

Studie zum Start der IFA in Berlin:

Verheerende CO₂-Bilanz von internationalen Messen

- Studie der Hochschule Macromedia Köln im Auftrag von Visible sieht in internationalen Messen riesige CO₂-Schleudern
- CO₂-Fußabdruck der IFA größer als der von Frankfurt
- Digitalisierung als Ausweg: Hybride Modelle belasten das Klima weniger

Hamburg, 30. August 2022 – Die lebendige öffentliche Diskussion über nachhaltiges Wirtschaften und CO₂-Reduktion in Deutschland hat einen blinden Fleck: Nirgends wird bisher der immense CO₂-Verbrauch von Messerveranstaltungen thematisiert. Der Hamburger B2B-Plattformbetreiber Visible und die Hochschule Macromedia Köln haben sich die Thematik im Rahmen der Studie „Messewirtschaft - Epochenwechsel oder ‚back to normal‘?“ jetzt einmal genauer angeschaut.

Das Ergebnis ist eindeutig: Die CO₂-Bilanz von internationalen Messen ist durch die immense Flugreisetätigkeit katastrophal – und niemand nimmt Anstoß daran. Es gibt noch nicht einmal gesetzliche Regelungen zur Offenlegung des CO₂-Verbrauchs. Visible CEO Peter F. Schmid sagt als Mitinitiator der Studie dazu: „Das Veranstellen von Messen und der damit verbundene Reiseverkehr der internationalen Besucher verursachen riesige Mengen CO₂. Aber niemand packt das Thema an. Das können wir uns nicht leisten, wenn wir es mit dem Klimaschutz ernst meinen.“

Vor allem der Flugverkehr der Messebesucher belastet die Bilanz

Auch Prof. Dr. Mareike Müller von der Hochschule Macromedia Köln übt als wissenschaftliche Autorin der Studie Kritik am Ist-Zustand: „Wer verantwortet eigentlich bei der CO₂-Bilanz die ressourcenintensiven Reiseaktivitäten der Aussteller und Besucher? Diese Frage ist der wichtigste Aspekt für die CO₂-Reduzierung, aber hier fehlt es vollständig an Transparenz!“ Eine Zahl aus der Studie verdeutlicht das Ausmaß: Der Mobile World Congress in Barcelona bilanziert seit 2011 seine CO₂-Emissionen. Bis zu 90% der CO₂-Emissionen der Veranstaltung entfallen demnach auf die An- und Abreise sowie die Übernachtung der internationalen Teilnehmer. Mobilität ist also der entscheidende Faktor in der äußerst schlechten CO₂-Bilanz von Messerveranstaltungen. Vergleichbare offizielle Zahlen von Messerveranstaltern aus Deutschland? Fehlanzeige.

Der Blick auf eine konkrete Messerveranstaltung in Deutschland macht die Problematik greifbar. Vom 2.-6. September findet in Berlin die Internationale Funkausstellung (IFA) statt, eine international renommierte Leitmesse. Die Macromedia hat beispielhaft den CO₂-Verbrauch der Veranstaltung berechnet. Das Ergebnis auf Basis der letzten Besucherzahlen vor der Pandemie (2019): Allein die Flüge der 82.739 internationalen Besucher verursachten 110.000 Tonnen an CO₂-Belastung. In fünf Tagen Messe. Zum Vergleich: So viel CO₂ verbrauchen 886.012 Deutsche im gleichen Zeitraum, wenn eine jährliche Pro-Kopf-Emission von 9,7 Tonnen CO₂ zugrunde gelegt wird (Stand 2019). Köln hat 1.083.498 Einwohner, Frankfurt am Main 759.224 Einwohner. Rechnete man das CO₂ der IFA zu Lasten Berlins, so stiege Berlins Fußabdruck während der IFA-Zeit um 24%.

Müller fasst zusammen: „Der CO₂-Abdruck der IFA ist enorm. Es ist, als würde Berlin für die Dauer der Messe um die Größe Frankfurts anwachsen. So rechnet man offiziell nicht, aber es verdeutlicht das Problem.“ Noch drastischer werden die Dimensionen bei einem Blick auf das gesamte Messewesen in Deutschland. 2019 kamen ungefähr 3,2 Millionen ausländische Messebesucher nach Deutschland. Die Studie errechnet dafür einen CO₂-Fußabdruck von ca. 3 Millionen Tonnen CO₂. Das ist fast doppelt so viel wie der komplette DB-Konzern im Schienen-, Straßen-, Luft- und Schiffsverkehr ausstößt. Schmid verdeutlicht, was das in typischen Messezeiträumen bedeutet: „Wir gehen davon aus, dass der durchschnittliche ausländische Messebesucher mit An- und Abreise fünf Tage in Deutschland ist. In diesen fünf Tagen verbrauchen die vergleichsweise wenigen internationalen Messebesucher allein über ihre Reisetätigkeit so viel CO₂ wie 22,6 Millionen Deutsche in der gleichen Zeit. Das sind alle neuen Bundesländer inklusive Berlin. Und dann noch Hessen obendrauf.“

Die Messewirtschaft muss ihr Geschäftsmodell überdenken

Müller nimmt Politik und Messewirtschaft in die Pflicht: „Den CO₂-Verbrauch von Messen schaut sich bislang niemand in der Politik ernsthaft an. Das muss sich ändern. Für ganzheitlich nachhaltig ausgerichtete Veranstaltungskonzepte müssen Rahmenbedingungen geschaffen werden. Es reicht eben nicht, Solarpanels auf den Dächern der großen Messehallen in Deutschland zu installieren und zu denken, damit sei alles gut. Die Messewirtschaft muss sich insgesamt verändern.“ Die Studie fordert dazu auf, die Zuständigkeit für die CO₂-Bilanzierung von Reiseaktivitäten bei Messen schnell zu klären. Die Veranstalter müssten sich klar zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit bekennen und entsprechend handeln. Dafür bedürfe es entsprechender öffentlicher Aufmerksamkeit für das Thema.

Einen möglichen Weg Richtung Nachhaltigkeit sieht die Studie in virtuellen oder hybriden Messemodellen. Schmid ist allerdings irritiert von der Zurückhaltung der Messeveranstalter, was den Übergang in ein digitales Zeitalter angeht: „Bedenklich finde ich, dass nicht einmal die IFA als Technologiemesse versucht, Treiber des digitalen Wandels ihrer Branche zu sein. Haben denn noch nicht genügend Branchen den digitalen Wandel verschlafen? Gerade Messen sind doch Orte, an denen Informationsvermittlung und Kommunikation im Mittelpunkt stehen - und beides ändert sich gerade massiv durch die Digitalisierung. Wer glaubt denn ernsthaft, dass das zutiefst analoge Messemodell aus dem Mittelalter sich da nicht anpassen müsste? Das ist ja auch eine enorme Chance für die Messebetreiber. Aber wenn sie die nicht bald nutzen, dann sind die Aussichten für die IFA und die deutsche Messewirtschaft düster.“

Das vollständige Whitepaper zur Studie gibt es hier zum Download:

<https://ssrn.com/abstract=4192235>

Für Rückfragen zur Berechnung der Zahlen zur IFA steht die PR-Agentur TDUB Kommunikationsberatung gerne zur Verfügung.

ABC-Straße 21
20354 Hamburg
+49 40 2 54 40-131
carsten.brandt@visible.com

Hongkongstraße 7
20457 Hamburg
+49 40 80 79 212-27
visible@tdub.de

Über Visible

Visible unterstützt den industriellen Mittelstand, Produkte und Dienstleistungen für Einkäufer international zugänglich zu machen. Als speziell auf Geschäftskunden zugeschnittene Verbindung aus eigenen B2B-Plattformen und Online-Marketing-Services wie zum Beispiel Google Ads und Retargeting bietet das Unternehmen ein breit gefächertes digitales Portfolio zur Reichweiten-Steigerung im Internet.

Zu den von der Visible GmbH betriebenen Plattformen gehören wlw („Wer liefert was“), heute die führende B2B-Plattform in der D-A-CH-Region, sowie die europäische B2B-Plattform EUROPAGES, auf denen rund drei Millionen Firmen registriert sind. Zusammen erreichen die Plattformen monatlich über 4 Millionen B2B-Einkäufer, die nach detaillierten Unternehmens- und Produktinformationen suchen.

Mit seinen Online-Marketing-Services bietet Visible Unternehmen zusätzliche Möglichkeiten, ihre Reichweite im Internet zu erhöhen.

Das Unternehmen Visible entstand als Antwort auf die Herausforderungen der Internationalisierung und Digitalisierung im B2B-Bereich und beschäftigt heute an seinen Standorten Hamburg, Berlin, Münster und Paris rund 480 Mitarbeiter. Als gemeinsames Dach für die Marken wlw und EUROPAGES baut Visible seine B2B-Plattformen und Online-Marketing-Services kontinuierlich aus.

Weitere Artikel, Informationen, Pressemitteilungen und Downloads finden Sie unter https://www.visible.com/de_de/ueber-uns/presse