## Inhaltsverzeichnis

Jörn Holtmeier  Klimaneutral bis 2040: Deutsche Messewirtschaft setzt sich ehrgeizige Klimaschutzziele	9
Benjamin Özgüc Produkt- und unternehmensbezogener Nachhaltigkeits-Ansatz im Messebau	15
Britta Wirtz Vom bunten Strauß an Einzelmaßnahmen zum integrierten Managementansatz: Nachhaltigkeit bei der Messe Karlsruhe. Ein Erfahrungs- und Praxisbericht	19
Gernot Gehrke Messen und das Konzept Nachhaltigkeit – eine Annäherung	29
Günther Suchy Nachhaltige Sportmessen und Sportveranstaltungen: Die kommunikative Herausforderung "grüner" Events	55
Johanna Soboll  Nachhaltige Markenerlebnisse – ein co-kreativer Ereignishorizont als Ausgangspunkt für den Transformationsprozess der Veranstaltungswirtschaft	63
Lisa Kölle und Stefan Luppold  Maßnahmen zum Ausbau der Corporate Social Responsibility	73
Lena Buhleier  Managementorientierte Gestaltung einer ganzheitlichen und integrierten Klimaschutzstrategie	99
Nadine Wiedemann Nachhaltigkeit als Business-Kompetenz	121
Patrick Haag Digitalisierung des Messestandkonzeptes – Ideen, Herausforderungen und Ergebnisse	137
Sandra Henze Unser größter Hebel ist unsere Haltung. Ein Blick auf die Sustainability Roadmap von mac. brand spaces	147
$\it Valerie\ Ingrid\ Grimm\ und\ Thomas\ Bauer$ Prognose des locationbezogenen $\it CO_2$ -Fußabdrucks von Kongressen in einem Veranstaltungshaus der Messe Frankfurt. Nur was man messen kann, kann man lenken	159
Doris Wagner und Laura Duffe Nachhaltigkeit in der Messewirtschaft	195
Duncker & Humblot · Berlin   https://doi.org/10.3790/978-3-89644-329-8.2024.368774	

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