

Nachhaltigkeitsmessen mit Österreich-Bezug – ein Überblick

Stand: November 2020



Mag. Wolfgang Pfoser-Almer, MA

Veronika Rathmair

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Begriffsdefinitionen	5
Nachhaltigkeitsmesse	5
Österreich-Bezug	5
Nachhaltigkeitsmessen	6
Bio erleben	6
Biofach	8
Biolife Bozen	10
bio Österreich	12
Ethical Style	14
Fairgoods	16
Fair handeln	18
Fair Friends	20
Faire Welten	22
futuRTex	24
Go Green	26
Green World Tour	28
Greenstyle	30
Grünes Geld	32
Heldenmarkt	34
INNATEX	36
Neonyt	38
New Heritage	40
Ökofair	42
ORFA	44
PLANET first	46
WeFair	47
Interviews mit ausgewählten MessebetreiberInnen	49
bio Österreich	49
GreenStyle	51
WeFair	53
Danksagungen	55
Impressum	55

Vorwort

Nachhaltigkeit und Klimaschutz sind in den letzten Jahren - endlich - wichtige, annähernd mehrheitsfähige Themen geworden. Nachdem über viele Jahre kleine Unternehmen als Pioniere im Nachhaltigkeitsbereich gewirkt haben, haben in den letzten Jahren auch verstärkt Großunternehmen das Thema Nachhaltigkeit auf ihrer Agenda.

Eine wichtige Multiplikatorenfunktion im Nachhaltigkeitsbereich kommt Nachhaltigkeitsmessen zu. Hier werden Deals zwischen Produzenten, Großhändlern und Händlern geschlossen, hier wird massiv Vernetzung betrieben, und natürlich wird hier auch viel Umsatz erzielt.

An Nachhaltigkeit interessierte Menschen können sich hier nicht nur mit nachhaltigen Produkten eindecken, sie erhalten hier auch Inspiration, immer mehr ihrer persönlichen Konsumbereiche nachhaltig zu gestalten. So entstehen langfristige Kundenbindungen, die über die einzelnen Messen weit hinausgehen und über Ladengeschäfte oder Online-Shopping das ganze Jahr über für Umsätze sorgen.

Der zunehmende Hype um Nachhaltigkeit und Klimaschutz hat in den letzten Jahren auch eine Vielzahl an Nachhaltigkeitsmessen entstehen lassen. Von NGO-basierten, gemeinnützigen B2C-Messen über kleinere kommerzielle Betreiber bis hin zu großen, international ausgerichteten Veranstaltungen gibt es zahllose Messen, die sich mit sehr unterschiedlichen Hintergründen, Ansätzen, Qualitätsansprüchen und Zielen im Nachhaltigkeitsbereich positionieren.

Es scheint daher an der Zeit, einen Überblick über diese fast schon unüberschaubare Vielfalt an Nachhaltigkeitsmessen zu erstellen. Als Benchmark-Tool für Messebetreiber, vor allem aber als Kompendium für all die nachhaltigen Wirtschaftsbetriebe, die auf Messen als Umsatzbringer zählen.

In Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie stellen wir nun eine erste Version eines solchen Überblicks für Nachhaltigkeitsmessen mit Österreich-Bezug vor.

Die Recherche für diesen Überblick erfolgte fast ausschließlich online auf Basis der auf den Messe-Websites und diversen Presseartikeln verfügbaren Informationen.

Erschwert wurde die Recherche durch die Corona-Pandemie und die damit notwendigen Messe-Absagen. Viele Messe-Websites wurden daher auf wenige Basis-Informationen reduziert, eine Vielzahl an für diese Publikation relevanten Informationen waren daher nicht verfügbar. Manche für 2020 erstmals geplante Messen konnten gar nicht stattfinden, sodass bei diesen Messen wichtige Daten (etwa Besucherzahlen) schlicht noch nicht existieren.

Wir sehen diese Publikation aber als Work-In-Progress und hoffen, im Laufe der Jahre ein vollständigeres Bild aller Nachhaltigkeitsmessen mit Österreich-Bezug erarbeiten zu können.

Bei einzelnen Messen finden Sie weiterführende schriftliche Interviews mit dem Leitungsteam ausgewählter Messen. Auch hier hoffen wir, im Laufe der Zeit immer mehr Interviews hinzuzufügen zu können, um den Informationsgehalt des Dokuments Schritt für Schritt zu erhöhen.

Abschließend soll noch auf den Umstand eingegangen werden, dass wir als Verfasser dieser Publikation auch Veranstalter der Messe *WeFair* – bisher bekannt unter dem Namen *WearFair +mehr* – sind.

Als gemeinnütziger Verein mit dem Ziel, nachhaltigen Konsum zum neuen Mainstream zu machen, sehen wir uns kaum in Konkurrenz mit anderen Nachhaltigkeitsmessen; sondern sind selbstverständlich froh um jede Messe, die die gleichen Ziele verfolgt. Wir haben uns daher bemüht, alle aufgeführten Messen möglichst objektiv zu analysieren.

Sollten uns trotz sorgfältiger Recherche inhaltliche Fehler passiert, einzelne Information oder gar ganze Messen entgangen sein, freuen wir uns über Anregungen per Mail an info@wefair.at – wir arbeiten diese Anmerkungen dann gerne in das Paper ein.

Begriffsdefinitionen

Nachhaltigkeitsmesse

Wir haben den Begriff der Nachhaltigkeitsmesse bewusst sehr breit definiert: Jede Messe, die von sich behauptet eine Nachhaltigkeitsmesse zu sein, wurde von uns analysiert.

Österreich-Bezug

Als Messe mit Österreich-Bezug gelten alle Messen, die für Ausstellende aus Österreich gut erreichbar und gut bespielbar sind. Neben inländischen Messen wurde daher der Fokus vor allem auf Messen im benachbarten deutschen Sprachraum gelegt.

Nachhaltigkeitsmessen

Bio erleben



Ort und Termin: Nürnberg - Juli

Kommunikationsauftritt:

Website: <https://www.die-biometropole.de/veranstaltungen/bio-erleben>

Facebook: <https://www.facebook.com/Bioerlebenuernberg/>

Erstmals durchgeführt: 2006

Konzept: B2C Markt, drei Messtage (Fr-So)

Die BioErleben ist ein Outdoor-Bio-Markt im Herzen Nürnbergs mit Erlebnischarakter.

Angebote und Branchen: Bio-Lebensmittel, Bio-Gastronomie, Bio-Bekleidung, Bio-Kosmetik, Bio-Landwirtschaft, Naturtextilien, Lebensart, Wellness

Zahl der Ausstellenden: 100 Ausstellende

Publikum: 35.000 Besuchende

Standpreise (pro m²): Keine Informationen verfügbar

Eintrittspreise (Tagesticket): Freier Eintritt

Rahmenprogramm: Kochshows, Verkostungen, Konzerte, Kabarets, Vorträge, Kinderprogramm, Modenschauen

Kriterien: Ausschließlich zertifizierte Ausstellende (sofern zertifizierbar)

Gütesiegel: EU-Bio

Erfolgsfaktoren:

Präsenz im Stadtzentrum

Sympathischer Marktcharakter

Erlebnisaspekt

Gelungene Mischung von Konsum und Kultur

SponsorInnen und PartnerInnen:

Partner: Noris Inklusion, Grünclusiv, NürnbergMesse (Veranstalter der BIOFACH)

Messebetreibende:

Stadt Nürnberg, Referat für Umwelt und Gesundheit

Hauptmarkt 18, 90403 Nürnberg

+49 911 / 231 - 41 89

Biofach

BIOFACH2021

into organic

Ort und Termin: Nürnberg - Februar

Kommunikationsauftritt:

Website: www.biofach.de
Facebook: <https://www.facebook.com/biofach.fairtrade>
Instagram: <https://www.instagram.com/biofachvivaness/>
Youtube: <https://www.youtube.com/biofach>
Twitter: <https://twitter.com/BioFachVivaness>

Erstmals durchgeführt: 1990

Konzept: B2B, vier Messtage (Mi-Sa)

Die Biofach ist eine der führenden globalen Fachmessen für Bio-Lebensmittel mit zunehmend internationaler Ausstellenden- und Besuchendenpräsenz.

Angebote und Branchen: Bio-Lebensmittel, Bio-Produkte (z.B. Waschmittel, Kosmetik, Saatgut, Tiernahrung, Textilien); Technik und Ausstattung (z.B. Verpackung)

Zahl der Ausstellenden: 3.700 Ausstellende auf 57.000 m² (gemeinsam mit VIVANESS)

Publikum: Ca 50.000 Besuchende aus 136 Ländern (gemeinsam mit VIVANESS)

Standpreise (pro m²): 182-233 €

Eintrittspreise (Tagesticket): 24-46 €

Rahmenprogramm: Vorträge, Diskussionen, Prämierung der Best New Product Awards, Verleihung des Großen Internationalen Bioweinpreis MUNDUS VINI BIOFACH sowie dem Olive Oil Award

Kriterien: Ausschließlich zertifizierte Ausstellende (sofern zertifizierbar)
Gütesiegel: EU-Bio, IFOAM

Erfolgsfaktoren:

Teil der VIVANESS – Internationale Fachmesse für Naturkosmetik
Sonderfläche Generation Zukunft mit Biojob-Börse
Internationale Expertise (ca 75 % der Ausstellende kommen aus dem Ausland, ca 47% der Besuchende sind international)
Vernetzung und Schließen neuer Geschäftsverbindungen (89% der Ausstellende erreichen neue Geschäftsverbindungen)

SponsorInnen und PartnerInnen:

MedienpartnerInnen:

BioHandel, BIOwelt, Chefs best, cosmia, eve, Fleisch-Marketing, FLÜSSIGES OBST, fng MAGAZIN, GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL, KÄSE-THEKE, LP, Lebensmittel Zeitung, MARKANT Magazin, medianet, Milch-Marketing, molkerei-industrie, natürlich GUT FÜR MICH, PRODUKT, REGAL, RUNDSCHAU, Schrot&Korn, taz, tk-report, Annuaire Vert, Bio Linéaires, Bio-Tv, Le Monde du Bio Gourmet, Bioagricert, BtoB, Erbhoristeria Domani, MADE IN ITALY, ARAL, Bio Eco Actual, Ferrari Stella Comunicação Integrada

Messebetreibende:

NürnbergMesse GmbH

Messezentrum, 90471 Nürnberg

+49 911 86 06 0

Biolife Bozen



Ort und Termin: Bozen - November

Erstmals durchgeführt: 2004

Kommunikationsauftritt:

Website: <https://www.fierabolzano.it/de/biolife/home>

Konzept: B2C, vier Messtage (Do-So)

Die Biolife in Bozen zeigt eine große Auswahl an zertifizierten Bio-Produkten, welche die Messe zu einem wichtigen Treffpunkt der Biolandschaft macht.

Angebote und Branchen: Biologische, regionale und vegane Lebensmittel und Gastronomie, Faire Bekleidung, Naturkosmetik, nachhaltige Landwirtschaft, nachhaltiger Tourismus, Upcyclingprodukte, Information und Beratung

Zahl der Ausstellenden: 184 Ausstellende auf 2000 m²

Publikum: 40.000 Besuchende

Standpreise (pro m²): 32-68 €

Eintrittspreise (Tagesticket): 6 €

Rahmenprogramm: Vorträge, Diskussionen

Kriterien: Ausschließlich zertifizierte Ausstellende (sofern zertifizierbar), Überprüfung durch ExpertInnen, Kontrolle und Dokumentation der Produkte während der Messe durch Zertifizierungsinstitut ABCert
Gütesiegel: EU-Bio, COSMOS Richtlinien, Fair Trade, Better Cotton

Erfolgsfaktoren:

Kooperation mit der Herbstmesse und mit der Greenstyle
Transparente Teilnahmekriterien, strenger Püfungprozess
Unterstützung für kleine und mittelgroße Biobetriebe
Ticket gilt als Gratisfahrchein für Bus und Bahn in ganz Südtirol
Nennung von „Fünf guten Gründen um teilzunehmen“

SponsorInnen und PartnerInnen:

Bioland Südtirol, Spezialbierbrauerei Forst, Sparkasse, alperia, brennercom

Messebetreibende:

Messe Bozen AG

Messeplatz 1, I-39100 Bozen, Südtirol

+39 0471 516000

info@messebozen.it

bio Österreich



Ort und Termin: Wieselburg - November

Kommunikationsauftritt:

Website: www.messewieselburg.at/messen/bio-oesterreich

Facebook: <https://www.facebook.com/messewieselburg/>

Youtube: https://www.youtube.com/channel/UckTgti4XfZyv6De_M6ER47Q

Instagram: <https://www.instagram.com/messewieselburg/?hl=de>

Erstmals durchgeführt: 2015

Konzept: B2C Messe, zwei Messetage (Sa-So)

Die bio Österreich ist eine Nachhaltigkeitsmesse, welche sich auf biologische Produkte vielfältigster Art spezialisiert hat.

Angebote und Branchen: Biologische Lebensmittel und Gastronomie, faire und biologische Bekleidung, Naturkosmetik, biologische Landwirtschaft, nachhaltiger Urlaub, Information & Beratung

Zahl der Ausstellenden: 180 Ausstellende auf 10.000 m²

Publikum: 6.500 Besuchende

Standpreise (pro m²): 62-73 €

Eintrittspreise (Tagesticket): 7-12 €

Rahmenprogramm: Lehrpfad, Beratung, Diverse Foren, Diskussionen, Vorträge, Diskussionen, Prämierung des „Bio-Produkt des Jahres“

Kriterien: Ausschließlich zertifizierte Ausstellende (sofern zertifizierbar)

Gütesiegel: EU-Bio, Österreichische Richtlinie Biologische Produktion - Abschnitt Biokosmetik, Österreichischer Lebensmittelcodex - Abschnitt Naturkosmetik, COSMOS Richtlinien, Natrue, Demeter, EcoCert, NC, USDA

Erfolgsfaktoren:

Riesige Bandbreite an Bio-Produkten
Kommunikationsplattform für die gesamte Bio-Szene (KonsumentInnen, ProduzentInnen,
Gastronomie, Lebensmittelhandel etc.)
Vielfältiges Informationsangebot

SponsorInnen und PartnerInnen:

Kooperationspartner: Bio Austria, eNu – Wir leben nachhaltig!, biologisch.at, FH Campus Wieselburg,
BIORAMA

Messebetreibende:

MESSE WIESELBURG GmbH
Adresse Volksfestplatz 3, 3250 Wieselburg
+43 (7416) 502-0
info@messewieselburg.at

ambiente

Ort und Termin: Frankfurt - Februar

Kommunikationsauftritt:

Website: <https://ambiente.messefrankfurt.com/frankfurt/de/profil/ethical-style.html>

Facebook: <https://www.facebook.com/ambientefair>

Instagram: <https://www.instagram.com/ambientefair/>

Youtube: <https://www.youtube.com/user/ambiente>

Twitter: <https://twitter.com/ambiente>

Erstmals durchgeführt: 2016 (Ambiente initiiert erstmals den Bereich „Ethical Style“)

Konzept: B2B, vier Messetage (Sa-Di)

Die breit aufgestellte Ethical Style als Teil der Ambiente präsentiert ökologische Innovationen und nachhaltig produzierte Konsumgüter.

Angebote und Branchen: Faire Bekleidung, nachhaltiges Wohnen und Design, Kunsthandwerk

Zahl der Ausstellenden: 317 Ausstellende

Publikum: 136.000 Fachbesuchende

Standpreise (pro m²): 267-341 €

Eintrittspreise (Tagesticket): Keine Informationen verfügbar

Rahmenprogramm: Präsentationen, Preisverleihungen, Vorträge

Kriterien: ExpertInnenjury

Erfolgsfaktoren:

Teil der Ambiente (4.460 Ausstellende aus 92 Nationen)

Internationales Messepublikum aus 167 Ländern

85% der Ausstellenden der Ambiente aus dem Ausland

hochkarätige Plattform für Networking

Detaillierte Aufschlüsselung der Zielgruppe

Über 60% der Besuchende tragen Entscheidungsprozesse in ihren Betrieben mit

Ausstellende-Catering samt Getränken, warmen und kalten Speisen durch Standbelieferungsservice

Messekatalog und Ethical Style Guide

App Ambiente Navigator inklusive Wegweiser, Ausstellende- und Produktsuche

SponsorInnen und PartnerInnen: Keine Informationen verfügbar

Messebetreibende:

Messe Frankfurt Exhibition GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1, D-60327 Frankfurt am Main
+49 69 75 75-0
info@messefrankfurt.com



Ort und Termin: Leipzig, Münster, Frankfurt am Main, Köln, Hannover, Hamburg, Stuttgart, Berlin, Freiburg, Nürnberg (Termine siehe Website)

Kommunikationsauftritt:

Website: <https://veggienale.de/>
Facebook: <https://www.facebook.com/veggienale.fairgoods/>
Instagram: https://twitter.com/fair_goods
Youtube: <https://www.instagram.com/veggienale.fairgoods/>
Xing: <https://www.xing.com/companies/ecoventagmbh-agenturf%C3%BCr%C3%B6kologischeveranstaltungen>

Erstmals durchgeführt: 2015

Konzept: B2B, zwei Messtage

Die Fairgoods tourt gemeinsam mit der Veggienale, der Messe für pflanzlichen Lebensstil und ökologische Nachhaltigkeit, durch ganz Deutschland und vertritt dabei die öko-faire Produktbranche.

Angebote und Branchen: Biologische, vegane und regional produzierte Lebensmittel, faire Bio-Mode und Textilien, Naturkosmetik, ethische Geldanlagen, nachhaltiges Wohnen, grüne Mobilität und Tourismus

Zahl der Ausstellenden: Ca. 70 AusstellerInnen (abhängig vom Standort)

Publikum: Ca. 4000 Besuchende (abhängig vom Standort)

Standpreise (pro m²): 114-125€

Eintrittspreise (Tagesticket): 5-8 €

Rahmenprogramm: Vorträge, Diskussionsrunden, Vegane Kochshows, interaktive Fachvorträge, Workshops, Kinderprogramm (Theateraufführungen, Bastelworkshops etc.)

Kriterien: Keine Informationen verfügbar

Erfolgsfaktoren:

Information und Beratung
Plattform für Innovation
Vergünstigte Start-Up Messepreise für Ausstellende
Spannende Blogbeiträge
Ausgleich der verursachten CO₂-Emissionen

SponsorInnen und PartnerInnen:

Kooperationspartner: Grüne Helden, Greenpeace energy, rheinsberger Preussen Quelle, die Umwelt Druckereri, Good Impact, greenjobs.de, ecocrowd

Medienpartner: green lifestyle, greenup, natur, VeggieHotels, Vegan Welcome, greenya, Bioboom, für mich vegan, Schrot & Korn, enorm

Messebetreibende: Keine Informationen verfügbar

Fair handeln



Ort und Termin: Stuttgart - April

Kommunikationsauftritt:

Website: <https://www.messe-stuttgart.de/fairhandeln/>

Facebook: <https://www.facebook.com/Internationale.Messe.FAIR.HANDELN>

Erstmals durchgeführt: 2009

Konzept: B2C, Vier Messetage (Do-So)

Die Fair Handeln ist eine internationale geachtete Messe für Fair Trade und global verantwortungsvolles Handeln.

Angebote und Branchen: Fair gehandelte Lebensmittel und Kunsthandwerke, Entwicklungszusammenarbeit, nachhaltiger Tourismus, nachhaltiges Finanzwesen, verantwortliche Unternehmensführung, faire Mode

Zahl der Ausstellenden: 185 Ausstellende auf 5.300 m²

Publikum: 19.000 Besuchende

Standpreise (pro m²): 92-118€

Eintrittspreise (Tagesticket): 11-13 €

Rahmenprogramm: Vorträge, Diskussionen, Fair Handeln Hackathon

Kriterien: Ausschließlich zertifizierte Ausstellende (sofern zertifizierbar)
Gütesiegel: FLO, IFAT, NEWS!, EFTA, TransFair, WFTO, GOTS, FWF

Erfolgsfaktoren:

Nachhaltiger Marktplatz für Fach- und Einzelhandel
Entwicklungspolitische Bildung
Detaillierte Aufschlüsselung der Besuchenden
Schwerpunkt Corporate Social Responsibility (CSR)
Themenschwerpunkt Zero Waste
Altkleider-Spenden-Aktion
Handy Sammelaktion

SponsorInnen und PartnerInnen:

Fachliche und ideelle Trägerin: sez – Stiftung Entwicklungszusammenarbeit Baden-Württemberg

SponsorInnen: missio, Volksbanken Raiffeisenbanken, Baden-Württemberg Stiftung, Baden-Württemberg Staatministerium, Finanzgruppe deutscher Sparkassen- und Giroverband, L-Bank, Baden-Württemberg Ministerium für ländlichen Raum und Verbraucherschutz, Nachhaltig handeln Baden-Württemberg, deutsches csr-forum, fairtrade-Stadt Stuttgart

Medienpartner: forum Nachhaltig Wirtschaften, natur, oekom verlag, trottwar, utopia, Verträglich Reisen, green Lifestyle Magazin, Lebensart, Öko Invest, UmweltDialog, greenup, UVK, Welt Sichten, die neue 107.7, die neue welle, donau 3 fm, Radio Ton, antenne 1, Radio 7

Messebetreibende:

Landesmesse Stuttgart GmbH
Messeplazza 1, 70629 Stuttgart
+49 711 18560-0
info@messe-stuttgart.de

FAIR FRIENDS

Deutschlands größte Nachhaltigkeitsmesse

Ort und Termin: Dortmund - September

Kommunikationsauftritt:

Website: <https://www.fair-friends.de/start/>

Facebook: <https://www.facebook.com/fair.dortmund>

Instagram: <https://www.instagram.com/fairfriends/>

Twitter: https://twitter.com/FAIR_Dortmund

Xing: <https://www.xing.com/communities/groups/fair-trade-und-friends-messe-rund-um-den-fairen-handel-1063344>

Erstmals durchgeführt: 2009

Konzept: B2Bb und B2C, vier Tage (Do-So)

Die FAIR FRIENDS überzeugt mit ihrem vielseitigen Format, welches Fachbesuchende und Endverbraucher an eigens gewidmeten Tagen mit speziell zugeschnittenem Programm anspricht. Diese Angebote decken erfolgreich die Gesamtbreite des Themenfeldes Nachhaltigkeit ab.

Angebote und Branchen: Fair produzierte Textilien und Mode, grüne Energie, Gesundheit, regionale und biologische Ernährung, umweltschonender Tourismus und Mobilität, nachhaltiges Wohnen, grüne Finanzen

Zahl der Ausstellenden: 230 Ausstellende aus 11 Ländern

Publikum: 8000 Besuchende an drei Publikumstagen, 550 ExpertInnen bei Fachtag

Standpreise (pro m²): 82-147 €

Eintrittspreise (Tagesticket): 7,5-11 €

Rahmenprogramm: Vorträge, Podiumsdiskussionen, Workshops

Kriterien: Ausschließlich zertifizierte Ausstellende (sofern zertifizierbar)

Gütesiegel: WFTO Mitgliedschaft, Naturland Fair, Fair for Life, SPP, GOTS, IVN Best, Fairtrade Textilstandard, GoodWeave, FSC, Xertifix, WiN-WiN Fair Stone

Erfolgsfaktoren:

Messe für FachBesuchende und EndverbraucherInnen

Qualitative Vernetzungsmöglichkeiten

Plattformen zur Kampagnen-, Projekt- und Produktvorstellung

Vielfältige Informationsangebote

Fachtag für „Marktplatz Nachhaltige Investments“ für Fachpublikum aus Finanzberatern, Stiftern und institutionellen Investoren

Fachtag „Nachhaltige Beschaffung“

Vergünstigte Messepreise für faire Labels, NGOs, Institutionelle Aussteller

Ausgesprochen breites Spektrum an Workshops und Vorträgen

Bezugnahme auf die SDGs (Sustainable Development Goals) bei der Ausstellendenanwerbung

Nutzung als „außerschulischen Lernort“ am Schultag

Auflistung von „10 gute Gründe zur Teilnahme“ auf der Website

Unterstützung von Klimaschutzprojekten der Klima-Kollekte zum CO₂-Ausgleich

SponsorInnen und PartnerInnen:

SponsorInnen: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit, Slow Food

Dortmund, Forum Fairer Handel, ecosign, impact factory, Anthopia GmbH, Stadt Dortmund

Wirtschaftsförderung, greenhouse.ruhr - Wirtschaftsförderung Ruhr, RCE-Ruhr United Nations

University, Handelsverband NRW Westfalen-Münsterland, sevengardens, Stadt Dortmund, CSR

Netzwerk

Medienpartner: BIORAMA, VISIONEN Magazin, greenup, blabla cafe, IBN Institut für Baubiologie +

Nachhaltigkeit, natur, welt-sichten, greenya, forum Nachhaltig Wirtschaften, green Lifestyle, enorm

Magazin

Messebetreibende:

Westfalenhallen Unternehmensgruppe GmbH

Strobelallee 45, 44139 Dortmund

+49 231 / 12 04-0

medien@westfalahallen.de



Ort und Termin: Mainz - März

Kommunikationsauftritt:

Website: <https://www.fairewelten-messe.de/fuer-aussteller/>

Facebook: <https://www.facebook.com/fairewelten/>

Erstmals durchgeführt: 2015

Konzept: B2C, drei Messtage (Sa-Mo)

Inmitten der Rheinland-Pfalz Ausstellung bietet die Faire Welten ein vielfältiges Angebot rund um die Themen Fairer Handel und nachhaltiger Konsum.

Angebote und Branchen: Faire Bekleidung, regionale und biologische Lebensmittel, Information und Beratung

Zahl der Ausstellenden: 50 Ausstellende

Publikum: 26.500 Besuchende (auf der gesamten Rheinland-Pfalz Ausstellung)

Standpreise (pro m²): Keine Informationen verfügbar

Eintrittspreise (Tagesticket): 6-10 €

Rahmenprogramm: Kochshows, Modenschauen, Workshops für Schulklassen

Kriterien: Keine Informationen verfügbar

Erfolgsfaktoren:

Teil der Rheinland-Pfalz Ausstellung (750 Ausstellende)

KombiTicket für öffentliche Verkehrsmittel an (Bus und Bahn)

Viele Mitmachaktionen und Workshopangebote für Kinder

SponsorInnen und PartnerInnen:

Engagement Global gGmbH, Entwicklungspolitisches Landesnetzwerk Rheinland-Pfalz - ELAN e.V., Landeshauptstadt Mainz - Mainz denkt global, Landeszentrale für politische Bildung Rheinland-Pfalz, Ministerium des Innern und für Sport Rheinland-Pfalz, Ministerium für Bildung Rheinland-Pfalz / Pädagogisches Landesinstitut, Ministerium für Familie, Frauen, Jugend, Integration und

Verbraucherschutz Rheinland-Pfalz, Ministerium für Umwelt, Energie, Ernährung und Forsten
Rheinland-Pfalz, Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz,
RENN.west, Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz e.V., Weltladen Dachverband e.V., Weltladen
Unterwegs Mainz

Messebetreibende:

RAM Regio Ausstellungs GmbH
Hauptstraße 17-19, Gebäude 6320, 55120 Mainz
+49 6131 - 965040
infomainz@ram-gmbh.de



futuRTex

Ort und Termin: Reutlingen (Baden-Württemberg) - Mai

Kommunikationsauftritt:

Website: <http://www.futurtext.de/>

Facebook: <https://www.facebook.com/futurtext/>

Instagram: https://www.instagram.com/futurtext_messe/

Erstmals durchgeführt: Geplant für 2021

Konzept: B2C

Die futuRTex möchte aufzeigen, dass Nachhaltigkeit ein großes Thema in der deutschen Textilindustrie ist. Aufgrund der Pandemie hat die Futurtext noch nie stattgefunden.

Angebote und Branchen: Faire Bekleidung, innovative Textilien

Zahl der Ausstellenden: Keine Informationen verfügbar

Publikum: Keine Informationen verfügbar

Standpreise (pro m²): Keine Informationen verfügbar

Eintrittspreise (Tagesticket): Keine Informationen verfügbar

Rahmenprogramm: Vorträge, Diskussionen, Workshops

Kriterien: Keine Informationen verfügbar

Erfolgsfaktoren: Keine Informationen verfügbar

SponsorInnen und PartnerInnen:

TrägerInnen:

TD – Textil & Design Hochschule Reutlingen, Köpfe für Reutlingen e.V., SOLUTIONCUBE design & event, südwest textil

Messebetreibende:

solutioncube GmbH

Emil-Adolff-Straße 1, 72760 Reutlingen

+49 7121-36407-0

welcome@solutioncube.com

Go Green



Ort und Termin: Klagenfurt - September

Kommunikationsauftritt:

Website: <https://www.kaerntennachhaltig.net/>

Erstmals durchgeführt: 2012

Konzept: B2C, fünf Messetage (Mi-So)

Die Go Green steht ihrer Verantwortung als öko-faire Messe um nichts nach. Neben nachhaltigen Alternativen für einen nachhaltigen Lebensstil hält sie ein reiches Informations- und Bildungsangebot bereit.

Angebote und Branchen: Faire Bekleidung, Naturkosmetik, nachhaltiges Bauen und Wohnen, grüne Energie und Mobilität, regionale und biologische Lebensmittel

Zahl der Ausstellenden: 55 Ausstellende auf 3.000 m²

Publikum: 54.000 Besuchende

Standpreise (pro m²): Keine Informationen verfügbar

Eintrittspreise (Tagesticket): 3-7 €

Rahmenprogramm: Vorträge, Diskussionen, Workshops, Kochshows

Kriterien: Keine Informationen verfügbar

Erfolgsfaktoren:

Breites Mitmach-Angebot (Berechnung des ökologischen Fußabdrucks, Barfußweg, Nachhaltigkeitsquiz etc.)

Abwechslungsreiches Rahmenprogramm

Viele Informationsmöglichkeiten (zB Ausstellung der UNO)

Schätzspiele

Spielerische Bildungschancen, insbesondere Schulworkshops

Schwerpunkt Photovoltaik

Präsentation „Kärntenhaus 4.0“ (Modellhaus für ökologischen Holzbau)

Experiment „100 Stunden Leben ohne Kosum“

SponsorInnen und PartnerInnen:

Energieforum Kärnten, Kronenzeitung, Kärnter Messen Klagenfurt

Messebetreibende:

Verein Energieforum Kärnten

Feldkirchner Straße 102, 9020 Klagenfurt

+43 463/41 82 00-50

office@energieforumkaernten.at

Green World Tour



Ort und Termin: Köln, Hamburg, Münster, Heidelberg, Frankfurt, Düsseldorf, Wien, München, Luxemburg, Kiel, Stuttgart, Berlin (Termine siehe Website)

Kommunikationsauftritt:

Website: <https://autarkia.info/>

Facebook: <https://www.facebook.com/autarkia.green/>

Instagram: <https://www.instagram.com/autarkia.green/>

Youtube: <https://www.youtube.com/channel/UCu6lsK3AdWSEZrfhagcpHXw>

Twitter: <https://twitter.com/autarkiagreen>

Erstmals durchgeführt: 2017

Konzept: B2C, zwei Messtage (Sa-So)

Die Autarkia tourt durch den deutschsprachigen Raum mit dem Ziel, eine auf nachhaltigen Konsum ausgerichtete Lebensweise sowie ein auf Nachhaltigkeit ausgerichtetes unternehmerisches Handeln in die Mitte der Gesellschaft zu bringen.

Angebote und Branchen: Bio-Lebensmittel, faire Bekleidung, Naturkosmetik, grüne Energie und Mobilität, nachhaltige Unternehmensführung, ökologische Baukonzepte, grüne und soziale Geldanlagen, grünes Studium und Jobs

Zahl der Ausstellenden: 100 Ausstellende auf 2.000 m²

Publikum: 4.000 (standortabhängig)

Standpreise (pro m²): 50-150 €

Eintrittspreise (Tagesticket): 4-8 €

Rahmenprogramm: Vorträge, Podiumsdiskussionen

Kriterien: Keine Informationen verfügbar

Erfolgsfaktoren:

Vielzahl an Standorten, bekanntes und beliebtes Messeformat

Familienticket

Klare Positionierung der Messe zu Nachhaltigkeitsthemen auf der Website: Rubriken „Unsere Vision“, „Green Event“, „Nachhaltigkeitsziele“, Inbezugnahme der SDGs

CO₂ Kompensation von nicht vermeidbaren Emissionen

Gut aufbereitete Werbefolder (inkl. „Gründe, warum Sie bei uns ausstellen sollten“)
Rundum-Sorglos-Paket für Ausstellende

SponsorInnen und PartnerInnen:

Ladepartner: NRG kick

Medienpartner: Himbeer Magazin, oekom, electricar, greenup, wiwex, tbd*, natur magazin, jobverde.de, Institut für Baubiologie + Nachhaltigkeit, green lifestyle Magazin, greenjobs.at, greenhome, green car magazine, good jobs, enorm Magazin, der Standard, cradle to cradle e.v. Berlin, Arktik, forum Nachhaltig Wirtschaften

Messebetreibende:

Autarkia GmbH
Fabrikstraße 3, 48599 Gronau
+49 2562 60022-0
info@autarkia.info

GREENSTYLE

home of sustainable fashion

Ort und Termin: München, Bozen (Termine siehe Website)

Erstmals durchgeführt: 2018

Kommunikationsauftritt:

Website: <https://greenstyle-muc.com>

Facebook: <https://www.facebook.com/greenstylemunich/>

Instagram: https://www.instagram.com/greenstyle_muc/

Youtube: https://www.youtube.com/channel/UCj0AJXlnpuXEKf15HOLW_6Q

Konzept: B2C, 3-5 Messetage (Mi-So/Fr-So)

Die Greenstyle kreiert durch die Kombination einer Modemesse und einer Nachhaltigkeitskonferenz ein neues Erfolgsformat mit Festivalcharakter.

Angebote und Branchen: Faire Bekleidung, Naturkosmetik, Upcycling-Produkte

Zahl der Ausstellenden: 50 Ausstellende auf 1700 m²

Publikum: 2300 Besuchende

Standpreise (pro m²): Keine Informationen verfügbar

Eintrittspreise (Tagesticket): 10 € (drei Tage gültig)

Rahmenprogramm: Vorträge, Diskussionen, Workshops, Modenschauen, Performances, Themen-Lounges, Styling-Events, Verleihung des Fashion Awards

Kriterien: Keine Informationen verfügbar

Erfolgsfaktoren:

Website als Werbepattform mit Brandporträts, Interviews, Neuigkeiten aus der Nachhaltigkeitsbranche

Slow Fashion Finder auf der Website

Fair Fashion Conference mit VertreterInnen aus Politik, Wirtschaft, Handel und NGOs

Kooperation mit Deutscher Bahn, Kombiticket auf der Website erhältlich

SponsorInnen und PartnerInnen:

Partner: Referat für Arbeit und Wirtschaft München, Kompetenzteam Kultur- Kreativwirtschaft München, Bayrisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie, bayern design, Akademie Mode & Design, Dallmayr, Neonyt, Design Schau!, oeko-tex, Rendelstein, Suitestuf, VTB, AAGold, Botanikum, future fashion forward, jesango, words in motion, spatz Hutdesign Passau
Medienpartner: Bioty, green Lifestyle Magazin, Fogs Green Style Magazin, Haus von Eden, textile network

Messebetreibende:

GREENSTYLE-MUC

Herzogstr. 25, 80803 München

+49-172-8933577

mirjam.smend@greenstyle-muc.com



Ort und Termin: Stuttgart, Freiburg, Frankfurt (Termine siehe Website)

Kommunikationsauftritt:

Website: <http://www.gruenes-geld.de/>

Facebook: <https://www.facebook.com/messegruenesgeld>

Erstmals durchgeführt: 1999

Konzept: B2C, ein bis zwei Messetage abhängig vom Standort (Fr-Sa/Sa)

Als eine der größten Messen für nachhaltige Kapitalanlagen, bietet Grünes Geld kompetente Beratung zu nachhaltigen, ethischen Geldanlagen und füllt damit eine wichtige Nische in der Nachhaltigkeitsbranche.

Angebote und Branchen: Ethische und nachhaltige Geldanlagen (Aktien, Investmentfonds, Bankbeteiligungen, Windkraft, Solarenergie, Versicherungen, Sparbücher, Institutionen)

Zahl der Ausstellenden: 20 Ausstellende

Publikum: 12.000 Besuchende (als Teil der Stuttgart Invest 2019)

Standpreise (pro m²): 358-441 €

Eintrittspreise (Tagesticket): 25 €

Rahmenprogramm: Vorträge, Podiumsdiskussionen, Kinderprogramm

Kriterien: Keine Informationen verfügbar

Erfolgsfaktoren:

Stuttgart: Kooperation mit der Invest

Freiburg: Einzelveranstaltung

Alleinstellungsmerkmal als Messe für grünes Investment

Knotenpunkt für Kompetenz und Fachexpertise

Breites Informationsangebot

Vielseitiges Publikum (Privatanlegende, professionelle Wertpapierhandelnde, Vermögensberatende, Bankberatende, Studierendende, Auszubildende)

SponsorInnen und PartnerInnen:

Medienpartner: ECOreporter.de, greenup, LifeVERDE.DE

Messebetreibende:

ECOeventmanagement

Birkenweg 7, 53604 Bad Honnef

+49175 / 165 97 35

info@ecoeventmanagement.de



HELDENMARKT

Ort und Termin: Stuttgart, Berlin, Hamburg, Nürnberg, München (Termine siehe Website)

Kommunikationsauftritt:

Website: <https://www.heldenmarkt.de/>

Facebook: <https://www.facebook.com/Heldenmarkt>

Erstmals durchgeführt: 2010

Konzept: B2C, zwei Messtage (Sa-So)

Durch ein vielfältiges Angebot versucht der Heldenmarkt seine ambitionierte Zielsetzung zu realisieren: die Durchsetzung von Nachhaltigkeit in jedem Lebensbereich.

Angebote und Branchen: Bio-Lebensmittel, faire Bekleidung, Naturkosmetik, grüne Mobilität, ökologisches Wohnen, grüne und soziale Geldanlagen

Zahl der Ausstellenden: Rund 80-200 Ausstellende (standortabhängig)

Publikum: 4.500-10.000 Besuchende (standortabhängig)

Standpreise (pro m²): 129 €

Eintrittspreise (Tagesticket): 8-10 €

Rahmenprogramm: Vorträge, Workshops, Kochshows, Repair-Café

Kriterien: Keine Informationen verfügbar

Erfolgsfaktoren:

Plattform für erfahrene Pioniere und Newcomer in der Nachhaltigkeitsbranche
Start-Up Contest, Vergünstigungen für GründerInnen
Tombola

SponsorInnen und PartnerInnen: Keine Informationen verfügbar

Messebetreibende:

HELDENMARKT – Die Messe für alle, die was besser machen wollen.
Lovis Willenberg

Winsstraße 15
10405 Berlin



Ort und Termin: Hofheim-Wallau (Messecenter Rhein-Main) – Jänner, Juli

Kommunikationsauftritt:

Website: <https://innatex.muveo.de/>
Facebook: <https://www.facebook.com/innatex>
YouTube: <https://www.youtube.com/user/INNATEX>
Instagram: <https://www.instagram.com/innatex/>

Erstmals durchgeführt: 1997

Konzept: B2B, drei Messetage (Sa-Mo)

Die INNATEX (Internationale Fachmesse für nachhaltige Textilien) ist eine international kreislauforientierte Messe für nachhaltige Textilien und eine professionelle Kommunikationsplattform für die gesamte Green Fashion Branche.

Angebote und Branchen: Nachhaltige Textilien, faire Mode, Naturkosmetik

Zahl der Ausstellenden: 300 Ausstellende aus rund 20 Ländern

Publikum: 2.000 Besuchende

Standpreise (pro m²): 78-94 €

Eintrittspreise (Tagesticket): Freier Eintritt

Rahmenprogramm: Modenschau

Kriterien: Ausschließlich zertifizierte Ausstellende (sofern zertifizierbar)

Gütesiegel: IVN (Internationaler Verband der Naturtextilwirtschaft e.V.), IVN Leder, Demeter, Naturland, GOTS, IVN Best, UV-Standard 801, Fairtrade

Erfolgsfaktoren:

Messefolder bietet äußerst transparente Auflistung aller Kriterien und welche davon von Ausstellenden erfüllt

Information zu Gütesiegeln und Zertifizierungen auf der Messe

Pionierarbeit auf dem Gebiet des nachhaltigen und fairen Textil- und Stoffangebot

Kategorie „DesignDiscoveries“ erhält moderate Standpreise, besondere Standgestaltung und gezielte Öffentlichkeitsarbeit

Viele Angebote für Ausstellende (zB. Kooperationen mit Partnerhotels und Deutscher Bahn, Möglichkeiten zur Vernetzung, kostenloser Shuttleservice vom Flughafen Frankfurt/Main, Freier Eintritte Parkplätze, Freizeittipps für Frankfurt)
Showrooms: Präsentation auf BERNEXPO mit 60 Labels (Bern); Messe Tracht & Country mit 30 Labels (Salzburg)
Klimaneutrales Hosten der Website
Überzeugend gestaltete Website
Wichtige Vertriebs- und Kommunikationsplattform

SponsorInnen und PartnerInnen:

Medienpartner: 1st blue, baby&junior, greenup Magazin, J’N’C, natürlich natur, TextilWirtschaft, textilrevue, TM textilmitteilungen, textilzeitung

Partnerorganisationen: GOTS, iVN, Fairtrade

Messebetreibende:

MUVEO GmbH
Stresemannallee 35 – 37, 60596 Frankfurt am Main
+49 (0) 69-63 00 92 0
info@muveo.de

Neonyt



Ort und Termin: Berlin, Frankfurt (Termine siehe Website)

Kommunikationsauftritt:

Website: <https://neonyt.messefrankfurt.com/berlin/de.html>
Facebook: <https://www.facebook.com/Neonyt.berlin/>
Instagram: <https://www.instagram.com/neonyt.berlin/>
YouTube: https://www.youtube.com/channel/UCE_ZndkajfpgcZCAWaoBBvQ
LinkedIn: <https://www.linkedin.com/showcase/neonyt/>

Erstmals durchgeführt: Erstveranstaltung 2009; 2019 erstmals als Neonyt (vormals Greenshowroom und Ethical Fashion Show Berlin)

Konzept: B2B, drei Messtage (Di-Do)

Die Neonyt strebt eine gesellschaftliche Veränderung von Mode durch Kollaboration und Innovation, Nachhaltigkeit und Technologie an und agiert dabei als Business- und Kommunikationsplattform.

Angebote und Branchen: Faire Bekleidung, Nachhaltige Kindermode, Schuhe, Schmuck, Naturkosmetik

Zahl der Ausstellenden: 215 Ausstellende auf 2.500 m²

Publikum: 11.000 Besuchende

Standpreise (pro m²): 165-239 €

Eintrittspreise (Tagesticket): Keine Informationen verfügbar

Rahmenprogramms: Vorträge, Podiumsdiskussionen, Konferenzen, Neonyt Trade Show, Showcases, Events und Parties, Modenschauen

Kriterien: Keine Informationen verfügbar

Erfolgsfaktoren:

Mode in Kombination mit Innovation, Nachhaltigkeit und Technologie
Mischung aus Leading Brands und Newcomern
Podiumsdiskussionen mit namhaften Institutionen und Unternehmen
Mutiger und progressive Profilierung in der Modebranche durch kritische Auseinandersetzung damit
Eventcharakter
Angebot einer Press Lounge für effizientes Arbeiten für Journalisten und Ausstellende
B2B Präsentationen
Professioneller Webauftritt
Instagram-Takeovers von Influencern

SponsorInnen und PartnerInnen

Sponsoring:

Share, Authentic Beauty Concept, Arte Magazin, Joor, Mercedes Benz, mbfw, conscious fashion campaign, Texpertise Network by Messe Frankfurt, gwand, fashion council 39achen39, fashion changers, delight rental services, nudie jeans, Herr Fuchs Frau Bär, benecos, darling little place, UpCycle Berlin, manaomea, Prosecco Doc, Berlin Cold Press, inju, Wiesensaft, Altomayo, dopper, leogant, community cola, clean river project, lemonaid, ChariTea, Störtebeker, Dr.Hauschka, maisonmatz, Nachhaltige-Mode, Intercity Hotel, Stylepark, Faces, Green Window, Climate Partner, Makava, Conscious Fashion Campaign, voi scooters, hessnatur, Mehrner Quelle, The Brand Show Circular

Medienpartner:

CreativeCity Berlin, Berlin Valley, Brigitte Be Green, enorm Magazin, emotion slow, exotextile, faces, fashionjobs, fashion network, flair magazine, forum nachhaltig wirtschaften, global fashion exchange, Good Events, Good Jobs, Green Window, JNC, lifeverde, step, superior magazine, tevonews, textilmitteilungen, textile network, textilrevue, TextilWirtschaft, The Brand Show TV, Luxiders Magazin

Messebetreibende:

Messe Frankfurt Exhibition GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1, D-60327 Frankfurt am Main
+49 69 75 75-0
info@messefrankfurt.com



Ort und Termin: München, Düsseldorf (Termine siehe Website)

Kommunikationsauftritt:

Website: <https://www.new-heritage.de/>

Facebook: <https://www.facebook.com/FESTIVALFUERZEITLOSES/?fref=ts>

Instagram: https://www.instagram.com/newheritage_festival/

Erstmals durchgeführt: 2017

Konzept: B2C, zwei Messtage (Sa-So)

Die New Heritage erfreut mit einem halbjährlichen Messeauftritt in München und Düsseldorf mit Produkten von höchster nachhaltiger Qualität aus verschiedensten Produktparten.

Angebote und Branchen: Faire Bekleidung, Accessoires, Schuhe, nachhaltiges Wohnen, Naturkosmetik

Zahl der Ausstellenden: 150 Ausstellende auf 1.100 m²

Publikum: 7.000 Besuchende

Standpreise (pro m²): Keine Informationen verfügbar

Eintrittspreise (Tagesticket): 8 €

Rahmenprogramm: Vorträge, Workshops, Verkostungen, Events und Parties, Musikauftritte

Kriterien: Keine Informationen verfügbar

Erfolgsfaktoren:

Aftermovies und Ausstellende-Feedback von jedem Jahr

Blog mit spannenden Artikeln

Vermarktung als Festival

Schwerpunkt Manufakturen, kleine Betriebe, traditionelle, handwerkliche Fertigung und Regionalität

Inbezugnahme von Global Players wie BMW Motorrad, Schiesser Revival, Manufactum

SponsorInnen und PartnerInnen:

Medienkooperationen:

Servus, Süddeutsche Zeitung, The Heritage Post, Clutch Magazin

Messebetreibende:

FOXnFRIENDS GmbH

Augustenstraße 27, 80333 München

+4989 381690140

info@foxfriends.de

Ökofair



Ort und Termin: Innsbruck - September

Kommunikationsauftritt:

Website: <https://www.oeko-fair.at/>

Facebook: <https://www.facebook.com/oeko.fair.messe/>

Erstmals durchgeführt: 2018

Konzept: B2C, drei Messetage (Fr-So)

Die Ökofair belebt Innsbruck's Nachhaltigkeitszene mit vielen verschiedenen spannenden Messehighlights und vereint nachhaltiges Wirtschaften und Konsum auf einer professionellen Plattform.

Angebote und Branchen: Faire Bekleidung und Textilien, biologische und regionale Ernährung, nachhaltiger Tourismus, ethische Geldanlagen, grüne Energie

Zahl der Ausstellenden: 90 Ausstellende auf 2000 m²

Publikum: 5000 Besuchende

Standpreise (pro m²): Keine Informationen verfügbar

Eintrittspreise (Tagesticket): Keine Informationen verfügbar

Rahmenprogramm: Vorträge, Workshops, Foren, Familienangeboten, Kabarett, Kinderprogramm, Passivhaus-Marathon

Kriterien: Kriterienkatalog von Südwind und Klimabündnis Tirol

Erfolgsfaktoren:

Breit aufgestelltes Produkt- und Dienstleistungsangebot

Green Event

Kooperation mit Klimabündnis und Südwind Tirol

Abwechslungsreiches Rahmenprogramm

SponsorInnen und PartnerInnen:

Partner: Land Tirol, Südwind, Klimabündnis Tirol, Wirtschaftskammer Tirol, Hochzeiten Feste, Tiroler Hausbau und Energie Messe Innsbruck, Tiroler Frühjahrsmesse, Feel Good, InterAlpin, Fafga Alpine Superior, Innsbrucker Herbstmesse, Design- und Erfindermesse, Senaktiv, Kreativmesse Innsbruck

Messebetreibende:

Congress und Messe Innsbruck GmbH

Rennweg 3, 6020 Innsbruck, Austria

+43 (0) 512 5936-0

info@cmi.at

ORFA



Ort und Termin: Wien - Oktober

Erstmals durchgeführt: Geplant für 2021

Kommunikationsauftritt:

Website: www.orfa.at

Konzept: zwei Messtage

Die ORFA sieht sich als das Messe-Event für nachhaltiges Leben in Österreich und ermöglicht die Vernetzung von regionale, österreichischen Produzenten und Lieferanten mit Konsumenten und potenziellen Neukunden.

Angebote und Branchen: Biologische, regionale und vegane Lebensmittel und Gastronomie, Faire Bekleidung, Naturkosmetik, nachhaltige Landwirtschaft, nachhaltiger Tourismus, nachhaltiges Wohnen

Zahl der Ausstellenden: Keine Informationen verfügbar

Publikum: Keine Informationen verfügbar

Standpreise (pro m²): 240-280 €

Eintrittspreise (Tagesticket): Keine Informationen verfügbar

Rahmenprogramm: Vorträge, Diskussionen

Kriterien: Ausschließlich zertifizierte Ausstellende (sofern zertifizierbar)
Gütesiegel: EU-Bio, BioAustria

Erfolgsfaktoren:

Newcomer Zone

Vielseitiges Informationsangebot

Einrichtung eines Wohltätigkeitsfonds, Teil der Einnahmen kommt diesem zugute

Äußerst professioneller und detaillierter Messefolder

SponsorInnen und PartnerInnen: Keine Informationen verfügbar

Messebetreibende:

ORFA- Organic Fair (Teil der NBRace GmbH)

Teichgasse 11, 1100 Wien

+43 664 88728088

info@nbr.group / partner@orfa.at

PLANET first



Ort und Termin: Wien - November

Kommunikationsauftritt:

Website: <https://planetfirst.at/>

Erstmals durchgeführt: Geplant für 2021

Konzept: B2C, drei Messtage (Fr-So)

Die PLANET first ermöglicht das Zusammentreffen kleiner wie großer Unternehmen, HerstellerInnen, ForscherInnen, Start-ups, Konzerne und KonsumentInnen, die sich bewusst mit nachhaltigen Themen auseinandersetzen.

Angebote und Branchen: Innovative Technik, grüne Energie und Mobilität, biologische und regionale Lebensmittel, nachhaltiges Bauen und Wohnen, faire Bekleidung, Naturkosmetik, nachhaltiger Tourismus, ethische Investments

Zahl der Ausstellenden: Keine Informationen verfügbar

Publikum: Keine Informationen verfügbar

Standpreise (pro m²): 107-119 €

Eintrittspreise (Tagesticket): Keine Informationen verfügbar

Rahmenprogramm: Keine Informationen verfügbar

Kriterien: Keine Informationen verfügbar

Erfolgsfaktoren:

Professionell gestaltete Website
Breites Spektrum an Angeboten

SponsorInnen und PartnerInnen: Keine Informationen verfügbar

Messebetreibende:

Aktivmedia GmbH.
Maria Theresia Str. 41, 4600 Wels
+43 7242 22844-111
messe@planetfirst.at



Ort und Termin: Linz, Wien (Termine siehe Website)

Kommunikationsauftritt:

Website: <https://wefair.at/>

Facebook: <https://www.facebook.com/WeFair.at>

Instagram: <https://www.instagram.com/wefair.at/>

Erstmals durchgeführt: 2008 (bis 2020 unter den Namen WearFair)

Konzept: B2C, drei Messetage (Fr-So)

Die WeFair hat den Anspruch, als Messe für Nachhaltigkeit und fairen Konsum sämtliche Lebensbereiche abzudecken und eine Plattform zur Vernetzung von ProduzentInnen, ExpertInnen und KonsumentInnen zu schaffen.

Angebote und Branchen: Biologische und regionale Lebensmittel, faire Bekleidung, Naturkosmetik, biologische Landwirtschaft und Gastronomie, nachhaltiger Tourismus und Wohnen, grüne Energie und Mobilität, Information & Beratung

Zahl der Ausstellenden: 220 Ausstellende auf 7500 m²

Publikum: 15000 Besuchende an drei Messetagen

Standpreise (pro m²): 105-120 €

Eintrittspreise (Tagesticket): 6,50-9 €

Rahmenprogramm: Vorträge, Podiumsdiskussionen, Tombola, Workshops, Ausstellendenfrühstück, Kinderprogramm,

Kriterien: Ausschließlich zertifizierte Ausstellende (sofern zertifizierbar), Überprüfung durch ExpertInnen

Gütesiegel: Demeter, Bio Austria, FairTrade, österreichisches Umweltzeichen, Blauer Engel, GOTS

Erfolgsfaktoren:

Breites Angebot an Branchen

Abwechslungsreiches Rahmenprogramm

Eigens designte Messestände aus Papp-Elementen
Newsletter und Blogbeiträge
Transparente Auflistung der Prüfkriterien
GreenEvent

SponsorInnen und PartnerInnen:

LR Stefan Kaineder, Land Oberösterreich, PYUA, Fairytail Fashion, BIO Region Mühlviertel, Sonnentor, GreenKIDZ, BIORAMA, PROGE, Gutes Finden, westbahn.at, OÖNachrichten, Grüne Wirtschaft, TIPS, Arbeiterkammer OÖ, Stadt Linz, Gary Mash, Wienerin, Greenevent, klima+energiefonds, Land Oberösterreich, syncore systems, Linz AG

Messebetreibende:

WeFair - Verein zur Förderung eines fairen und ökologischen Lebensstils
Südtirolerstrasse 28, 4020 Linz
+43 650 5593997
info@wefair.at

Interviews mit ausgewählten MessenbetreiberInnen

Werner Roher, Geschäftsführer der Messe Wieselburg GmbH (bio Österreich, siehe Seite 12):

Bitte beschreiben Sie kurz Ihre Messe und Ihre Funktion auf der Messe.

Die bio ÖSTERREICH wurde 2015 erstmals in Wieselburg veranstaltet und ist als Vernetzungstreffpunkt für die gesamte österreichische „Bio-Szene“ konzipiert. Mehr als 150 Aussteller und ein umfassendes Rahmenprogramm bilden die Basis des Treffpunkts für Bio-Anbieter (von Lebensmitteln bis zum Urlaub), Bio-Konsumenten, Verarbeitungsbetriebe, Bio-Produzenten, den Fachhandel und die Gastronomie. Die Bio-Branche ist längst keine kleine Nische mehr und sehr dynamisch. Als Geschäftsführer der Messe Wieselburg sehe ich meine Verantwortung darin, die bio ÖSTERREICH daher stetig weiter zu entwickeln und generell das Thema Nachhaltigkeit im gesamten Unternehmen sowie bei anderen Messen und Veranstaltungen zu leben.

Welche Organisationsform hat Ihre Messe? Wer steht hinter der Messe?

Die Messe wird von der Messe Wieselburg GmbH veranstaltet. Wir sind ein Messeveranstalter mit sehr enger fachlicher Bindung zu den Bereichen Land- und Forstwirtschaft, Lebensmittel, Direktvermarktung und Nachhaltigkeit. Wichtiger Kooperationspartner ist in erster Linie BIO AUSTRIA als Vertreter eines Großteils der heimischen Biobäuerinnen und Biobauern.

Was war die Gründungsidee der Messe? Gibt es so etwas wie eine Vision oder ein Mission Statement der Messe?

Österreich ist das Land mit der europaweit höchsten Dichte an Biobetrieben in der Landwirtschaft. Wir wollten diese Stärke auch nach außen tragen und dem Bio-Gedanken auch in der Öffentlichkeit einen höheren Stellenwert verleihen. Der Bio-Gedanke ist eine tragende Säule, um unseren Planeten lebenswert zu erhalten. Dazu wollen wir unseren Beitrag leisten. Wir sehen uns als Impulsgeber für die Themen Bio und Nachhaltigkeit.

Wie definieren Sie für Ihre Messe den Begriff Nachhaltigkeit?

Im Fall der bio ÖSTERREICH heißt das: Anreize für öffentliche Anreise, ausschließlich bio-zertifizierte Ausstellungsprodukte und Angebote in der Gastronomie, Ressourcenschonung soweit es möglich ist, Müllvermeidung und Trennung und vieles mehr - um nur einige unserer „Hausaufgaben“ zu nennen. Daneben wollen wir aber mit dem Messeangebot möglichst viel zur Bewusstseinsbildung und Verhaltensänderung beitragen.

Wie würden Sie das Alleinstellungsmerkmal Ihrer Messe (USP) beschreiben?

Die bio ÖSTERREICH ist Österreichs größter Treffpunkt für den Bio-Bereich. Das Angebot, die Informationsmöglichkeiten und die Chance neue Kontakte zu knüpfen sind einmalig.

Wie geht's bei Ihrer Messe in den nächsten Jahren weiter?

Vorerst hoffen wir auf eine Rückkehr zur „Normalität“ und damit auf die Möglichkeit die Messe 2021 wieder abhalten zu können. Eine weitere Erhöhung der Besucherfrequenz, die Verbreiterung des Angebotes und stärkere Internationalisierung sind unsere Ziele. Die Coronavirus-Pandemie wird auch das Messewesen verändern (Stichwort Hybridevents), was auch die bio ÖSTERREICH teilweise umgestalten wird.

Mirjam Smend, Gründerin und Geschäftsführerin der GREENSTYLE (siehe Seite 30):

Bitte beschreiben Sie kurz ihre Messe und ihre Funktion auf der Messe.

Ich bin Gründerin und Geschäftsführerin der GREENSTYLE munich fair & conference. Als Start-up haben wir ein extrem kleines Team, so dass ich auch für die journalistischen Tätigkeiten inklusive Social Media sowie die Konzeption und Weiterentwicklung zuständig bin.

Welche Organisationsform hat ihre Messe? Wer steht hinter der Messe?

Unsere Messe ist als UG (Unternehmen mit beschränkter Haftung) geführt. Alleiniger Inhaber bin ich.

Was war die Gründungsidee der Messe? Gibt es so etwas wie eine Vision oder ein Mission Statement der Messe?

Meinen Redakteursjob bei der deutschen ELLE habe ich aufgegeben, um für mein im Januar 2016 gegründetes Blogzine my-GREENstyle.com zu schreiben. Ich habe viele Menschen mit meinen Themen erreicht, wollte aber mit der nachhaltigen Mode ins "echte Leben". Das hat zur Gründung des B2C-Formats GREENSTYLE geführt. Seit Oktober 2018 veranstalten wir Messen und Konferenzen für Publikum, Medien und Fachverkäufer, um mehr Sichtbarkeit für Eco Brands und das Thema im Allgemeinen zu erreichen. Unser Motto? Let's make eco the new normal.

Wie definieren Sie für Ihre Messe den Begriff Nachhaltigkeit?

Wir versuchen alle Facetten der nachhaltigen Mode abzubilden – von Bio-Baumwolle über lokale Produktion, Re- und Upcyclingkonzepte bis hin zu innovativen Materialien wie Appleskin oder Orangefibre. Auch alternative Konsummodelle wie Leihen, Tauschen und Second Hand spielen bei uns eine große Rolle. Selbstverständlich mit einem großen Augenmerk auf die sozialen Aspekte entlang der Produktions- und Lieferkette.

Wie würden Sie das Alleinstellungsmerkmal ihrer Messe (USP) beschreiben?

"Meet the makers" steht bei uns für die "echte" Mode – hier kann man die Macher der Eco Brands treffen, denn Transparenz ist einer der wichtigsten Faktoren bei nachhaltiger Mode. In Kombination mit unserer zweitägigen Konferenz und ihren hochkarätigen Speakern aus Wissenschaft, Politik, Medien sind wir (nahezu) unschlagbar. Nicht umsonst geht die Strahlkraft der GREENSTYLE munich weit über München hinaus.

Wie geht's bei Ihrer Messe in den nächsten Jahren weiter?

Wir arbeiten an neuen Formaten, haben die Website mit über 130 Porträts, News, Konferenzthemen, einem Lexikon und dem GREENSTYLE zum 'home of sustainable fashion' ausgebaut, um digital ein zweites Standbein zu haben. Außerdem haben wir eine Agentur für Game Changer gegründet, um

weiterhin unsere Brands bei der Professionalisierung zu unterstützen. Natürlich planen wir auch wieder Events – so wie in diesem Jahr (wir hatten drei Absagen). Frühestens im März werden wir einen neuen Versuch unternehmen. Auch nach all den Rückschlägen müssen wir ja weitermachen. Das neue Wort des Tages heißt "hybrid".

Wolfgang Pfoser-Almer, Geschäftsführer der WeFair (siehe Seite 47):

Beschreiben Sie bitte kurz ihre Messe und ihre Funktion auf der Messe.

Die WeFair ist (bis 2020 unter ihrem alten Namen WearFair) die größte österreichische Messe für nachhaltig-fairen Konsum mit bis zu 15.000 Besuchende und 220 Ausstellenden. Bisher hat die Messe ausschließlich in Linz stattgefunden, 2021 machen wir erstmals zusätzlich zur Linzer Messe auch eine Messe in Wien (5.-7.3., Marxhalle). Ich bin Geschäftsführer der Messe und seit 2017 im Amt.

Welche Organisationsform hat ihre Messe? Wer steht hinter der Messe?

Die WeFair ist als gemeinnütziger Verein organisiert. Hinter der Messe stehen die drei NGOs Südwind, Klimabündnis und GLOBAL 2000, deren Geschäftsführer auch unseren Vereinsvorstand bilden. Die drei NGOs unterstützen die WeFair auch personell und organisatorisch nach Kräften und stellen uns vor allem ihr massives, jahrzehntelang aufgebautes Know-How zur Verfügung.

Was war die Gründungsidee der Messe? Gibt es so etwas wie eine Vision oder ein Mission Statement der Messe?

Gegründet wurde die WeFair 2008 von den beiden oberösterreichischen Geschäftsstellenleitern von Südwind und Klimabündnis, Johannes Heimpl und Norbert Rainer. Die WearFair wurde als reine nachhaltige Modemesse gegründet, der alte Name WearFair rührt auch daher. Mit den Jahren hat sich die WearFair dann zu einer 360°-Messe entwickelt, die für jede Konsumentenscheidung, vor der ein Mensch stehen kann, eine nachhaltige Alternative anbieten möchte.

Unsere Mission ist es, die gesamte Nachhaltigkeitsbranche zu stärken und langfristig daran mitzuwirken, dass nachhaltiges Einkaufen zum neuen Mainstream, zum Normalfall wird. Unsere Ausstellenden sind Pioniere, die als erstes jenen Weg gehen, von dem wir ja in Wahrheit alle wissen, dass er der einzige Weg in eine nachhaltige Zukunft für unsere Kinder und Kindeskinde ist. Daher ist unser gesamtes Tun letztlich darauf ausgerichtet, unsere Ausstellenden und die gesamte Branche zu unterstützen. Daher erarbeiten wir ja auch dieses Paper hier.

Wie definieren Sie für Ihre Messe den Begriff Nachhaltigkeit?

Wir haben gemeinsam mit unseren 3 Mitgliedsorganisationen Südwind, Klimabündnis und GLOBAL 2000 einen Kriterienkatalog entwickelt, den wir auch laufend weiterentwickeln. Dieser Katalog basiert vor allem auf anerkannten, unabhängigen Gütesiegeln.

Im Modebereich schauen wir etwa ganz besonders auf das GOTS-Siegel für nachhaltig produzierte Bio-Baumwolle. Im Ernährungsbereich sind das österreichische und das EU Bio-Gütesiegel der Standard, und im großen Lifestyle-Bereich (der im Wesentlichen alles umfasst, was nicht Mode und nicht Ernährung ist) gibt's je nach Branche eine Vielzahl an vertrauenswürdigen Gütesiegeln, etwa das Österreichische Umweltzeichen, der Blaue Engel oder das Europäische Umweltzeichen (Euroblume).

Gerade bei kleineren Unternehmen ist es aber oft so, dass sie (noch) keine Zertifizierungen und Gütesiegel haben, weil diese Zertifizierungen meist recht aufwendig und auch teuer sind. Wenn so ein kleines Unternehmen ohne Gütesiegeln bei uns teilnehmen möchte, schauen wir uns das Unternehmen wirklich ganz genau an und lassen uns etwa auch Lieferscheine schicken, um hier eine Entscheidung zu treffen.

Die Überprüfung der Kriterien für jede einzelne Anmeldung liegt bei ExpertInnen der drei NGOs, und wir nehmen das auch wirklich ernst. Wir lehnen jedes Jahr 20-30 Anmeldungen ab, weil diese Unternehmen einfach noch nicht gut genug für uns sind. Wir geben dann auch gerne Feedback, was aus unserer Sicht noch zu tatsächlicher Nachhaltigkeit fehlt.

Wie würden Sie das Alleinstellungsmerkmal ihrer Messe (USP) beschreiben?

Da gibt's dann doch einige.

Zum einen haben wir die oben erwähnten Kriterien, die wirklich streng sind und die wir auch wie erwähnt sehr, sehr ernst nehmen. Das hat in dieser Schärfe keine andere Messe, von der wir wissen.

Außerdem haben wir ein seit 13 Jahren organisch gewachsenes, wirklich großartiges Team, das nicht nur die organisatorischen Abläufe der Messe absolut im Griff hat, sondern dem es auch wichtig ist, eine angenehme Atmosphäre zu erschaffen und die Ausstellenden möglichst gut zu betreuen. Und das spüren die Ausstellenden natürlich auch und fühlen sich bei uns wirklich wohl.

Ebenfalls über 13 Jahre gewachsen ist unser Publikum. Jene bis 15.000 Besuchende, die aus ganz Österreich und darüber hinaus zu uns kommen, weil sie wissen, dass sie mit jedem Cent, den sie bei uns ausgeben, ein kleines Bisschen die Welt retten können. Auch das ist ein absolutes Alleinstellungsmerkmal – ein so tolles, aufgeschlossenes und kauffreudiges Publikum wie unseres habe ich sonst noch auf keiner anderen Messe gesehen. Das bestätigen uns übrigens auch unsere Ausstellenden, von denen uns viele immer wieder bestätigen, dass wir ihre beste Messe im ganzen Jahr sind.

Wie geht's bei Ihrer Messe in den nächsten Jahren weiter?

Nun, wir haben uns jetzt grade erst umbenannt von WearFair auf WeFair, und wir bereiten jetzt unsere erste Messe in Wien vor – das sind schonmal zwei richtig große Schritte. Natürlich ist dann nach der Wiener Messe gleich wieder die nächste Linzer Messe auf die Beine zu stellen und so weiter. Und bei dem Aufwand, den wir für jede Messe betreiben ist das eh schon richtig viel.

Klar ist, dass wir unsere Kriterien, unser Grundkonzept und auch unser großartiges Team weiter beibehalten und weiter entwickeln werden, um auch in Zukunft die Nachhaltigkeitsbranche mit unserer Messe noch weiter nach vorne bringen zu können.

Danksagungen

Unser Dank gilt dem österreichischen Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie für die finanzielle Unterstützung, allen voran Dr. Barbara Schmon und Eva Stepka.

Weiters bedanken wir uns bei den InterviewpartnerInnen Werner Roher (bio ÖSTERREICH) und Mirjam Smend (GreenStyle Munic) für Ihre Zeit und die spannenden Einsichten.

Impressum

Nachhaltigkeitsmessen mit Österreich-Bezug – ein Überblick

Autoren:

Wolfgang Pfoser-Almer

Veronika Rathmair

Für den Inhalt verantwortlich:

Verein WearFair Und Mehr

Südtiroler Straße 28

4020 Linz

www.wefair.at

DVR: 513887096

Gefördert durch

 **Bundesministerium**
Klimaschutz, Umwelt,
Energie, Mobilität,
Innovation und Technologie