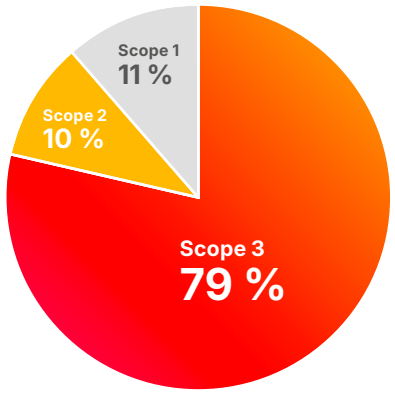
CO_2e-Emissionen nach Scope in t CO_2e

(marktbasiert)

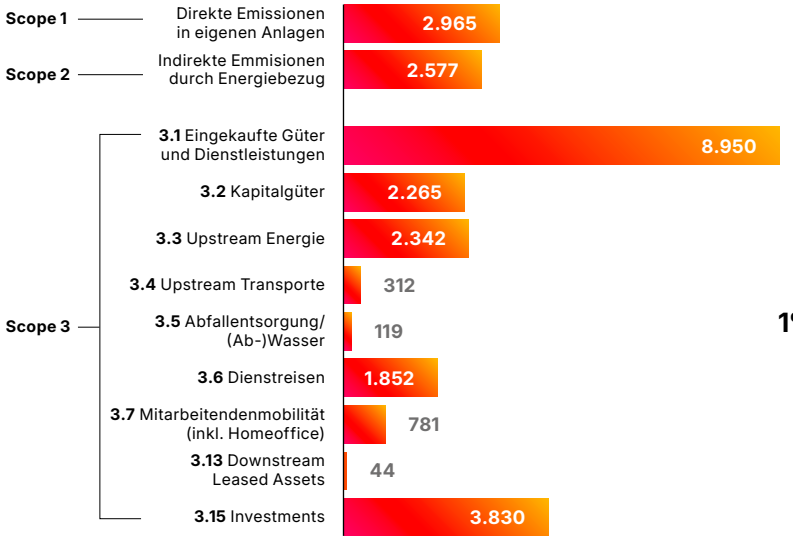


CO_2e-Emissionen nach Scope in %

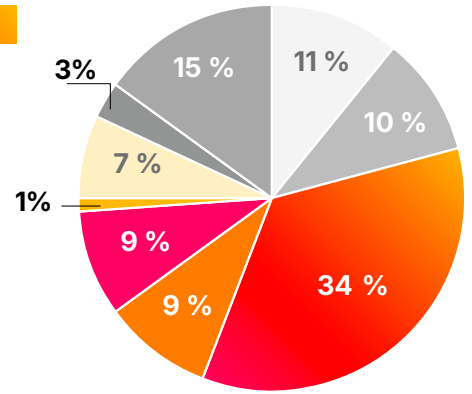
(marktbasiert)



CO_2e-Emissionen nach Scope-Kategorien in t CO_2e



CO_2e -Emissionen nach Scope-Kategorien in %



Scope 1: Direkte Emissionen in eigenen Anlagen

Scope 2: Indirekte Emissionen durch Energiebezug (marktbasiert)

Scope 3:
Eingekaufte Güter und Dienstleistungen

3.2 Kapitalgüter

3.3 Upstream Energie

3.4 Upstream Transporte

3.5 Abfallentsorgung/ (Ab-)Wasser

3.6 Dienstreisen

3.7 Mitarbeitenden-mobilität (inkl. Homeoffice)

3.13 Downstream Leased Assets

3.15 Investments

Zusätzlich: 3.16 Teilnehmendenmobilität: 296.385 t CO_2

Treibhausgasbilanz 2025 (THG-Bilanz)

Scope	Einheit	2025	Anteil 2025 in % ohne TN-Mobilität	Anteil 2025 in % mit TN-Mobilität
Scope 1 Direkte Emissionen in eigenen Anlagen				
Erdgas (konventionell)	t CO_2e	2.076	8 %	1 %
Heizöl	t CO_2e	248	1 %	0 %
Diesel	t CO_2e	37	0 %	0 %
Benzin	t CO_2e	30	0 %	0 %
Kälte-/Brandschutzmittel	t CO_2e	574	2 %	0 %
Scope 1 gesamt	**t CO_2e**	**2.965**	**11 %**	**1 %**
Scope 2 Indirekte Emissionen durch Energiebezug				
Strom (Ökostrom)	t CO_2e	0	0 %	0 %
BHKW-Strom	t CO_2e	1.342	5 %	0 %
Nahwärme	t CO_2e	1.234	5 %	0 %
Scope 2 gesamt	**t CO_2e**	**2.577**	**10 %**	**1 %**
Scope 3 Emissionen aus der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette				
3.1 Eingekaufte Güter und Dienstleistungen	t CO_2e	8.950	34 %	3 %
3.2 Kapitalgüter	t CO_2e	2.265	9 %	1 %
3.3 Upstream Energie	t CO_2e	2.342	9 %	1 %
3.4 Upstream Transporte	t CO_2e	312	1 %	0 %
3.5 Abfallentsorgung/(Ab-)Wasser	t CO_2e	119	0 %	0 %
3.6 Dienstreisen	t CO_2e	1.852	7 %	1 %
3.7 Mitarbeitendenmobilität (inkl. Homeoffice)	t CO_2e	781	3 %	0 %
3.13 Downstream Leased Assets	t CO_2e	44	0 %	0 %
3.15 Investments	t CO_2e	3.830	15 %	1 %
Scope 3 gesamt	**t CO_2e**	**20.495**	**79 %**	**7 %**
Teilnehmendenmobilität	t CO_2e	296.385		92 %
Gesamtsumme Scopes- marktbasiert (exkl. Teilnehmendenmobilität)	**t CO_2e**	**26.036**	**100 %**	**8 %**
Gesamtsumme Scopes - marktbasiert (inkl. Teilnehmendenmobilität)	**t CO_2e**	**322.421**		**100 %**



→ Vorwort
→ Unternehmen
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ **Planet**
→ People
→ Performance
→ Governance
→ Anhang



Unsere relevantesten Scope 3-Emissionen

(absteigend nach Höhe der Emissionen)

Eingekaufte Güter und Dienstleistungen (Scope 3.1)

8.950 t CO_2e

davon Standbau 2.167 CO_2e

Investments (Scope 3.15)

3.830 t CO_2e

Upstream Energie (Scope 3.3)

2.342 t CO_2e

Kapitalgüter (Scope 3.2)

2.265 t CO_2e

Dienstreisen (Scope 3.6)

1.852 t CO_2e

Die umfassende Bilanzierung der Scope 3 Emissionen ermöglicht nun zum ersten Mal die Identifikation der größten Emissions-Treiber und damit auch der wirksamsten Reduktions-Hebel. Auf Basis dieser Bilanz können nun Maßnahmen zur Reduktion der beeinflussbaren Emissionen entwickelt werden.

Dazu gehört zum Beispiel die Kategorie eingekaufte Güter und Dienstleistungen (3.1), in der mit Anstand die meisten Emissionen entstehen. Dabei fallen Leistungen, die mit dem Standbau zusammenhängen, besonders ins Gewicht. Sie allein sind für 2.167 t CO_2e verantwortlich. Andere Kategorien wie die Emissionen aus der Energievorkette (3.3), die direkt vom Energiebezug abhängig sind, die Emissionen aus Investments (3.15) oder die Emissionen aus unverzichtbaren Instandhaltungs- und Bauarbeiten auf dem Messegelände in der Kategorie Kapitalgüter (3.2) sind dagegen wesentlich schlechter oder nur indirekt zu beeinflussen.

→ Vorwort
→ Unternehmen
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ **Planet**
→ People
→ Performance
→ Governance
→ Anhang



Mobilität als größter Hebel

In der zusätzlichen Kategorie Teilnehmendenmobilität, in der die Emissionen aus der An- und Abreise der Messeteilnehmenden bilanziert werden, sind im Jahr 2025 weitere 296.385 t CO_2e angefallen. Würden diese Emissionen in die Gesamtbetrachtung einbezogen, würden sie 92 % des gesamten Corporate Carbon Footprints der Messe Düsseldorf ausmachen. Dieser Wert ist wegen der hohen Internationalität der Düsseldorfer Fachmessen besonders hoch: 107.161.228 Personenkilometern aus der Anreise innerhalb Deutschlands, die für 14.490 t CO_2e verantwortlich sind, stehen 1.392.025.834 Personenkilometer aus Anreisen aus dem Ausland mit 281.356 t CO_2e gegenüber. Die (Flug-)Anreise ausländischer Besucher macht somit 95 % der Anreiseemissionen aus. Diese Größenordnung zeigt, dass die größten Hebel der Messewirtschaft außerhalb des direkten Unternehmensbetriebs liegen, da die Messe Düsseldorf auf die Wahl des Verkehrsmittels ihrer internationalen Kundinnen und Kunden keinen Einfluss hat. Wesentliche Entwicklungen hängen deshalb auch von den Dekarbonisierungspfaden der Verkehrs- und Reisebranche ab. Aus diesem Grund wird diese Kategorie bei den Reduktionszielen der Messegesellschaften nicht berücksichtigt.

Im Einflussbereich der Messe Düsseldorf liegen jedoch die Kategorien 3.6 und 3.7, in denen Dienstreisen und die Pendelwege der Mitarbeitenden erfasst werden. Zur Reduktion dieser Emissionen aus der betrieblichen Mobilität wurden bereits erste Maßnahmen umgesetzt (s. S. 23).

→ **So hoch die Emissionen aus der Teilnehmendenmobilität auch sind: Sie stehen ungleich höheren Emissionen gegenüber, die ohne Messen als zentrale Branchenplattformen entstünden. Indem sie Geschäftskontakte und Termine an einem Ort bündeln, vermeiden sie Einzelreisen und zusätzliche Flüge. Laut der AUMA-Studie „Mehrwert von Messebesuchen“ werden pro Messebesuch und Tag durchschnittlich 5,1 Reisen eingespart. Bei internationalen Gästen sind es sogar 7,9 vermiedene Reisen. Pro Messetag hat jede Besucherin und jeder Besucher durchschnittlich 13,1 Geschäftskontakte.**

→ Vorwort
→ Unternehmen
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ **Planet**
→ People
→ Performance
→ Governance
→ Anhang

Das Energie-management zeigt Wirkung:

Deutliche Reduktion der Emissionen in Scope 1 & 2
(Direkte Emissionen in eigenen Anlagen und Indirekte Emissionen durch Energiebezug)

2019 → **14.420 t** CO_2e

2023 → **5.842 t** CO_2e

2025 → **5.542 t** CO_2e

Gegenüber dem Basisjahr 2019 hat die Messe Düsseldorf damit eine Reduktion der Emissionen in Scope 1 & 2 um 62 % erreicht.

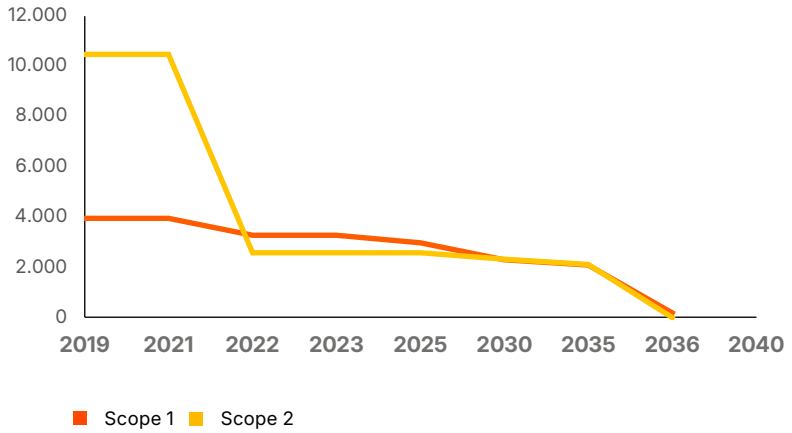
Hinweis: Im Berichtsjahr 2025 wurde erstmals eine vollständige THG-Bilanz inklusive aller relevanten Scope 3-Kategorien erstellt. Aufgrund dieser deutlich ausgeweiteten Datengrundlage ist ein Vergleich der Gesamt-Emissionszahlen mit den bisher erfassten Jahren 2019 und 2023 nicht sinnvoll. Mit den Vorjahren verglichen werden daher nur die methodisch gleich erfassten Werte in Scope 1 und 2.

So reduzieren wir unsere Emissionen in Scope 1 & 2

Im Rahmen des Energiemanagementsystems hat die Messe Düsseldorf GmbH sich das Ziel gesetzt, ihren Heizenergieverbrauch (Gas- und Ölbedarf) ab dem Berichtsjahr 2025 um 2 % pro Jahr zu reduzieren. Bis zum Jahr 2030 soll so eine Reduktion gegenüber dem Basisjahr 2019 um 42 % (= ca. 1.500 t $CO2_2$) erreicht werden. Analog soll auch der Stromverbrauch um 2 % pro Jahr gesenkt werden. Auf Grundlage der bisherigen Entwicklung und der geplanten Maßnahmen des Energiemanagements werden sich die Emissionsreduktionen in Scope 1 und 2 bis zum Jahr 2030 gegenüber dem Basisjahr auf insgesamt rund 68 % (ca. 9.800 t CO_2e) summieren.

Zu den Maßnahmen, mit denen diese Reduktionsziele erreicht werden sollen, gehört in Scope 1 die sukzessive Umstellung der Warmwassererzeugung auf Durchlauferhitzer und die Nutzung einer mit PV-Strom betriebenen Wärmepumpe zur Heizung des im Bau befindlichen neuen Verwaltungsgebäudes, das im Jahr 2028 fertiggestellt werden soll. Langfristig wird die Umstellung der Heizenergieversorgung auf einen Fernwärmeanschluss geprüft.

Zur weiteren Emissionsreduktion in Scope 2 (und 3.3) wurde in 2025 eine Photovoltaikanlage auf sieben Hallendächern des Messegeländes gebaut, um ab der Inbetriebnahme im Juli 2026 einen möglichst hohen Anteil des Strombedarfs mit PV-Strom dieser Anlage decken zu können. Zusätzlich wird die sukzessive Umstellung der Beleuchtung auf LED fortgeführt.



Best Practices Energiemanagement

Sonnenstrom ausbauen. Fernwärme prüfen. Digital sparsamer arbeiten.



Photovoltaik: Mehr Sonnenstrom vom Hallendach
Unsere Dächer bieten Raum für erneuerbare Energie. Bisher haben wir drei Photovoltaikanlagen mit einer Gesamtleistung von 744 kWp betrieben. Im Jahr 2025 haben sie 606.000 Kilowattstunden Strom erzeugt, die eingespeist wurden. Seit Inbetriebnahme der ersten Solaranlage im Jahr 2009 wurden insgesamt rund **9,63 Millionen Kilowattstunden** Solarstrom produziert.

Diese Leistung wird zukünftig deutlich steigen: Auf sieben Hallendächern sind seit Herbst 2025 neue Anlagen mit rund 79.000 Quadratmetern Fläche und 5.450 kWp Spitzenleistung entstanden, die seit Anfang Juli 2026 am Netz sind. Diesen Strom verbraucht die Messe Düsseldorf zukünftig selbst.



Fernwärme: Versorgung mit Zukunftspotenzial
Hallen, Büros, Konferenzbereiche und Technik brauchen verlässliche Wärme. Deshalb prüfen wir gemeinsam mit den Stadtwerken Düsseldorf, ob eine neue Leitung vom bestehenden Fernwärmenetz bis zum Messegelände möglich ist. Im Jahr 2025 wurde gemeinsam mit den Stadtwerken Düsseldorf eine entsprechende Absichtserklärung unterschrieben, die die Grundlage für eine aktuell laufende Machbarkeitsstudie bildet. Sie soll klären, welche Rolle Fernwärme künftig für den Standort spielen kann.



Digital Ressourcen schonen
Auch digitale Arbeit verbraucht Energie und Ressourcen: durch KI-Nutzung, Server, Cloudspeicher, Geräte und Netzwerke. Erstmals haben wir 2025 den Fußabdruck unserer Websites und weiterer digitaler Services wie Streaming und Videocalls erfasst, um zukünftig eine Datengrundlage für die Entwicklung gezielter Reduktionsmaßnahmen zu haben. Mit einem kompakten Leitfaden geben wir unseren Mitarbeitenden zudem einfache Tipps für den Arbeitsalltag: Daten gezielt speichern, alte Dateien löschen, große Anhänge vermeiden, Links statt Dateien versenden, Videokonferenzen effizient vorbereiten und KI-Anwendungen bewusst nutzen. Auch ein jährlicher unternehmensweiter Digital Clean-up trägt zur Verringerung unserer Speicherkapazitäten bei. So wird aus digitaler Ordnung auch ein Beitrag zu mehr Ressourcendisziplin im Alltag.

Mobilität neu denken

Wege bündeln. Umstiege erleichtern. Bewegung fördern.

Messen leben von Begegnung – und jede Begegnung beginnt mit einem Weg. Besucherinnen und Besucher reisen an, Ausstellende bringen Waren und Materialien, Teams sind auf dem Gelände, zu Terminen und im Arbeitsalltag unterwegs.

Wir setzen dort an, wo wir Angebote schaffen und umweltfreundlichere Entscheidungen erleichtern können. Seit Februar 2025 unterstützt ein Mobilitätsbudget unsere Mitarbeitenden dabei, den Arbeitsweg flexibler zu gestalten: mit der Jobticket-Variante des Deutschlandtickets oder mit Fahrradleasing. Den Umstieg auf nachhaltigere Verkehrsmittel incentivieren wir durch einen deutlich höheren Förderbetrag bei Verzicht auf den kostenfreien Parkplatz.

Beim Aktionstag Mobilität am 8. Mai 2025 konnten unsere Mitarbeitenden diese Angebote direkt kennenlernen. Company Bike, unser Partner für Fahrradleasing, und die Rheinbahn informierten auf dem Messegelände über Fahrradleasing, E-Bikes, ÖPNV-Angebote und flexible Mobilitätslösungen.

Auch im Betrieb bewegen wir uns weiter: Elektrolastenräder unterstützen Wege und Transporte auf dem Gelände und für Dienstfahrten steht unseren Mitarbeitenden ein Pool von E-Fahrzeugen zur Verfügung.

Gemeinsam mit der Deutschen Bahn haben wir im Berichtsjahr 2025 zu allen unseren Messen Veranstaltungstickets angeboten, um eine Alternative zur Anreise mit dem Pkw oder Flugzeug anzubieten.



Betriebliche Mobilität 2025 in Zahlen

Nutzende des Mobilitätsbudgets gesamt: **171** Mitarbeitende

Verzicht auf eigenen Parkplatz: **104** Mitarbeitende

Vollfinanziertes Deutschlandticket: **90** Mitarbeitende

Zuschuss zum Bike-Leasing in Höhe des Deutschlandtickets: **14** Mitarbeitende

→ Vorwort
→ Unternehmen
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ **Planet**
→ People
→ Performance
→ Governance
→ Anhang

Best Practices Mobilität

Aufsatteln. Mitmachen. Weiterkommen.



STADTRADELN: Jeder Kilometer zählt
STADTRADELN ist eine bundesweite Aktion, bei der Teams möglichst viele Alltagswege mit dem Fahrrad zurücklegen und digital erfassen.
2025 war das Messe-Team wieder fest im Sattel: 72 aktive Radlerinnen und Radler der Messe Düsseldorf und von Düsseldorf Congress sammelten gemeinsam 20.070 Kilometer. Damit erreichte das Team Platz 10 in Düsseldorf.
Gezählt wurde jeder geradelte Kilometer – ob auf dem Weg zur Arbeit, zum Einkauf oder in der Freizeit. So bringt die Aktion Fahrradmobilität und Teamgeist in den Alltag und auf die Straße.



Repair-Station: Fahrräder fit machen
Seit September 2025 steht auf dem Gelände vor Halle 4 eine Fahrrad-Reparaturstation. Besucherinnen und Besucher sowie Mitarbeitende der Messe Düsseldorf und von Düsseldorf Congress können dort Fahrräder und Rollstühle aufpumpen, Werkzeuge nutzen und per QR-Code Reparaturanleitungen abrufen.

Ein kleines Angebot mit praktischem Nutzen: niedrigschwellig, frei zugänglich und direkt auf dem Gelände.

Beschäftigten-mobilität

Emissionen Gesamt
781 t CO_2e
Emissionen je MA
1,2 t CO_2e

Pendelwege im Berichtsjahr gesamt
3.704.672 km

Meist genutzte Verkehrsmittel

PKW
81,47 %
insgesamt **3.018.093 km**
davon **4 %** elektrisch

ÖPNV Anteil
10,26 %
insgesamt **380.217 km**

Fahrrad Anteil
6,87 %
insgesamt **254.576 km**
davon **1,8 %** elektrisch

Die Berechnungen der Emissionen aus dem Pendelverhalten der Mitarbeitenden beruhen auf einer Befragung im September 2025. Aufgrund von unterschiedlichen Datenbasen und einer Weiterentwicklung der Berechnungsmethodik ist ein Vergleich mit 2023 nur bedingt aussagekräftig.

→ Vorwort
→ Unternehmen
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ **Planet**
→ People
→ Performance
→ Governance
→ Anhang



Kreislaufwirtschaft & Ressourcen

Weniger verbrauchen. Besser trennen. Länger nutzen.

Wo Messen stattfinden, werden Materialien bewegt, aufgebaut, genutzt und wieder abgebaut. Deshalb beginnt Ressourcenschonung für uns lange vor der Entsorgung: bei der Planung, im Einkauf, im Messebetrieb und in unserem Arbeitsalltag.

Wir setzen auf durchdachte Prozesse, um Verbräuche zu verringern, Wertstoffe sortenrein zu erfassen und Ressourcen möglichst weiterzuverwenden oder fachgerecht zu verwerten. Ausstellende und Standbauunternehmen erhalten Informationen zur ressourcenschonenden Messeteilnahme in einem eigens entwickelten Guide der Ideen und Empfehlungen von der Planung über den Standaufbau bis zur Nachbereitung beinhaltet. Grundlegende Leitprinzipien sind die 7 R: Reflect, Rethink, Refuse, Reduce, Reuse, Repair, Recycle. Unvermeidbare Reststoffe werden vor, während und nach Veranstaltungen getrennt gesammelt und nach dem Verursacherprinzip abgerechnet.

Auch intern arbeiten wir daran, Ressourcen verantwortungsvoller zu nutzen: durch digitale Prozesse, Wiederaufbereitung von IT-Geräten, einen bewussten Umgang mit Wasser, Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung sowie mit Angeboten zur Reduzierung von Verpackungen. So kommt Kreislaufwirtschaft im Messealltag an – vom Messestand bis zum Mittagstisch.

→ Vorwort
→ Unternehmen
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ **Planet**
→ People
→ Performance
→ Governance
→ Anhang



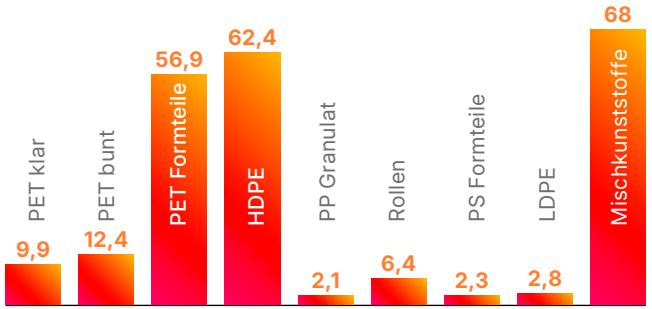
Wertstoffe sauber trennen
Je sortenreiner Materialien getrennt werden, desto besser lassen sie sich verwerten. Bei produktionsintensiven Messen wie K, drupa und interpack werden Produktionsabfälle deshalb in Sammelzentren auf dem Gelände erfasst und abtransportiert. Sortenreine Entsorgung wird gezielt unterstützt; Sonderabfälle wie Druckfarben oder Emulsionen werden fachgerecht behandelt.

Zur internationalen Wein- und Spirituosenmesse ProWein 2025 haben wir 77,15 Tonnen Glas sortenrein gesammelt und recycelt. Das entspricht rund 150.000 Weinflaschen, die von unserem eigens beauftragten Sammelpersonal in Extra-Tonnen am Ende jeden Messetages von den Ausstellerständen abgeholt oder von den Ausstellern in Glascontainern auf dem Gelände entsorgt wurden.

Zusätzlich haben wir rund 10.000 Styropor-Boxen separat gesammelt und sortenrein entsorgt, die während der Messelaufzeit als Kühlbehälter genutzt wurden – insgesamt rund 2,06 Tonnen Styropor.

Kunststoffabfälle der K nach Fraktionen (in t)

Gesamtmenge Kunststoff 223,4 t

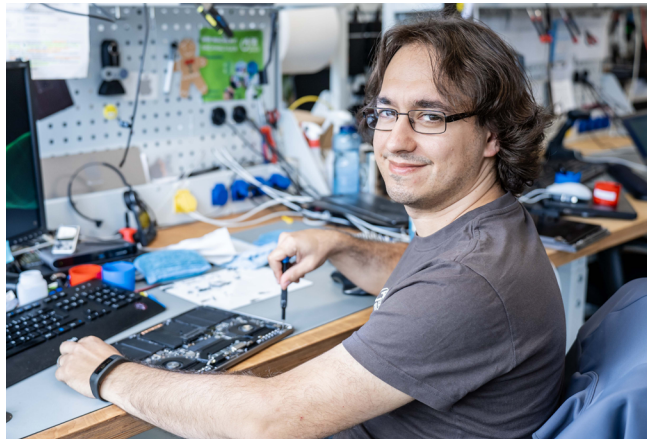


Während der Laufzeit der Kunststoffmesse K 2025 fielen rund 223,4 t Kunststoffabfälle an, die wir sortenrein gesammelt und einem entsprechenden Recycling zugeführt haben. Zur getrennten Entsorgung dieser Wertstoffe, die überwiegend aus dem Betrieb der ausgestellten Maschinen stammen, haben wir für unsere Aussteller mehrere Sammelstationen auf unserem Gelände eingerichtet, die sie kostenfrei nutzen konnten, wenn sie die Materialien nicht selbst entsorgen oder recyceln konnten. Dort wurden die einzelnen Fraktionen in Mulden gesammelt, die mehrmals am Tag abtransportiert wurden – 135 Transporte waren es während der K 2025 insgesamt.

→ Vorwort
→ Unternehmen
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ **Planet**
→ People
→ Performance
→ Governance
→ Anhang

Best Practices Ressourcenschonung

Wiederverwenden. Weitergeben. Weniger verschwenden.



Zweites Leben für IT-Geräte
Ein Gerät, das weiter genutzt wird, muss nicht neu produziert werden. Deshalb arbeitet die Messe Düsseldorf seit 2019 mit AfB social & green IT zusammen, einem Inklusionsunternehmen für die Wiederaufbereitung gebrauchter IT-Geräte. Ausgediente Geräte werden erfasst, geprüft, sicher gelöscht und, falls möglich, wiederaufbereitet.

2025 übernahm AfB 713 ausgediente Geräte mit einem Gesamtgewicht von 3,8 Tonnen. Laut AfB-Wirkungsurkunde wurden 68 Prozent wiederverwendet und 32 Prozent recycelt. So verbindet das Projekt Ressourcenschonung mit sozialem Mehrwert.

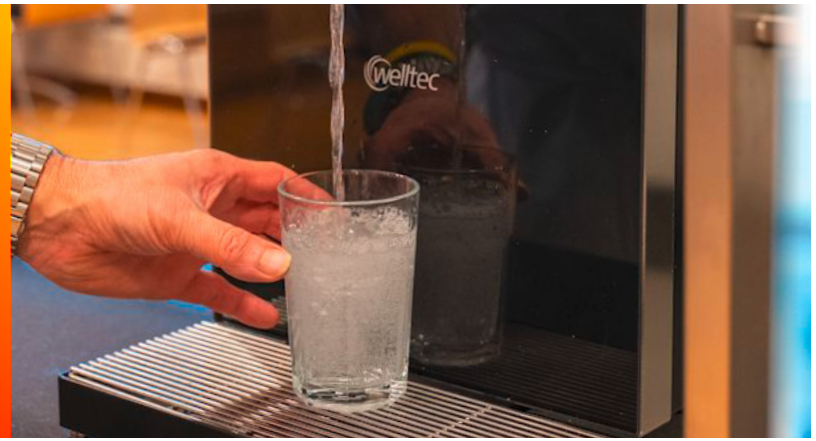


Weniger verschwenden, Reste spenden
Lebensmittel sind zu wertvoll, um verschwendet zu werden. Unsere Kantine setzt verschiedene Maßnahmen um, um Lebensmittelabfälle bei der Speisenzubereitung möglichst gering zu halten. Die Messe Düsseldorf unterstützt zudem bereits seit 25 Jahren die Drogenhilfe Düsseldorf mit Lebensmittelspenden. Jeden Tag kocht unsere Kantine 50 zusätzliche Mahlzeiten, die wir an die Drogenhilfe e. V. spenden, zudem werden alle nicht verkauften Lebensmittel, etwa Brötchen vom Frühstück, und Reste der Mittagsgerichte an die Einrichtung weitergegeben.



Darf es heute etwas weniger sein?
Während der Aktionswochen „Zu gut für die Tonne!“ ging es darum, die Reste auf den Tellern zu verringern, die in den Abfall wandern. Vom 29. September bis 10. Oktober wurde mit Plakaten, Aufstellern auf den Tischen, einer Vor-Ort Befragung und Artikeln im Intranet auf das Thema aufmerksam gemacht und die Mitarbeitenden waren aufgefordert, ihr Essen und die Portionsgröße bewusster zu wählen, damit weniger Reste auf dem Teller bleiben. Die systematische Erfassung der Restmengen und die Rückmeldungen aus der Befragung helfen nun, die Planung in der Kantine weiter zu optimieren.

→ Vorwort
→ Unternehmen
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ **Planet**
→ People
→ Performance
→ Governance
→ Anhang



Frisches Wasser, weniger Flaschen
Manchmal beginnt Ressourcenschonung mit einem Glas Wasser. Um Flaschentransporte zu reduzieren, stehen in der Kantine seit Anfang 2025 Wasserspender bereit. Die Kantinengäste können dort aufbereitetes Trinkwasser mit oder ohne Kohlensäure zapfen.

Das Angebot hatte durchschlagenden Erfolg: Seit der Einführung der Wasserspender ist der Verkauf von Flaschengetränken deutlich zurückgegangen. Während 2023 noch rund 76.000 Flaschen Mineralwasser, Saft und Softdrinks verkauft wurden, waren es 2025 nur noch knapp 13.000 Flaschen. Das entspricht einer Reduktion um rund 63.000 Flaschen bzw. 83 Prozent. Besonders deutlich fiel der Rückgang bei Mineralwasser (-88 %) und Softdrinks (-85 %) aus. Dadurch werden Transporte vermieden und es ist deutlich weniger Schlepperei nötig.

63.000
Flaschen eingespart

2023:

10.000	Flaschen Mineralwasser
5.500	Flaschen Saft
60.606	Flaschen Softdrinks

2025:

1.161	Flaschen Mineralwasser
2.260	Flaschen Saft
8.918	Flaschen Softdrinks

Menschen im Mittelpunkt



→ Vorwort
→ Unternehmen
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ Planet
→ **People**
→ Performance
→ Governance
→ Anhang

Entwicklung fördern. Vielfalt stärken. Gemeinschaft gestalten.

Jede Messe lebt von den Menschen, die sie möglich machen: von Teams, die planen, organisieren und anpacken. Von Kolleginnen und Kollegen, die Wissen teilen, Ideen voranbringen und im Alltag füreinander da sind. Von Menschen, die unterschiedliche Erfahrungen, Perspektiven und Stärken einbringen.

Deshalb fördern wir Kompetenzen, stärken Chancengleichheit und gestalten ein Arbeitsumfeld, in dem Vielfalt ihren Platz hat. Zugleich engagieren wir uns in Düsseldorf – mit Aktionen, Partnerschaften und Unterstützung für das Ehrenamt unserer Mitarbeitenden.



Arbeiten bei der Messe Düsseldorf

Wissen vertiefen. Flexibilität ermöglichen. Verlässlich arbeiten.

Wer Messen möglich macht, braucht Wissen, Erfahrung und verlässliche Rahmenbedingungen. Wir bieten ein Umfeld mit Raum für Entwicklung und Arbeitszeitmodelle, die zu unterschiedlichen Lebensphasen passen.

Mit Aus- und Weiterbildung stärken wir fachliche und persönliche Kompetenzen. Unsere Mitarbeitenden können ihr Know-how vertiefen, ihre Fähigkeiten entfalten und Veränderungen im Messegeschäft aktiv mitgestalten. Teilzeit, mobiles Arbeiten und weitere flexible Modelle unterstützen sie dabei, berufliche Aufgaben mit Familie, Pflege, persönlicher Entwicklung und anderen Anforderungen des Alltags zu vereinbaren.

So entsteht ein Arbeitsumfeld, in dem Menschen Verantwortung übernehmen, voneinander lernen und ihr Bestes geben können – im Büro, auf dem Gelände und überall dort, wo unsere Teams im Einsatz sind.

Fokus Kompetenzentwicklung: Mit unserer Academy haben wir 2024 eine neues umfassendes Inhouse-Lern- und Weiterbildungsangebot für alle Mitarbeitenden und Führungskräfte eingeführt. Damit fördern wir die persönliche und berufliche Entwicklung der Mitarbeitenden und stärken gleichzeitig die Unternehmenskultur. Mit Themen wie Interkulturelle Kompetenzen, Kommunikation, Konfliktmanagement und Arbeitsmethoden hat die Academy der internen Lernkultur frischen Schwung verliehen und die Akzeptanz des Angebots ist dementsprechend hoch. So gab es im Jahr 2025 bei 24 Academy-Themen rund 400 Teilnehmende.

Insgesamt ergab sich für das Jahr 2025 eine durchschnittliche Weiterbildungszeit von 17,68 Stunden pro Mitarbeitendem. Im Jahr 2023 wurden im Durchschnitt 11,4 Stunden pro Mitarbeitenden für Weiterbildungen genutzt.

Die durchschnittlichen Weiterbildungsstunden werden jährlich ausgewertet. Berücksichtigt werden dabei sowohl die Angebote der Academy als auch sämtliche andere interne und externe Weiterbildungsmaßnahmen.



→ Vorwort
→ Unternehmen
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ Planet
→ **People**
→ Performance
→ Governance
→ Anhang

Diversität & Chancengleichheit

Perspektiven öffnen. Austausch ermöglichen. Teilhabe stärken.

Vielfalt zeigt sich bei der Messe Düsseldorf jeden Tag: in Erfahrungen, Lebenswegen, Fähigkeiten, Perspektiven und Erwartungen. Damit daraus ein gutes Miteinander wird, braucht es Offenheit, Aufmerksamkeit und faire Chancen.

Dieser Anspruch ist in unserer Nachhaltigkeitsstrategie verankert. Durch unseren 2025 neu verabschiedeten Code of Conduct erhält er einen verbindlichen Rahmen. Unser Kodex beschreibt, was unser Miteinander prägen soll: Respekt, Fairness und Chancengleichheit, im Team, im Arbeitsalltag und auf unseren Veranstaltungen (s. S. 40 f).

Daran knüpfen wir mit konkreten Angeboten an: Wir schaffen Anlässe zum Austausch, unterstützen Netzwerke und entwickeln Formate, die sensibilisieren und verbinden. So arbeiten wir an einem Umfeld, in dem Menschen sich einbringen können – mit ihren Erfahrungen, Perspektiven und ihrer Persönlichkeit.

Geschlechterverteilung in Zahlen

54,55 %	**Anteil weiblicher Beschäftigter** bei der Messe Düsseldorf GmbH: 360 weibliche und 300 männliche Beschäftigte
28,12 %	**Frauenanteil auf Führungsebene 2025:** 27 weibliche und 69 männliche Beschäftigte auf Führungsebene
22,22 %	**Frauenanteil in der Geschäftsleitung:** 2 weibliche und 7 männliche Mitglieder der Geschäftsleitung
38,10 %	**Frauenanteil im Aufsichtsrat:** 8 weibliche und 13 männliche Aufsichtsratsmitglieder
19,28 %	**Teilzeitquote:** 532,58 Angestellte in Vollzeit, 127,25 Angestellte in Teilzeit (davon 121,42 Frauen)

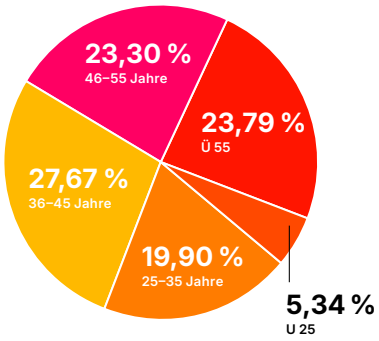
Best Practices People

Hinsehen. Vernetzen. Stärken.

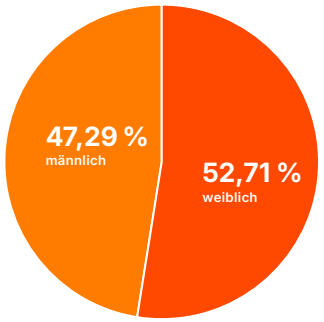
Tag der Vielfalt
Als Unterzeichner der Charta der Vielfalt feierte die Messe Düsseldorf am 27. Mai 2025 den Deutschen Diversity Day. Bei einer Aktion zu Arbeitsbeginn im Foyer stand die Bewusstseinsbildung zu den Dimensionen der Vielfalt im Fokus. Entlang der sieben Dimensionen – Alter, Geschlecht, geografische und soziale Herkunft, sexuelle Orientierung, Religion und Behinderung – konnten unsere Mitarbeitenden sich selbst verorten und neue Einsichten gewinnen. Dank mehr als 200 Teilnehmenden ergab sich auf diese Weise ein aussagekräftiges Bild der Vielfalt unserer Belegschaft. Außerdem zeigte ein Impulsvortrag zum Thema „Unconscious Bias“, wie unbewusste Denkmuster Entscheidungen, Zusammenarbeit und Kommunikation beeinflussen können. Zwei Fahnen vor dem Verwaltungshochhaus trugen unsere Haltung auch nach außen: The Place to Show Diversity.

So vielfältig sind wir (Stand Mai 2025, Ergebnisse einer freiwilligen Vor Ort-Befragung am Deutschen Diversity Day)

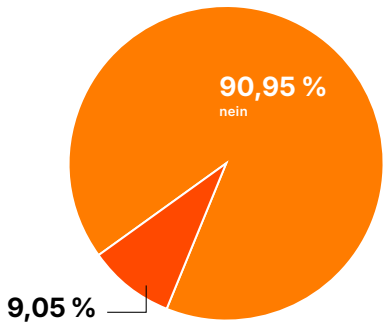
Alter



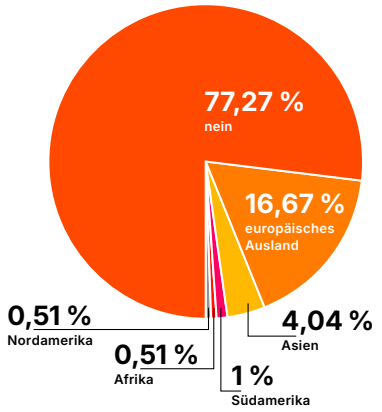
Geschlecht & Geschlechtliche Identität
Welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig?



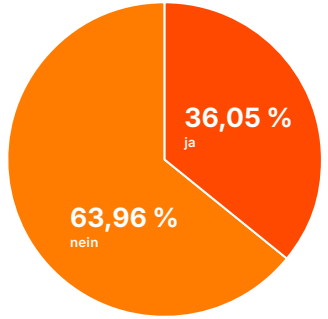
Körperliche & Geistige Fähigkeiten
Haben Sie eine körperliche oder geistige Beeinträchtigung?



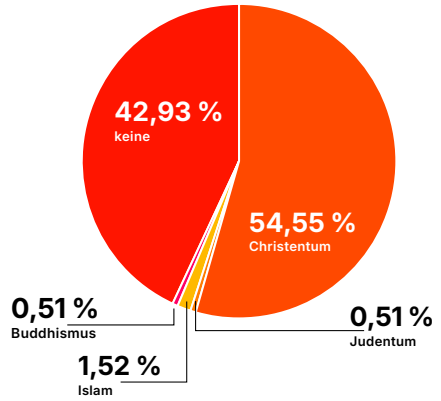
Migrationsgeschichte & Nationalität
Sind Sie oder eines Ihrer Elternteile außerhalb von Deutschland geboren worden?



Soziale Herkunft
Hat mindestens eines Ihrer Elternteile studiert?



Religion & Weltanschauung
Welcher Religion fühlen Sie sich zugehörig?



WOMEN IN EXHIBITIONS
DACH Chapter
UNTERNEHMENSMITGLIED





Women in Exhibitions
Kontakte öffnen Perspektiven. Deshalb ist die Messe Düsseldorf 2025 als erstes Unternehmensmitglied dem Frauennetzwerk Women in Exhibitions (WIE) DACH beigetreten. Durch diese Mitgliedschaft stehen die Angebote des Vereins allen unseren Mitarbeiterinnen offen, die so Zugang zu Austausch, fachlichen Impulsen, Mentoring und weiblichen Role Models in der Messewirtschaft bekommen. So bringt WIE eine branchenspezifische Perspektive in unsere Aktivitäten zur Chancengerechtigkeit.

Ladies' Lunch:
Raum für Vernetzung und Austausch
Mit dem Ladies' Lunch haben wir für unsere weiblichen Führungskräfte im März 2025 ein neues Netzwerkformat ins Leben gerufen. Zweimal im Jahr stehen Impulsvorträge zu Herausforderungen von Frauen in Führungspositionen auf dem Programm. Beim anschließenden gemeinsamen Mittagessen bietet sich die Gelegenheit, Impulse zu vertiefen, Erfahrungen auszutauschen und bereichsübergreifende Kontakte auszubauen.

Proud@MD
Ein gutes Miteinander lebt davon, dass Menschen sie selbst sein und alle Facetten ihrer Persönlichkeit zeigen können. Dafür setzt sich das im April 2025 gegründete interne LGBTQ-Netzwerk Proud@MD ein. Proud@MD richtet sich an Mitarbeitende der Messe Düsseldorf und von Düsseldorf Congress, die sich der LGBTQ-Community zugehörig fühlen – sowie an Kolleginnen und Kollegen, die als Straight Allies unterstützen möchten. Das Netzwerk erleichtert Kontakte, bündelt Anliegen und entwickelt Angebote zur Aufklärung und Sensibilisierung. Auch nach außen positioniert sich die Messe Düsseldorf klar als diverses und queer-freundliches Unternehmen.



Corporate Citizenship

Ehrenamt stärken. Umfeld pflegen. Begegnung fördern.

Düsseldorf ist für uns mehr als ein Standort. Hier arbeiten wir, hier empfangen wir Gäste aus aller Welt, hier sind wir Teil eines lebendigen Umfelds. Deshalb richten wir den Blick auf das, was direkt vor unserer Tür liegt: lokale Initiativen und Partnerschaften, die Begegnung und Teilhabe fördern.

Als aktives Mitglied der Stadtgesellschaft fördern wir sowohl kulturelle Veranstaltungen in Düsseldorf, als auch Initiativen zur Förderung interkultureller Begegnung wie das Düsseldorfer Frankreichfest. Mit den großen Düsseldorfer Sportvereinen Fortuna Düsseldorf, Düsseldorfer EG und Borussia Düsseldorf verbinden uns langjährige Partnerschaften, wobei uns wegen unserer langjährigen Verbundenheit zum Parasport die Förderung der Inklusionsmannschaft von Fortuna Düsseldorf und die Unterstützung der Rollstuhl-Tischtennis-Mannschaft von Borussia Düsseldorf besonders am Herzen liegt.

Wichtige Impulse kommen von unseren Mitarbeitenden. Viele von ihnen übernehmen Verantwortung in Vereinen, sozialen Projekten, Hilfsorganisationen und Initiativen. Dieses freiwillige Engagement unterstützen wir mit einer Spendenaktion zum Internationalen Tag des Ehrenamts. Außerdem packen wir bei Aktionen vor Ort selbst mit an.

→ Vorwort
→ Unternehmen
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ Planet
→ **People**
→ Performance
→ Governance
→ Anhang

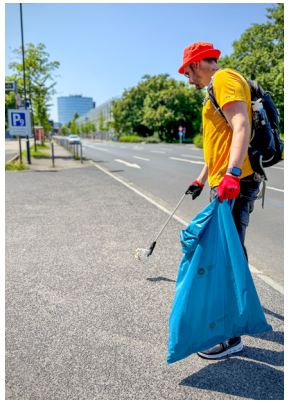
→ Vorwort
→ Unternehmen
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ Planet
→ **People**
→ Performance
→ Governance
→ Anhang

Best Practices Corporate Citizenship

Unterstützen. Anpacken. Mitfiebern.









Spendenaktion Ehrenamt
Zum Internationalen Tag des Ehrenamts am 5. Dezember 2025 unterstützte die Messe Düsseldorf erneut das freiwillige Engagement der Mitarbeitenden. Die Kolleginnen und Kollegen konnten sich für die Organisationen, für die sie ehrenamtlich tätig sind, um eine Spende des Unternehmens bewerben. Aus rund 20 Einreichungen wurden per Losverfahren vier Projekte ausgewählt, die jeweils eine Spende in Höhe von 500 Euro erhielten, 2025 gingen die Spenden an den Förderverein Freiwillige Feuerwehr Essen e. V., an vision:teilen, eine franziskanische Initiative gegen Armut und Not e. V., an die SG Kaarst e. V., und an wESEL spielt e.V., einen gemeinnützigen Bildungs- und Kulturverein, der Bildung, Kultur, Inklusion sowie Jugend- und Altenhilfe durch moderne Gesellschaftsspiele fördert.

Clean Up Day
Anlässlich des Weltumwelttags hieß es am 13. Juni 2025 rund um das Messegelände: Handschuhe an, Müllzangen raus. Bei unserem ersten eigenen After-Work-Clean-up „MD putzt sich raus!“ sammelten 16 Mitarbeitende der Messe Düsseldorf und von Düsseldorf Congress in anderthalb Stunden gemeinsam rund 20 Säcke Müll rund um das Gelände und im angrenzenden Nordpark, wo nach den letzten Veranstaltungen noch Spuren sichtbar waren: vor allem Flaschen, Zigarettenstummel, E-Zigaretten und Verpackungen. Ein freiwilliger Einsatz für das direkte Umfeld – mit Teamgeist, Tatkraft und sichtbarem Ergebnis.

Fortuna Inklusionsmannschaft
Seit 2022 unterstützt die Messe Düsseldorf die Inklusionsmannschaften von Fortuna Düsseldorf als Trikotsponsor. Auf der REHACARE brachte die Partnerschaft auch unsere Mitarbeitenden in Bewegung: Die Trainer der Amputierten-Fußballmannschaft waren im Sport-Center auf dem Messegelände präsent und boten eine Trainingseinheit auf Krücken für unsere Messekicker an. So wurde aus Sponsoring echte Begegnung.

Mehrwert für Märkte und Region



→ Vorwort
→ Unternehmen
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ Planet
→ People
→ **Performance**
→ Governance
→ Anhang

Branchen bewegen. Kreisläufe weiterdenken. Standort stärken.

Nachhaltige Performance bedeutet für uns, heute die Grundlagen für den Erfolg von morgen zu schaffen. Dafür entwickeln wir unser Veranstaltungsportfolio weiter, setzen Impulse für relevante Zukunftsthemen und machen Nachhaltigkeit auf unseren Messen sichtbar.

Wir greifen relevante Entwicklungen unserer Branchen auf, schaffen Raum für Austausch und zeigen und prämieren konkrete Lösungsansätze in Form von Fachforen und Sonderschauen über Awards bis hin zu Innovationsplattformen und Best-Practice-Vorträgen.

Gleichzeitig stärken wir mit unseren Veranstaltungen den Wirtschaftsstandort Düsseldorf und erzeugen Mehrwert weit über unser Unternehmen hinaus – für Branchen, Ausstellende, Besucherinnen und Besucher, unsere Partnerunternehmen und Dienstleistende, unsere Stadt und die Region.





Wertschöpfung für Stadt und Region

Umsätze anstoßen. Kaufkraft stärken. Arbeitsplätze sichern.

Ausstellende, Besucherinnen und Besucher, Dienstleistende, Medien und internationale Gäste bringen Nachfrage in die Stadt: in Hotels und Gastronomie, in Handwerk, Handel, Verkehr und viele weitere Dienstleistungsbereiche.

Diese indirekte wirtschaftliche Wirkung wird als Umwegrendite bezeichnet. Diese Effekte wurden im Rahmen einer Untersuchung des Forschungsunternehmens Prognos AG im Auftrag der Messe Düsseldorf im Jahr 2025 untersucht und werden im Laufe des Jahres 2026 veröffentlicht.

Im Auftrag des Verbandes der deutschen Messewirtschaft AUMA hat die Prognos AG im Jahr 2025 Befragungsdaten von insgesamt 30 Messeveranstaltungen an zehn Messeplätzen erhoben und ausgewertet. Darunter waren auch Messen der Messe Düsseldorf GmbH.

Die Messewirtschaft als Schlüsselindustrie

15,9 Mrd. €	**Nettoumsätze** in Deutschland durch Messeteilnahmen
29,9 Mrd. €	**Wirtschaftlicher Gesamteffekt** durch Messen in Deutschland
283.000	**Beschäftigte** durch Messeveranstaltungen in Deutschland
5,4 Mrd. €	**Steuereinnahmen** durch Messeveranstaltungen in Deutschland

Studie "Der Messe-Effekt: Wertschöpfung, Wachstum, Wettbewerbsfähigkeit. Die wirtschaftliche Bedeutung der Messewirtschaft in Deutschland", AUMA, Februar 2026

Best Practices Nachhaltigkeit

Drei Messen. Drei Themen. Drei Wege in die Praxis.

Drei Beispiele aus dem Berichtsjahr zeigen die Bandbreite: ein Citizen-Science-Projekt für den Meeresschutz, ausgezeichnet auf der boot, Auszeichnungen für ressourcenschonende Verpackungssysteme durch die Initiative SAVE FOOD der interpack, und zwei Sonderschauen zur Kreislaufwirtschaft auf der K.





„ocean tribute“ Award 2025
Auf der boot Düsseldorf trifft Wassersport auf Meeresschutz. Seit 2018 zeichnet der „ocean tribute“ Award Projekte und Initiativen aus, die sich für den Schutz von Gewässern engagieren. 2025 ging der gemeinsam von boot Düsseldorf, der Fondation Prince Albert II und der Deutschen Meeresstiftung vergebene Preis an die spanische Meeresschutzorganisation Ambiente Europeo mit dem **Projekt SeaLabs**.

SeaLabs bindet Seglerinnen und Segler als Datensammlerinnen und Datensammler auf See ein. Mit einem einfachen Kit können sie Meerwasserdaten wie Temperatur, pH-Wert sowie Salzgehalt erfassen und die Ergebnisse über eine App hochladen. Die öffentlich zugänglichen Daten können Forschung, Bildung und den Austausch über den Zustand der Ozeane unterstützen. So verbindet SeaLabs Wassersport, Wissenschaft und Meeresschutz. Mit dem Preisgeld in Höhe von 20.000 Euro wird die Weiterentwicklung des Projekts gefördert.

Mehr erfahren im Videobeitrag:
ocean tribute Award 2025 – M4 Newsroom



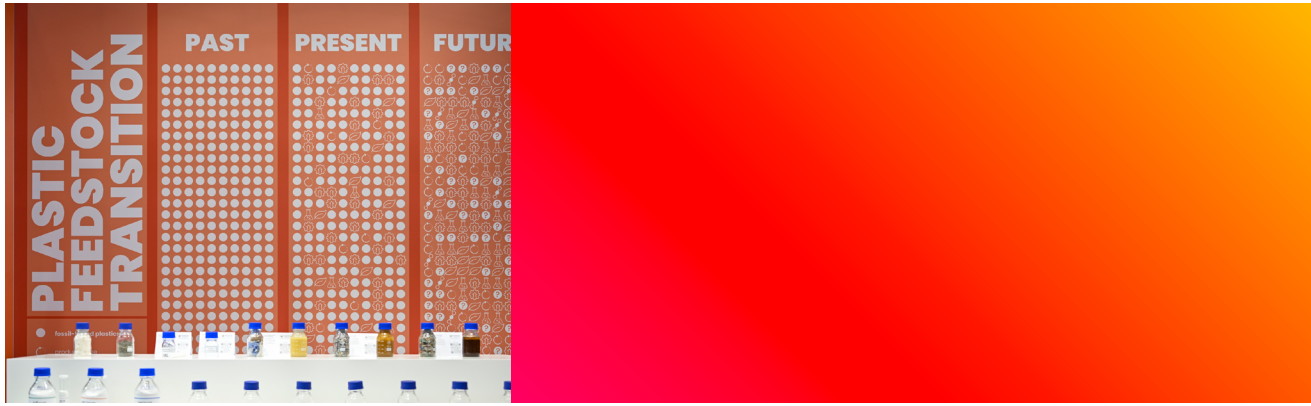
SAVE FOOD Design & Sustainability Awards 2025
Wenn Lebensmittel verderben, geht mehr verloren als Nahrung. Denn in Produkten, die nicht genutzt werden, stecken Energie, Wasser, Rohstoffe und Arbeit. Genau hier setzt die Initiative SAVE FOOD an, die 2011 unter dem Dach der interpack gemeinsam mit der Food and Agriculture Organization der UN (FAO) ins Leben gerufen wurde. Denn Verpackungen können Food Waste entlang der Wertschöpfungskette entscheidend verringern. Mit den SAVE FOOD Design & Sustainability Awards prämiert die globale Initiative jährlich Lösungen, die Lebensmittelverluste entlang der Wertschöpfungskette stoppen und die Umwelt schonen – bewertet von Experten der FAO, UNIDO und WPO nach Innovationskraft, Nachhaltigkeit und Praxistauglichkeit.

Mit dem SAVE FOOD DESIGN Award in Gold, Silber und Bronze werden Unternehmen ausgezeichnet, die innovative Produkte oder Lösungen entwickeln, die Lebensmittelverluste und -verschwendung entlang der gesamten Produktions- und Konsumkette minimieren oder verhindern.

Beim SUSTAINABILITY DESIGN Award liegt das Augenmerk der Jury auf bahnbrechenden Produkten und Lösungen, die deutliche ökologische Vorteile haben, beispielsweise einen reduzierten Kohlenstoffdioxid-Fußabdruck. Wichtige Kriterien sind unter anderem die Minimierung von Material- und Maschinenabfall, der sparsame Einsatz von Energie und Wasser, die Verbesserung der Recyclingfähigkeit sowie überzeugende Lösungen für das Produktlebensende.

Beide Preise wurden 2025 sowohl bei der interpack China als auch in Ägypten bei der interpack MEA vergeben. Erfahren Sie hier mehr über die Gewinner der Save Food Awards 2025:
Die besten Ideen gegen Food Waste





K 2025: Kreislaufwirtschaft im Fokus
Kaum ein Thema hat die Kunststoff-Branche in den letzten Jahren so stark geprägt wie der Aufbau einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft. Im Mittelpunkt steht das Ziel, Kunststoffe mit Rezyklatanteilen (PCR) so aufzubereiten, dass sie die gleiche Qualität wie Primärstoffe erreichen: zuverlässig in der Anwendung, wirtschaftlich einsetzbar und für unterschiedlichste Produkte geeignet. Auf der K 2025 widmete sich die offizielle Sonderschau von Plastics Europe Deutschland und der Messe Düsseldorf Ressourcenkreisläufen. Unter dem Titel „Plastics shape the future – gemeinsam Kreislaufwirtschaft gestalten" präsentierte die Branche konkrete Ansätze für ein nachhaltiges Kunststoffsystem. Dazu gehörten Lösungen für das mechanische und chemische Recycling, digitale Produktpässe sowie der Einsatz biobasierter Materialien. Die Sonderschau machte deutlich, wie Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette daran arbeiten, Ressourcen effizienter zu nutzen und Stoffkreisläufe zu schließen. Auch der VDMA rückte dieses Zukunftsthema im Forum „The Power of Plastics! Green – Smart – Responsible" in den Fokus. Auf dem Freigelände wurde gezeigt, wie Maschinenbau und innovative Technologien eine Schlüsselrolle für die Circular Economy übernehmen – etwa bei der Herstellung recyclingfähiger Produkte oder bei der Aufbereitung und Wiederverwertung von Kunststoffabfällen.

Auch andere Messen wie drupa, glasstec und interpack greifen Kreislaufwirtschaft aus ihrer jeweiligen Branchenperspektive auf: in der Druckindustrie etwa über Material- und Prozesseffizienz, in der Glasindustrie über Sammlung, Aufbereitung und Wiedereinsatz von Glas; in der Verpackungbranche über Recyclingfähigkeit, Rezyklateinsatz, neue Materialien und Design for Recyling. So wird das Thema Stoffkreisläufe auf unseren Messen nicht nur diskutiert, sondern durch konkrete Produkte, Prozesse und Partnerschaften erlebbar gemacht.



→ Vorwort
→ Unternehmen
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ Planet
→ People
→ Performance
→ **Governance**
→ Anhang

Verantwortungsvolle Unternehmensführung

Integer handeln. Daten schützen. Standards sichern.

Gute Unternehmensführung braucht Orientierung. Klare Regeln, nachvollziehbare Entscheidungswege, der Schutz von Daten und geübte Abläufe für den Ernstfall geben unserem Handeln einen verlässlichen Rahmen. Sie helfen dabei, Risiken zu erkennen, integre Entscheidungen zu treffen und auch unter Druck handlungsfähig zu bleiben – im Team, gegenüber Kundinnen und Kunden sowie in der Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern.

Werte entfalten ihre Kraft, wenn sie im Alltag Orientierung geben. Unser neuer Code of Conduct übersetzt sie in verbindliche Leitlinien für integres und faires Handeln: in unserem täglichen Miteinander, in der Zusammenarbeit mit unseren Kundinnen, Kunden und Geschäftspartnern sowie in Situationen, in denen Entscheidungen besondere Sorgfalt erfordern.

Der Kodex umfasst unter anderem Menschenrechte, Chancengleichheit, faire Arbeitsbedingungen, Datenschutz, Cybersicherheit, Antikorruption, Interessenkonflikte, Geldwäscheprävention, Kartellrecht sowie den verantwortungsvollen Umgang mit Umwelt und Ressourcen. Für Hinweise auf Compliance-relevante Ereignisse oder mögliche Verstöße steht ein Hinweisgebersystem gemäß Hinweisgeberschutzgesetz zur Verfügung.



Code of Conduct

Menschenrechte & Chancengleichheit

Wir achten die Würde jedes Menschen und stehen für Vielfalt, Respekt und faire Chancen.

Respektvolles Miteinander

Wir setzen auf Offenheit, Teamgeist und Fairness – im Unternehmen und auf unseren Veranstaltungen.

Faire Arbeitsbedingungen

Wir stehen für sichere Arbeitsbedingungen, angemessene Vergütung und die Einhaltung gesetzlicher Standards.

Datenschutz & Cybersicherheit

Wir schützen personenbezogene Daten, Unternehmensinformationen und digitale Systeme.

Antikorruption & Interessenkonflikte

Wir handeln im Unternehmensinteresse und legen mögliche Interessenkonflikte offen.

Kartellrecht & Geldwäscheprävention

Wir achten auf faire Wettbewerbsregeln und prüfen geschäftliche Risiken sorgfältig.

Umwelt & Ressourcen

Wir beziehen Energieeffizienz, Ressourcenschonung und Kreislaufwirtschaft in relevante Prozesse ein.

Spenden & Sponsoring

Wir richten Unterstützung nachvollziehbar an Bereichen wie Kultur, Sport und Sozialem aus.

→ Vorwort
→ Unternehmen
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ Planet
→ People
→ Performance
→ **Governance**
→ Anhang

Best Practices Governance

Stresstest für den Krisenfall



Was geschieht, wenn digitale Systeme angegriffen werden und viele Entscheidungen gleichzeitig getroffen werden müssen? Genau dieses Zusammenspiel war 2025 Thema der zweijährlichen Stabsrahmenübung in unserem Lagezentrum. Rund 50 Kolleginnen und Kollegen übten anhand des Szenarios einer Cyberattacke auf die Website der Messe Düsseldorf. Beteiligt waren unter anderem Geschäftsleitung, Krisenkommunikation, Betriebstechnik, Logistik, Sicherheit, IT und Recht.

Der Krisenstab bewertete die Lage, verteilte Aufgaben und stimmte Maßnahmen ab. Parallel übten Backoffice- und Assistenzteams Kommunikation, Lagedokumentation, Pressearbeit und die Abstimmung mit relevanten Anspruchsgruppen. So wurde aus einem fiktiven Szenario ein Praxistest für klare Rollen, schnelle Abstimmung und belastbare Entscheidungen.



→ Vorwort
→ Unternehmen
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ Planet
→ People
→ Performance
→ **Governance**
→ Anhang

Anhang

→ Vorwort
→ Unternehmen
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ Planet
→ People
→ Performance
→ Governance
→ **Anhang**

VS-Referenzen

→ Vorwort
→ Unternehmen
→ Nachhaltigkeitsstrategie
→ Planet
→ People
→ Performance
→ Governance
→ **Anhang**

VS-Kennung Beschreibung	**Angabe / Kennzahl**	**Textverweis**
B 1		
Berichtsoption	Basismodul und relevante Angaben des Zusatzmoduls	s. S. 5
Liste der weggelassenen Angaben, die als Verschlusssachen oder vertrauliche Informationen eingestuft werden	In diesem Bericht wurden keine Offenlegungen aufgrund von vertraulichen oder sensiblen Informationen ausgelassen.	s. S. 5
Berichtsgrundlage	Der Nachhaltigkeitsbericht wurde auf individueller Basis erstellt und beschränkt sich auf die Angaben und Daten der Messe Düsseldorf GmbH ohne Einbeziehung von Tochter-gesellschaften.	s. S. 5
Rechtsform des Unternehmens	GmbH	---
NACE-Code(s) zur Klassifikation der Wirtschaftszweige	82.30 für Messe-, Ausstellungs- und Kongressveranstalter	---
Bilanzsumme	827.027.288,01 €	---
Umsatz	343,4 Mio. Euro	s. S. 4
Anzahl der Beschäftigten und Art der Zählung	660 beschäftigte Personen im Jahresdurchschnitt, durchschnittliches Vollzeitäquivalent für 2025 = 618	s. S. 4
Land der Hauptgeschäftstätigkeit und Standort der wesentlichen Vermögenswerte	Deutschland	---
Standort	Stockumer Kirchstraße 61, 40474 Düsseldorf Geokoordinaten: 51.25978°N, 6.7417814°E	---
Zertifizierung im Nachhaltigkeitsbereich	ISO 50001, seit 2014, zuletzt 2023, gültig bis 11/2026	s. S. 10
B 2		
Verfahrensweisen, Richtlinien oder künftige Initiativen für den Übergang zu einer nachhaltigeren Wirtschaft	**Verfahrensweisen / Managementsysteme** Energiemanagementsystem (EnMS) nach DIN EN ISO 50001 CSR-Strategie Leitfaden für ressourcenschonende Messeteilnahme für Aussteller Code of Conduct (Einführung 2025) **Governance** Compliance-Handbuch und Compliance-Richtlinie (Aktualisierung 2025) Verpflichtende jährliche Compliance-Schulungen	s. S. 14, S. 6 ff, S. 24, S. 40 f
Ziel, das mit einer Richtlinie zusammenhängt	Reduktionsziel für Scope 1 & 2 - EnMS	s. S. 20
Beschreibung des auf eine Richtlinie bezogenen Ziels	Kontinuierliche Reduktion der Emissionen in Scope 1 und 2 um 2 % pro Jahr	s. S. 20

VS-Kennung Beschreibung	**Angabe / Kennzahl**	**Textverweis**
B 3		
Gesamtenergieverbrauch inkl. Kraftstoffe (in MWh)	47.980	s. S. 14
Strom	Gesamt: 31.246, davon erneuerbar: 25.382, davon nicht erneuerbar: 5.865	s. S. 14
Brennstoffe	Gesamt: 16.733, davon erneuerbar: 0, davon nicht erneuerbar: 16.733	s. S. 14
Gesamt-Brutto-Treibhausgasemissionen für Scope 1 und 2 gemäß GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard 2004 (in t CO_2e)	5.542 t CO_2e (marktbasiert) 15.669 t CO_2e (standortbasiert)	s. S. 16 f
Scope 1-Brutto-Treibhausgasemissionen	2.965 t CO_2e	s. S. 16
Standortbezogene Scope 2-Brutto-Treibhausgasemissionen	12.704 t CO_2e	---
Marktbasierte Scope 2-Brutto-Treibhausgasemissionen	2.577 t CO_2e	s. S. 16 f
B 6		
Wasserentnahme (Kubikmeter m^3)	131.711 m^3	---
B 7		
Beschreibung der Grundsätze der Kreislaufwirtschaft	Die Grundsätze der Kreislaufwirtschaft werden angewendet.	s. S. 24
Abfallaufkommen	7.679,472 t	---
Abfälle, die zum Recycling oder zur Wiederverwendung umgeleitet werden	2.371,199 t	---
Gesamtmenge gefährlicher Abfälle (Masse/Gewicht)	1,235 t	---
Gesamtaufkommen nicht gefährlicher Abfälle (Masse/Gewicht)	7.677,77 t	---
B 8		
Anzahl der Beschäftigten	660 Beschäftigte im Jahresdurchschnitt, durchschnittliches Vollzeitäquivalent für 2025 = 618	---
"Anzahl der Beschäftigten mit unbefristeten Verträgen (Personenzahl)"	599	---
"Anzahl der Beschäftigten mit befristeten Verträgen (Personenzahl)"	47 zuzüglich 14 Personen mit Ausbildungsvertrag	
"Anzahl der beschäftigten Frauen (Personenzahl)"	360	---
"Anzahl der beschäftigten Männer (Personenzahl)"	300	---

VS-Kennung Beschreibung	**Angabe / Kennzahl**	**Textverweis**
B 9		
Anzahl der meldepflichtigen Arbeitsunfälle im Berichtszeitraum	7	---
Quote der meldepflichtigen Arbeitsunfälle im Berichtszeitraum	0,01	---
Gesamtzahl der Todesfälle infolge meldepflichtiger Arbeitsunfälle und meldepflichtiger arbeitsbedingter Erkrankungen	0	---
B10		
Vergütung entsprechend Mindestlohn oder darüber	100%	---
Prozentsatz der Beschäftigten, die durch Tarif-/Kollektivverträge abgedeckt sind [%]	100%	---
Durchschnittliche Anzahl der jährlichen Weiterbildungsstunden je Beschäftigtem	17,68	s. S. 29
B 11		
Verurteilungen oder Geldstrafen wegen Korruption und Bestechung	0	---
C 1		
Geschäftsmodell	Weltweite Organisation von Messen, insbesondere B2B-Veranstaltungen in den Kompetenzfeldern Maschinen, Anlagen und Ausrüstungen; Handel, Handwerk und Dienstleistungen; Medizin und Gesundheit; Freizeit; Lifestyle und Beauty; Mobilität.	s. S. 3
Märkte	Schwerpunkte der Geschäftstätigkeit liegen in Deutschland, China, Indien, Südostasien (Singapur, Thailand, Vietnam), USA, Brasilien, MEA-Region inkl. Türkei	---
Geschäftsbeziehungen	Überwiegend B2B-Geschäft: Organisation von Veranstaltungen, die u. a. Unternehmen, Fachverbände und Forschungseinrichtungen als Aussteller, sowie relevante Akteure aus Industrie, Politik und Wissenschaft als Besuchende zusammenbringen. Nur in wenigen Ausnahmen Ansprache von Privatleuten als Besucherzielgruppe.	s. S. 3
Nachhaltigkeitsbezug in der Strategie	Ziel ist es, Veranstaltungen als Plattformen für Wirtschaft, Wissenstransfer und Vernetzung weiterzuentwickeln, die Zukunftsthemen voranbringen und verantwortungsbewusst gestaltet werden, indem ressourcenbezogene Aspekte im Veranstaltungsbetrieb berücksichtigt werden.	s. S. 3
C 2		
Beschreibung von Praktiken, Richtlinien und Initiativen	**Verfahrensweisen / Managementsysteme** Energiemanagementsystem (EnMS) nach DIN EN ISO 50001 CSR-Strategie Leitfaden für ressourcenschonende Messeteilnahme für Aussteller Code of Conduct (Einführung 2025) **Governance** Compliance-Handbuch und Compliance-Richtlinie (Aktualisierung 2025) Verpflichtende jährliche Compliance-Schulungen	s. S. 14, S. 6 ff, S. 24, S. 40 f

VS-Kennung Beschreibung	**Angabe / Kennzahl**	**Textverweis**
C 3		
Gesamte Scope 3-Treibhausgasemissionen	20.495 t CO_2e	s. S. 16 f.
1. Eingekaufte Waren und Dienstleistungen	8.950 t CO_2e	s. S. 16 f.; 18
2. Investitionsgüter	2.265 t CO_2e	s. S. 16 f.; 18
3. Brennstoff- und energiebezogene Tätigkeiten (nicht in Scope 1 oder Scope 2 enthalten)	2.342 t CO_2e	s. S. 16 f.; 18
4. Vorgelageter Transport und Vertrieb	312 t CO_2e	s. S. 16 f.
5. Im Rahmen der Geschäftstätigkeiten anfallender Abfall	119 t CO_2e	s. S. 16 f.
6. Geschäftsreisen	1.852 t CO_2e	s. S. 16 f.; 18
7. Pendeln der Arbeitskräfte	781 t CO_2e	s. S. 23
8. Vorgelagerte Leasinggüter	-	---
9. Nachgelagerter Transport und Vertrieb	-	---
10. Verarbeitung verkaufter Produkte	-	---
11. Verwendung verkaufter Produkte	-	---
12. Behandlung verkaufter Produkte am Ende der Lebensdauer	-	---
13. Nachgelagerte Leasinggüter	44 t CO_2e	s. S. 16 f.
14. Franchises	-	---
15. Investitionen	3.830 t CO_2e	s. S. 17
Gesamte Scope 1-, Scope 2- und Scope 3-Treibhausgasemissionen (standortbezogen)	36.163 t CO_2e	s. S. 17
Gesamte Scope 1-, Scope 2- und Scope 3-Treibhausgasemissionen (marktbasiert)	26.036 t CO_2e	s. S. 17
Zusätzliche Kategorie Teilnehmendenmobilität	296.385 t CO_2e	s. S. 16; 19
Ziele zur Reduktion von Treibhausgasemissionen	Insgesamt wird, wie im Net Zero Carbon Events Pledge festgelegt, bis 2030 eine Halbierung der Emissionen gegenüber dem Basisjahr 2019 angestrebt und das Erreichen von Netto Null Emissionen bis 2050. Für Scope-3-Emissionen wurde bislang kein Reduktionsziel festgelegt. Die Scope-3-Emissionen wurden erstmals für das Berichtsjahr 2025 vollständig erhoben; ein belastbarer Bezugswert für ein Basisjahr liegt daher derzeit noch nicht vor.	s. S. 11; 20
Basisjahr	2019, Bezugswert in Scope 1 und 2: 14.420 t CO2e (marktbasiert)	s. S. 20
Zieljahr	2030: 4.618 t CO_2e (marktbasiert) 2050: Netto Null	s. S. 20
Angabe der wesentlichen Maßnahmen, die das Unternehmen zur Erreichung seiner Ziele durchzuführen beabsichtigt vom - bis	Definierte Maßnahmen im Rahmen des EnMS.	s. S. 20

VS-Kennung Beschreibung	**Angabe / Kennzahl**	**Textverweis**
C 5		
Fluktuationsrate der Beschäftigten [%] im Berichtszeitraum	5,61%	---
Anzahl männlicher Beschäftigter auf Führungsebene	69	s. S. 30
Anzahl weiblicher Beschäftigter auf Führungsebene	27	s. S. 30
Verhältnis weiblicher zu männlichen Beschäftigten auf Führungsebene im Berichtszeitraum	1 : 2,6	s. S. 30
C 6		
Verfügt das Unternehmen über einen Verhaltenskodex	Ja	s. S. 40 f
Falls ja, sind folgende Aspekte abgedeckt:		---
→ Kinderarbeit	Ja	---
→ Zwangsarbeit	Ja	---
→ Menschenhandel	Ja	---
→ Diskriminierung	Ja	---
→ Unfallverhütung	Ja	---
Verfügt das Unternehmen über ein Verfahren zur Bearbeitung von Beschwerden der eigenen Arbeitskräfte?	Ja	---
C 7		
Bestätigte Vorfälle in der eigenen Belegschaft	Im Geschäftsjahr 2025 hat die Messe Düsseldorf keine Vorfälle in der eigenen Belegschaft im Zusammenhang mit Kinderarbeit, Zwangsarbeit, Menschenhandel, Diskriminierung oder Sonstigem verzeichnet oder verfolgt.	---
Bestätigte Vorfälle mit Arbeitskräften in der Wertschöpfungskette, betroffenen Gemeinschaften, Verbrauchern und Endnutzern	Der Messe Düsseldorf sind keine bestätigten Vorfälle bekannt, in die Arbeitnehmer in der Wertschöpfungskette, betroffene Gemeinschaften, Verbraucher und Endverbraucher verwickelt waren.	---
C 9		
Anzahl der weiblichen Mitglieder in der Geschäftsleitung am Ende des Berichtszeitraums	2	s. S. 30
Anzahl der männlichen Mitglieder in der Geschäftsleitung am Ende des Berichtszeitraums	7	s. S. 30
Geschlechterverhältnis in der Geschäftsleitung am Ende des Berichtszeitraums	1 : 3,5	s. S. 30
Anzahl der weiblichen Mitglieder im Aufsichtsrat am Ende des Berichtszeitraums	8	s. S. 30
Anzahl der männlichen Mitglieder im Aufsichtsrat am Ende des Berichtszeitraums	13	s. S. 30
Geschlechterverhältnis im Aufsichtsrat am Ende des Berichtszeitraums	1 : 1,6	s. S. 30

„Was wir heute tun, entscheidet darüber, wie die Welt morgen aussieht.“

Marie von Ebner-Eschenbach

Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf

Messeplatz,
Stockumer Kirchstraße 61
40474 Düsseldorf

Telefon: +49 211 4560-01
Internet: **messe-duesseldorf.de**

Abteilung
Corporate Social Responsibility
E-Mail: csr@messe-duesseldorf.de

Ansprechpartnerin:
Andrea Eppert
Director Corporate Social Responsibility

Telefon: +49 211 4560-241
E-Mail: EppertA@messe-duesseldorf.de