

UNSERE MATERIALITÄTSANALYSE: Die CSR-Themen, die die Zukunft von Luxexpo The Box

August 2026



EINLEITUNG

WARUM EINE WESENTLICHKEITSANALYSE?

CSR ist heute ein strategischer Erfolgsfaktor für Unternehmen. Angesichts der Vielzahl ökologischer, sozialer und wirtschaftlicher Herausforderungen stellt sich jedoch eine zentrale Frage: **Auf welche Themen sollten wir unsere Anstrengungen vorrangig konzentrieren?**

Genau das ist das Ziel der Wesentlichkeitsanalyse: die für das Unternehmen und seine Stakeholder wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen zu identifizieren und zu priorisieren, um Entscheidungen und Maßnahmen gezielt auf die Bereiche auszurichten, in denen sie die größte Wirkung erzielen können.

Dieser Ansatz steht voll und ganz im Einklang mit unserer Vision: ein verlässlicher und engagierter Partner für die nachhaltige sozioökonomische Transformation Luxemburgs zu werden. Dabei setzen wir auf mittel- und langfristige Verpflichtungen, die den Erwartungen unserer Stakeholder entsprechen.

Um diese Ambition in konkrete Prioritäten umzusetzen, haben wir eine Wesentlichkeitsanalyse anhand von zwei sich ergänzenden Dimensionen durchgeführt:

- **die sozial-ökologische Wesentlichkeit**, bei der die Auswirkungen unserer Aktivitäten auf Gesellschaft und Umwelt bewertet werden;
- **die wirtschaftliche Wesentlichkeit**, bei der untersucht wird, wie sich Nachhaltigkeitsthemen auf die Leistung, die finanzielle Situation und die Entwicklung des Unternehmens auswirken können.

Wir haben uns aus mehreren Gründen für diesen Ansatz entschieden:



Datenerhebung und -analyse

Erstens ermöglichen die Datenerhebung und -analyse den Mitarbeitern des Unternehmens – und nicht nur den CSR-Verantwortlichen oder der Geschäftsleitung – einen Überblick über die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken.

Diese Maßnahme ermöglicht dank der Einbeziehung aller Beteiligten – **Mitarbeiter, Verwaltungsrat, Lieferanten, Kunden und Zivilgesellschaft** – eine gründliche Analyse sowohl des Makro- als auch des Mikroumfelds.

**Verbesserung der
internen
Strategie und der
Leistung**

Zweitens stärkt die Wesentlichkeitsanalyse – über die Verbesserung der internen Strategie und der Leistung hinaus – **den Ruf des Unternehmens bei unseren Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden.**

Sie legt den Grundstein für ein System zur regelmäßigen Überwachung und Neubewertung und ermöglicht es so, die Strategie in einen nachhaltigen und langfristigen Ansatz einzubetten.

Konkret äußert sich dieser Ansatz in der Ausrichtung von Veranstaltungen, die als Foren für den Dialog über wichtige gesellschaftliche Themen dienen. Dies gilt insbesondere für die „Home Expo“, die Wohnungsmesse, auf der sich mehr als 200 Fachleute aus der Wohnungswirtschaft versammeln, um sich über Themen wie nachhaltiges Wohnen und Lebensqualität in Luxemburg auszutauschen.

DIE SCHRITTE UNSERES VORGEHENS

Wir haben diese Analyse zwischen April und Juni 2026 in **sechs Schritten** in Zusammenarbeit mit der ESG-Strategieberatung „A Beautiful Green“ nach einem partizipativen Ansatz durchgeführt.



01

Analyse des Branchenkontexts

Die Beraterin hat das Umfeld der Veranstaltungsbranche und deren spezifische Herausforderungen analysiert

02

Ermittlung der ESG-Themen

Anschließend erstellte sie eine Liste der für unsere Geschäftstätigkeit relevanten ESG-Themen

03

Übersicht über die wichtigsten Interessengruppen

Wir haben unsere Interessengruppen ermittelt und deren Einfluss und Interesse bewertet

04

Workshop intern durchgeführt

Wir haben einen internen Workshop organisiert, um die Herausforderungen zu verstehen und zu priorisieren

05

Konsultation der Interessengruppen

An unsere Partner und Lieferanten wurde ein Fragebogen verschickt

06

Matrix und vorrangige Herausforderungen

Wir haben eine Wesentlichkeitsmatrix erstellt und unsere vorrangigen Themen ermittelt

DIE ENGAGIERTEN AKTEURE

Um die Aussagekraft unserer Analyse zu gewährleisten, haben wir **34 Personen** aus drei Schlüsselgruppen befragt:



Der Verwaltungsrat

an der strategischen Planung und der Festlegung der Leitlinien beteiligt.

Die Beteiligten

externe Personen, Partner, Kunden und Lieferanten anhand eines Fragebogens, wie zum Beispiel:



Die Mitarbeiter

im Rahmen eines Workshops, der der Priorisierung der Themen gewidmet ist.

Dieser partizipative Ansatz hat es uns ermöglicht, wertvolles Feedback zu sammeln und sicherzustellen, dass unsere Prioritäten die Erwartungen unseres gesamten Ökosystems widerspiegeln.

WIE SIND WIR VORGEGANGEN?

Stakeholder-Analyse

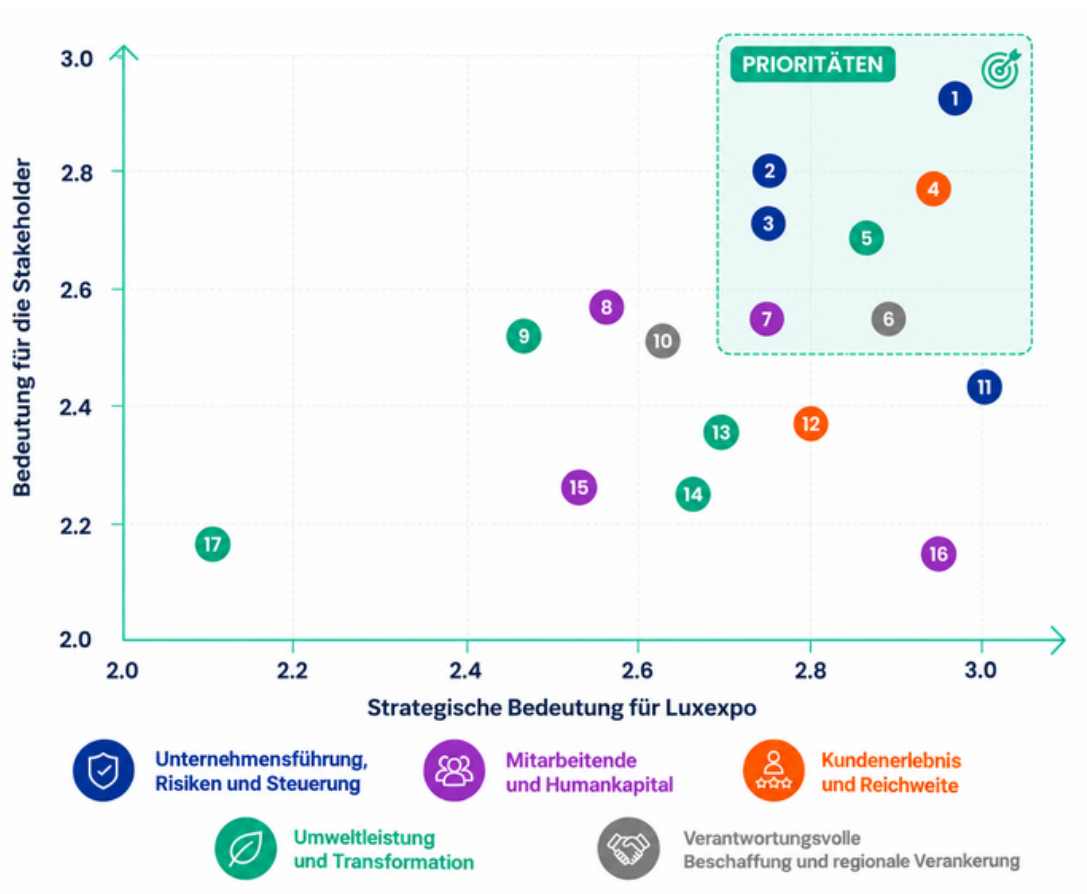
Um unseren Ansatz zu strukturieren, haben wir alle Akteure, die mit Luxexpo The Box interagieren, anhand der Matrix „Interessengrad und Einfluss“ erfasst.

Dies hat uns einen klaren Überblick über unser Ökosystem verschafft und ermöglicht es uns, unsere Dialogbemühungen auf die Themen zu konzentrieren, die wirklich wichtig sind.

Insbesondere haben wir folgende Akteure identifiziert:

- **diejenigen, die an unseren strategischen Überlegungen beteiligt sind:** Mitarbeiter, Kunden, Behörden und Verwaltungsrat;
- **diejenigen, die regelmäßig informiert werden müssen:** Lieferanten, Medien und das CSR-Team;
- **diejenigen, die über unsere Entwicklungen auf dem Laufenden gehalten werden müssen:** Aufsichtsbehörden und Akteure der Branche;
- **diejenigen, die regelmäßig beobachtet werden müssen:** Wettbewerber und die lokale Gemeinschaft.

Wesentlichkeitsmatrix



- 1: Umfassende Sicherheit, Widerstandsfähigkeit der Infrastruktur und Risikomanagement
- 2: Datenschutz, Cybersicherheit und IT-Governance
- 3: Geschäftsethik und Transparenz
- 4: Kundenorientierung und Zufriedenheit der Zielgruppen
- 5: Klimaresilienz und nachhaltige Infrastruktur
- 6: Sozioökonomische Auswirkungen und regionale Ausstrahlung
- 7: Mitarbeiterorientierung, Engagement und Mitarbeitererfahrung
- 8: Vielfalt, Gerechtigkeit, Inklusion und Barrierefreiheit
- 9: Ökodesign von Veranstaltungen und branchenspezifische Begleitung
- 10: Verantwortungsbewusste Beschaffung, lokale Verankerung und CSR-Management bei Lieferanten
- 11: Governance und strategische Steuerung
- 12: Verantwortungsvolle Kommunikation und Markenpositionierung
- 13: Kreislaufwirtschaft und Abfallmanagement bei Messen
- 14: Klima, Energie, Wasser und Umweltleistung
- 15: Gesundheit und Wohlbefinden am Arbeitsplatz
- 16: Attraktivität, Personalbeschaffung und Einarbeitungsprozess (Onboarding)
- 17: Nachhaltige Mobilität und Auswirkungen des Verkehrsaufkommens

Die Wesentlichkeitsanalyse hat es uns ermöglicht, unsere Prioritäten, die unsere Strategie leiten werden, klar zu erkennen.

Für jedes identifizierte Thema haben wir **zwei Aspekte bewertet**:



Durch die Verknüpfung dieser beiden Kriterien erhielten wir ein genaues Bild unseres Ökosystems und unserer Prioritäten.

UNSERE VIER VORRANGIGEN THEMEN

FÜHRUNG UND STRATEGISCHE STEUERUNG

Es geht darum, alle Mechanismen zu bündeln, die es Luxexpo The Box ermöglichen, seine Ausrichtung festzulegen, eine gemeinsame und solide Strategie zu entwickeln und die Rollen und Zuständigkeiten innerhalb der Teams zu klären.

UMFASSENDE SICHERHEIT, WIDERSTANDSFÄHIGKEIT DER INFRASTRUKTUR UND RISIKOMANAGEMENT

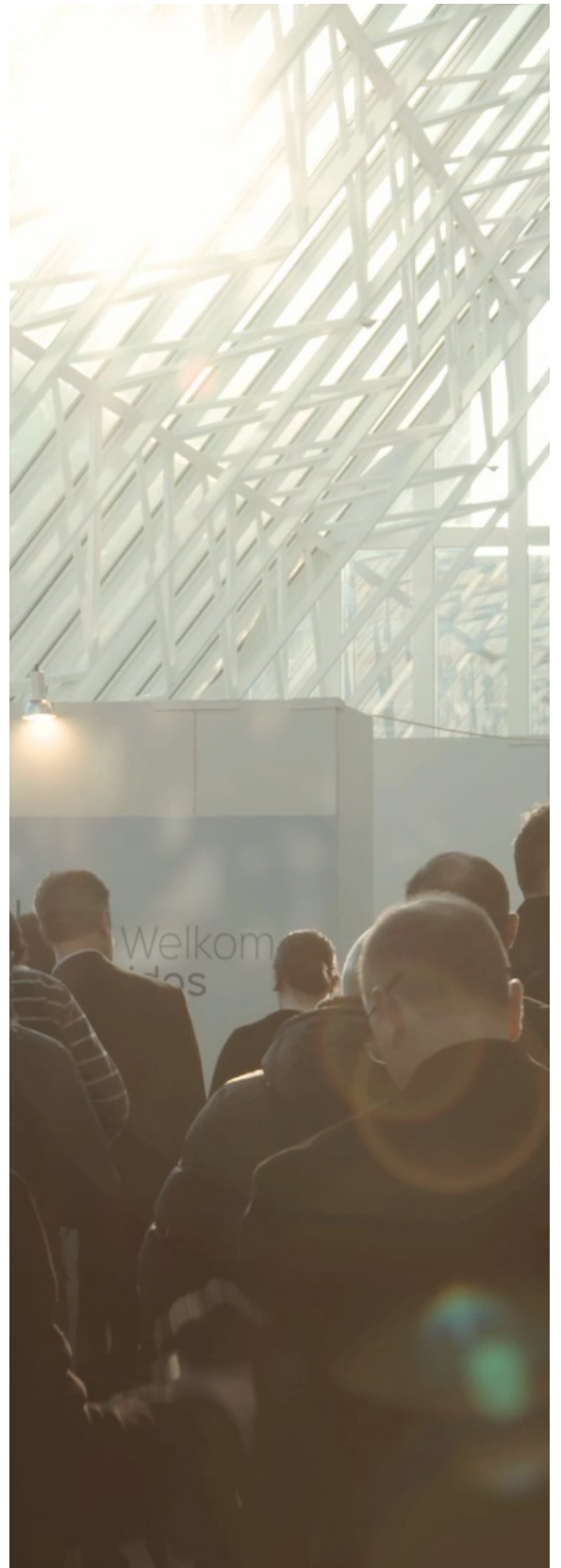
Luxexpo The Box verpflichtet sich, die Präventionsmaßnahmen in allen Phasen der Veranstaltungen zu verstärken und ein Sicherheitsaudit durchzuführen, um die wichtigsten Risiken zu ermitteln.

ENGAGEMENT UND ERFAHRUNG DER MITARBEITER

Dieser Hebel ist entscheidend, um eine hervorragende Leistung, eine hohe Servicequalität und die Fähigkeit unserer Teams zur Anpassung an Risiken zu gewährleisten – denn sie sind der Schlüssel zu unserem Erfolg.

KUNDENORIENTIERUNG UND ZUFRIEDENHEIT DER ZIELGRUPPEN

Luxexpo The Box hat es sich zum Ziel gesetzt, einen strukturierten Ansatz zu entwickeln, der auf die Bedürfnisse unserer Kunden eingeht, um auf dem Markt wettbewerbsfähig zu bleiben, die Kundenbindung zu stärken und ihre Erwartungen zu antizipieren, um ihr Erlebnis kontinuierlich zu verbessern.



DAS

WICHTIGSTE IN KÜRZE

Wie aus der vorherigen Abbildung hervorgeht, wurden **17 Herausforderungen** identifiziert und nach ihrer Bedeutung geordnet.

Wir haben sie in den folgenden vier strategischen Schwerpunkten zusammengefasst:

1

VERANTWORTUNGSVOLLE UNTERNEHMENSFÜHRUNG UND STRATEGISCHE STEUERUNG



Stärkung der Unternehmensausrichtung für eine bessere Koordination und Leistung durch ein strukturiertes Engagement für nachhaltige Entwicklung.

Dies wird es ermöglichen, Rollen und Verantwortlichkeiten zu festigen, eine gemeinsame Strategie zu verfolgen und unsere Umsetzungsfähigkeit zu stärken, indem personelle und finanzielle Ressourcen priorisiert werden.

2 UNSERE GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG VERSTÄRKEN



Schaffung eines Umfelds, das das Zuhören, das Engagement und die Erfahrungen der Mitarbeiter fördert – durch halbjährliche Beurteilungen und Maßnahmen zur Kundenzufriedenheit, um deren Erwartungen besser zu verstehen.

Dies wird die Bindung und Zufriedenheit sowohl intern als auch extern stärken und alle unsere Stakeholder auf einem gemeinsamen Weg der nachhaltigen Entwicklung begleiten.

3 DAS KUNDENERLEBNIS UND DIE POSITIONIERUNG VON LUXEXPO STÄRKEN



Die Qualität des Erlebnisses, das wir unseren Kunden, Ausstellern und Besuchern bieten, ist ein entscheidender Faktor für unsere Attraktivität.

Dieser Schwerpunkt zielt darauf ab, einen strukturierten Ansatz für das Eingehen auf die Bedürfnisse und die Zufriedenheit unserer Zielgruppen zu entwickeln, um unsere Dienstleistungen kontinuierlich zu verbessern und das Vertrauen unserer Stakeholder zu stärken. Dabei geht es auch darum, unser Engagement im Bereich der sozialen Unternehmensverantwortung (CSR) in unserer Kommunikation hervorzuheben und dabei auf Transparenz und Zuverlässigkeit der Informationen zu achten.

4 DEN ÖKOLOGISCHEN WANDEL BESCHLEUNIGEN



Unser Ziel ist es, unsere Umweltbelastung durch ökologisches Design, Kreislaufwirtschaft, die Modernisierung der Infrastruktur und nachhaltige Beschaffung (zu über 80 % aus der Region) zu verringern.

Wir werden die Abfallwirtschaft verbessern (Wiederverwendung, Recycling, Verwertung), ESG-Kriterien in unsere Beschaffung einbeziehen und die Veranstalter bei der Umsetzung nachhaltiger Praktiken unterstützen.



DIE

Und was nun?

AKTIEN

Diese Wesentlichkeitsanalyse vermittelt uns einen klaren Überblick über unsere Prioritäten und ermöglicht es uns, unsere Anstrengungen auf das zu konzentrieren, was wirklich zählt. Und das ist erst der Anfang.

Wir möchten uns ganz herzlich bei allen internen und externen Stakeholdern bedanken, die an unserer Umfrage teilgenommen haben. Dank ihres Feedbacks konnten wir unsere Wesentlichkeitsmatrix erstellen und eine gemeinsame, solide Strategie entwickeln.

Auf der Grundlage dieser Erkenntnisse haben wir unsere Strategie auf vier sich ergänzende Schwerpunkte ausgerichtet (Governance, Humankapital, Kundenerlebnis und ökologischer Wandel), die unser Handeln in den kommenden Jahren leiten werden.

Unser Engagement ist klar: Wir wollen Luxexpo The Box zu einem führenden Akteur im Bereich verantwortungsbewusster Veranstaltungen in Luxemburg machen.