

Stand der Dokumentation: 31.12.2020  
Alle Fakten werden jährlich aktualisiert.  
Release: 01.06.2021



# Sustainability Report

2021

Mit uns entstehen  
die nachhaltigsten Kundenbeziehungen  
in der Live Kommunikation.

# Sehr geehrte Kunden und Partner,



**Stefan Trieb**  
CEO

Fragen der Nachhaltigkeit stehen seit vielen Jahren im Zentrum der öffentlichen Diskussion. Sie beeinflussen zunehmend das Handeln und sind mitentscheidend bei der Wahl des Geschäftspartners. Die Öffentlichkeit ist kritisch und fordert Aufklärung über den Standpunkt von Unternehmen.

Auch unsere Branche, die Live Kommunikationsindustrie, rückt zunehmend in den Blickpunkt.

Nachhaltiges unternehmerisches Handeln hat mehrere Dimensionen. Selbstverständlich gehören zu den ökologischen auch die ökonomischen und sozialen Aspekte. Wir fühlen uns wohl mit diesem Dreiklang, denn er prägt seit vielen Jahren unser Handeln. Genau dieser ganzheitlichen Perspektive wollen wir mit unserer 2020 entwickelten Unternehmensvision gerecht werden. Sie gab auch den Anstoß für den vorliegenden ersten Nachhaltigkeitsbericht von mac.

Wir sehen darin ein Angebot an unsere Kunden und die Öffentlichkeit. Und wir verbinden sie mit einer Verpflichtung an unsere Mitarbeiter und Partner, sich mit dem Erreichten nicht zufriedenzugeben. Wir können noch viel mehr erreichen – mit Ihnen gemeinsam.

Globale Markenführung und Nachhaltigkeit mit knappen Budgets zusammenzubringen, ist eine komplexe Aufgabe. Wir stellen uns dieser Aufgabe gern. Denn mit unserer Beratungskompetenz und unserem einzigartigen, integrierten Planungs- und Produktionscampus in Langenlonsheim, verbunden mit einem globalen Partnernetzwerk, stehen wir auf einem sicheren Fundament.

Wir können unseren Kunden Antworten geben und Orientierung, wenn es darum geht, das Spannungsfeld aus Ökonomie und Ökologie mit Marken- und Kostenmanagement zu versöhnen.

Wir wissen, dass unsere Kunden Lösungen brauchen, die sich sozial, ökologisch und ökonomisch auszahlen.

Lassen Sie uns gemeinsam an einer nachhaltigen Zukunft arbeiten!

Mit herzlichen Grüßen



# 1. Strategische Ratio

S. 6 Nachhaltigkeit als kontinuierlicher Verbesserungsprozess • Nachhaltigkeit lohnt sich • Transparenz als Versprechen

# 2. Nachhaltigkeit als Teil der DNA

S. 9 Wertschöpfungsprozess mit kurzen Wegen • Meilensteine • Einsparungen in Zahlen • Nachhaltigkeit messbar gestalten

# 3. Handlungsfelder

## sozial

S.14 Gesundheitsschutz • Arbeitnehmerzufriedenheit • Mitbestimmung • Gesellschaftliches Engagement • Nachwuchs sichern durch attraktive Ausbildung

## ökologisch

S. 16 mac Campus • Nachhaltige und faire Partnerschaften • Nachhaltige Materialauswahl • Ökologisches Handeln am Standort Langenlonsheim • Nachhaltigkeit auf Projektebene

## ökonomisch

S. 22 Effizienzen schaffen durch Investitionen • Nachhaltige Investitionsstrategie • Nachhaltige Kundenbeziehungen

# 1. Strategische Ratio

**Während viele Unternehmen sich die Frage stellen, ob sich Nachhaltigkeit auszahlt, erleben wir in Zeiten der Krise, wie eine nachhaltige Unternehmensausrichtung hilft, erfolgreich zu sein. Wir sind stolz darauf, dass wir mit unseren Kunden, Mitarbeitern und Lieferanten langfristig, transparent und vertrauensvoll zusammenarbeiten und gemeinsam Marken und Menschen verbinden.**

## Ökonomisch nachhaltiges Handeln sichert uns als Unternehmen ab.

### Nachhaltigkeit als kontinuierlicher Verbesserungsprozess

Wer an Live Kommunikation denkt, denkt nicht unmittelbar an Nachhaltigkeit. Wir sind der Überzeugung, dass Messen, Events und Showrooms gebraucht werden, weil sie Menschen zusammenbringen. Sie kreieren Raum für persönlichen Austausch, lassen Beziehungen wachsen und schaffen Emotionen. Aber wir wissen auch: Wo Menschen zusammenkommen und dafür temporäre Umgebungen geschaffen werden, werden Ressourcen verbraucht. Als Dienstleister sind wir in der Pflicht, uns dieser Aufgabe zu stellen. Gemeinsam mit unseren

Kunden treffen wir bewusste Entscheidungen und setzen uns mit deren Auswirkungen auf die Gesellschaft und die Umwelt auseinander. Wir analysieren laufend Prozesse und Produkte, um so noch nachhaltigere Lösungen zu entwickeln – wir lernen ständig dazu. Eine große Zukunft sehen wir nicht zuletzt unter diesem Aspekt in der weiteren Kreation digitaler Livekommunikation und der Ergänzung von klassischen Formaten durch hybride Konzepte.

Bereits im Jahr 2005 haben wir mit der Etablierung eines Nachhaltigkeitsbeauftragten eine richtungsweisende Entscheidung getroffen. Tobias Mannhold studierte zunächst „Environmental and Resource Management“ an der BTU Cottbus und erlangte anschließend an der Lund University seinen Master in „Environmental Sciences“. Herr Mannhold nimmt regelmäßig an Weiterbildungen teil, um intern bestmöglich beraten zu können und den Verbesserungsprozess voranzutreiben.

### Nachhaltigkeit lohnt sich

Unternehmen tragen Verantwortung. Dies tun wir vor Allem gegenüber unseren Kunden, denn nur durch sie und mit ihnen bestehen wir. Ferner gilt unsere Verantwortung vor allem unseren Mitarbeitern und unseren Partnern. Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit von mehr als zehn Jahren zeigt, dass wir vieles richtig machen. Wir bilden in verschiedenen Berufen aus und sind stolz darauf, dass mehr als 10 % unserer Belegschaft Auszubildende und Studierende sind. Doch wir möchten mehr. Auch bei unseren Lieferanten setzen wir auf langfristige Partnerschaften und attraktive Arbeitsbedingungen und nehmen unsere gesellschaftliche Verantwortung wahr. Nachhaltigkeit wird bei uns gelebt.

Mit unseren Standards für Wandbau, Bodenaufbau und systemische Komponenten – wie beispielsweise unserem Falzrahmensystem – haben wir uns bereits vor Jahren für Konstruktionsprinzipien

entschieden, die einen häufigen Wiedereinsatz ermöglichen. Das spart Ressourcen und ist auch unter ökonomischen Aspekten vorteilhaft.

Ökologisch denken wir in Kreisläufen und versuchen unsere eingesetzten Materialien nicht nur so umweltschonend wie möglich zu beziehen, sondern machen uns auch bereits beim Entwerfen über die Anschlussverwendung oder Entsorgung Gedanken. Wir beziehen Ökostrom und gewinnen rund 90 % des Wärmebedarfs durch das Verwerten anfallender

Holzreste in unserer haus-eigenen Heizung. Den restlichen Bedarf decken wir aus Erdgas, das seit 2021 CO<sub>2</sub>-neutral ist.

Ökonomisch nachhaltiges Handeln sichert uns als Unternehmen ab. Mit einer soliden Eigenkapitalquote und als Teil eines Familienunternehmens sind wir wirtschaftlich auch in Krisen gerüstet. Von unseren Immobilien bis hin zum Maschinenpark: Unsere Investitionen bestreiten wir weitestgehend ohne Fremdfinanzierung und sichern uns damit Stabilität und Unabhängigkeit.

### Transparenz als Versprechen

Auch wenn sich manches Engagement erst mittel- oder langfristig auszahlen wird, arbeiten wir kontinuierlich an Optimierungen. Wir sind der Überzeugung, dass nachhaltigen Unternehmen die Zukunft gehört. Bereits jetzt ist uns größtmögliche Transparenz wichtig. Auf den folgenden Seiten geben wir Ihnen einen Überblick über unsere Anstrengungen, aber auch bereits erzielte Erfolge. Ganz offen und ehrlich.



## Wir sind kontinuierlich auf der Suche nach Verbesserungen.



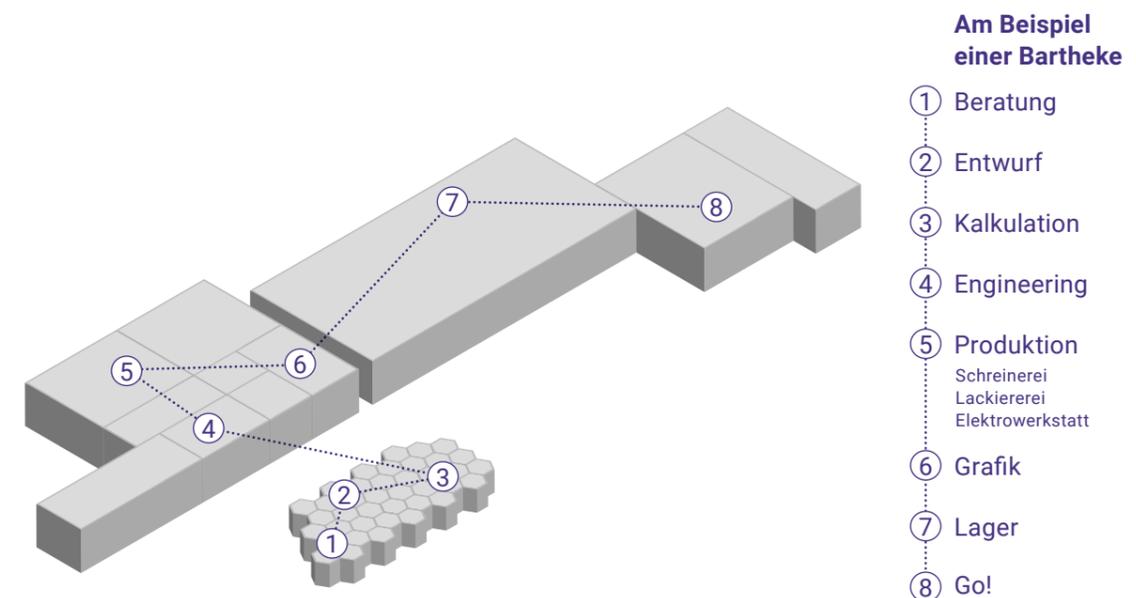
**Marie Eichler**  
duale Studentin

*„Ich freue mich, an dem Projekt Nachhaltigkeit mitwirken zu können und finde es gut, wie mac in unsere Zukunft investiert. Durch den ständigen Input und die Aktualität möchte ich meine kommende Projektarbeit diesem Thema widmen und herausfinden, wie Nachhaltigkeit gut kommuniziert werden kann. Dabei finde ich es besonders spannend, Ihnen und auch anderen Interessenten zu vermitteln, wie wir Nachhaltigkeit leben. Ich bin gespannt auf die vielen Perspektiven, die mir mac auch nach meinem Studium bieten kann.“*

MITARBEITER-  
VERANT-  
WORTUNG  
MOBILITÄT  
MATERIAL-  
EINKAUF  
ABFALL-  
MANAGEMENT  
LIEFERANTEN-  
MANAGEMENT  
CO<sub>2</sub>-EFFIZIENZ  
ROI  
ENERGIE-  
EFFIZIENZ

## 2. Nachhaltigkeit als Teil der DNA

Vor vielen Jahren stellten wir uns bei mac bereits die Frage, wie man die Nachhaltigkeit eines Live Kommunikationsanbieters messen kann. Bislang gibt es keinen globalen Standard und kein definiertes Bewertungssystem. Unsere Bemühungen entwickelten sich zunächst organisch aus der Überzeugung der Geschäftsführung und Belegschaft heraus, dass wir Verantwortung übernehmen müssen und diese sich auch für uns auszahlt.

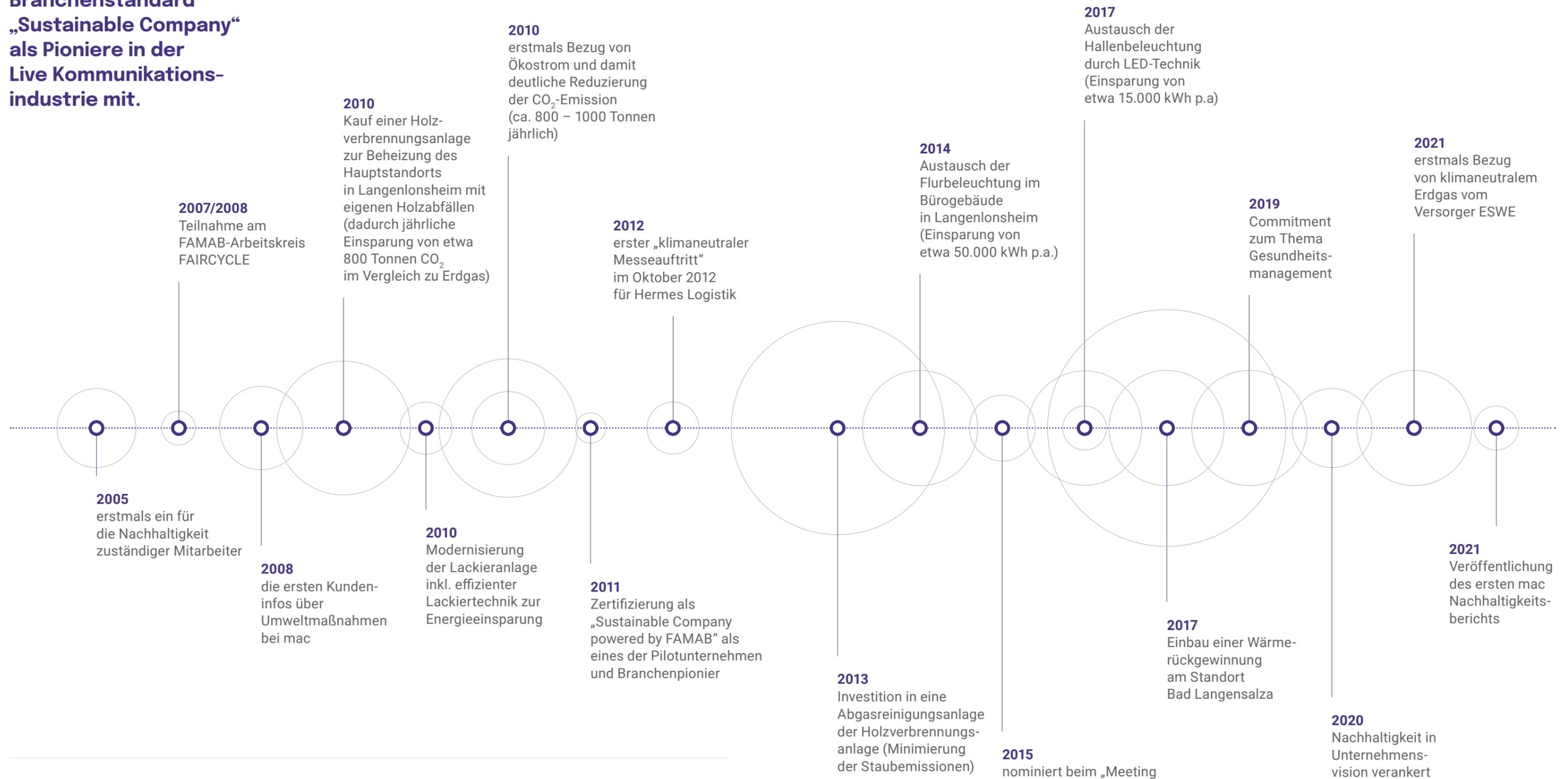


Die Basis bildet unsere außerordentliche Wertschöpfungstiefe. Wir entwickeln, konstruieren und bauen an unserem integrierten Planungs- und Produktionscampus in Langenlonsheim – mit Halberzeugnissen und Rohstoffen, die vorzugsweise aus der Region bezogen werden. Durch die moderne Fertigung, das hochtechnisierte Lager und Recycling- sowie Verwertungs-

möglichkeiten am Standort arbeiten wir bereits jetzt überwiegend zirkulär. Dank dieser hohen eigenen Wertschöpfung haben wir die bestmögliche Kontrolle und können unsere außerordentliche Qualität gewährleisten. Darüber hinaus verhindern kurze Wege der Komponenten von der Planung bis hin zur Fertigung weitere Umfahrungen, die bei der sonst üblichen subunternehmer-

orientierten Fertigung entstehen. Das schont nicht nur die Umwelt, sondern schafft auch eine höchstmögliche Transparenz über die gesamte Produktion. Sie möchten den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck Ihres Messeauftritts oder einer individuellen Messtheke wissen? Wir können ihn ermitteln.

**Bereits 2011 entwickelten wir den Branchenstandard „Sustainable Company“ als Pioniere in der Live Kommunikations-industrie mit.**



**Tobias Mannhold**  
Nachhaltigkeitsbeauftragter

*„Nachhaltigkeit bedeutet für mich, dass wir lernen, so zu leben und zu wirtschaften, dass es innerhalb der natürlichen Grenzen unserer Erde dauerhaft möglich ist. Dass wir hierfür gute Ideen und innovative technische Lösungen brauchen, ist für mich zwingend – aber ohne die Menschen wird es niemals funktionieren. Und in dieser Kombination liegt für mich die große Faszination der Aufgabe!“*

## CO<sub>2</sub>-Einsparungen in Relationen

CO<sub>2</sub>-Einsparung durch Heizen mit Holzabfällen anstelle von Gas (2010–2020)

entspricht ... etwa 2150 Hin- und Rückflügen Frankfurt–New York (3,068t CO<sub>2</sub> gem. atmosfair.de)



CO<sub>2</sub>-Einsparung durch Grün- statt Graustrom (2010–2020)

entspricht ... etwa 56 Mio. km mit dem Mittelklasseauto (7,4l/100km Verbrauch) Das ist die Strecke gut 1.300-mal um die Erde



Stromeinsparung durch Umstellungen auf LED seit 2014

entspricht ... dem Jahresverbrauch von etwa 80 Vier-Personen-Haushalten (bei 3.000 kWh/a, Quelle: Stromspiegel 2020)



### Nachhaltigkeit messbar gestalten

In Ermangelung einer etablierten Branchen-Benchmark haben wir 2011 beschlossen, als Pionierbetrieb zu agieren und den Standard „Sustainable Company“ voranzutreiben. So sind wir – als eines der

ersten Messebauunternehmen überhaupt – geprüft und mehrfach über den FAMAB rezertifiziert worden. Ziel dieser Auszeichnung ist es, das breite Themenspektrum einer nachhaltigen Produkt- und Dienstleistungsqualität abzudecken:

Energie- und CO<sub>2</sub>-Effizienz, Abfall, Mobilität, Kommunikation, Lieferanten- und Materialeinkauf sowie neben den ökologischen auch soziale Aspekte werden durchleuchtet. Inzwischen entwickeln wir ein System von KPIs, mit denen wir unsere Bemühungen und Erfolge dokumentieren.



**Sabine Wagner**  
Design

„Ich fahre tatsächlich die allermeiste Zeit mit dem Fahrrad, seit ich 2007 in die Nähe gezogen bin. Zum einen tut es mir gut, zum anderen ist es ein kleiner Beitrag für die Umwelt.“

## 3. Handlungsfelder

In allen drei Verantwortungsbereichen streben wir ein möglichst nachhaltiges Denken und Handeln an. Dabei stellt uns der gelegentlich entstehende Zielkonflikt zwischen ökologischer und ökonomischer Nachhaltigkeit vor besondere Herausforderungen, die unsere Kreativität und Innovationskraft antreiben.



# Sozial nachhaltig handeln



**Unsere Mitarbeiter sind der Motor und das Herz unseres Unternehmens. Unsere Bauten entstehen nicht an vollautomatisierten Maschinen, sie werden durch Menschen entworfen, konstruiert und montiert.**

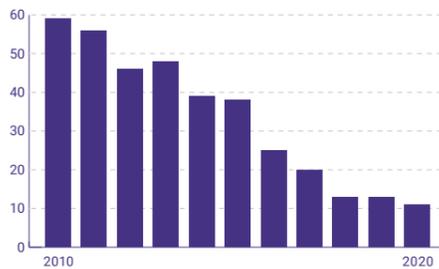
**Aber auch gegenüber der Gesellschaft außerhalb unseres Campus in Langenlonsheim tragen wir Verantwortung und engagieren uns daher über Rheinhessen hinaus für soziale Zwecke und ein gutes Miteinander.**

## Gesundheitsschutz

Die Gewährleistung der Arbeitssicherheit ist unsere oberste Priorität. Wir sind froh über die positive Entwicklung bei den Arbeitsunfällen und streben eine 1000-Mann-Quote (TMQ) von 0 an.

Der Gesundheitsschutz unserer Mitarbeiter ist ein Ziel, das keinen Raum für Kompromisse zulässt. Wir haben das Programm „Gesundes Unternehmen“ der AOK gestartet und arbeiten an der Zertifizierung. Ziel des Programms ist eine kontinuierliche Verbesserung des betrieblichen Gesundheitsmanagements. Eine wichtige Rolle spielt dabei die Ergonomie, insbesondere an den gewerblichen Arbeitsplätzen.

Aber auch regelmäßige Maßnahmen zu „Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz“ wie Zuschüsse zu individuellem Arbeitsschutz, regelmäßige Resilienztrainings oder beispielsweise Lautstärkemessungen tragen zu einem gesunden Arbeitsklima bei.



Anzahl der meldepflichtigen Betriebsunfälle je 1000 Mitarbeiter

## Arbeitnehmerzufriedenheit

Nachhaltige Unternehmensführung setzt einen kontinuierlichen Dialog mit den Mitarbeitern voraus. Bereits seit Jahren haben wir einen Ausdruck für das einzigartige Wirgefühl, das uns mac'ler verbindet: lila Blut. Wir tragen die Verantwortung gemeinsam und lösen Herausforderungen gemeinsam. So geben auch im schwierigen Umbruchsjahr 2020 74 % der Mitarbeiter in einer anonymen Umfrage an, sich aktiv an den Veränderungen zu beteiligen. Die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter messen wir kontinuierlich in unserem „Stärken stärken“ Programm. In der letzten Umfrage gaben 83,3 % der Mitarbeiter an, „sehr gern“ oder „gern“ bei mac zu arbeiten. Ein Wert, den wir weiter steigern möchten.

## Mitbestimmung

Bereits seit mehr als 40 Jahren haben wir einen Betriebsrat, der sich aktiv einbringt. Durch unsere Zugehörigkeit zum Arbeitgeberverband Ernährung Genuss Hessen-Rheinland-Pfalz-Saarland e.V. unterliegen wir der Tarifvereinbarung der NGG (Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten). Das macht uns in unserer Branche derzeit zum einzigen Betrieb, bei dem die Mitarbeiter unter dem Schutz eines Tarifvertrags arbeiten.

## Gesellschaftliches Engagement

Auch in der Region unterstützen wir gern, zum Beispiel indem wir unser Gelände als Übungslocation für die Feuerwehr zur Verfügung stellen. Darüber hinaus leisten wir finanzielle Zuwendungen, beispielsweise an Stiftungen oder soziale Projekte von Partnerunternehmen.

## Nachwuchs sichern durch attraktive Ausbildung

Wir sind der Überzeugung, dass das Know-how und die Fertigkeiten erfahrener Mitarbeiter die höchstmögliche Qualität garantieren. Daher bilden wir selbst umfassend aus. Neben den aktuell acht Ausbildungsberufen in Verwaltung und Handwerk, in denen wir in unserem Betrieb die künftigen Live Kommunikationsprofis ausbilden, sind wir seit 1999 Partner der dualen Hochschule Baden-Württemberg. 58 duale Studenten haben wir im Studium Betriebswirtschaftslehre mit den Fachrichtungen Messe-, Kongress- und Eventmanagement bereits zum Bachelor of Arts begleitet – wovon einer seit Kurzem unsere Geschäftsleitung bereichert. Sechs Studenten befinden sich aktuell in der dualen Ausbildung.

Seit dem Jahr 2008 bilden wir darüber hinaus auch zum Bachelor of Engineering, Fachrichtung Holztechnik, aus. Aktuell befinden sich drei Studenten in der dualen Ausbildung, zwölf haben dieses Studium bereits erfolgreich bei uns abgeschlossen. Mit Unterstützung von Partnerbetrieben war es uns auch in Zeiten der Corona-Krise möglich, die betriebliche Ausbildung sicherzustellen.

## Zahlen und Fakten SOZIAL

**338 Mitarbeiter**  
290 Professionals  
48 Auszubildende  
42 Firmenrentner (15 werden noch Firmenrentner werden)

Unternehmensseitig **geförderte Pensionen**

**Mitarbeiterzugehörigkeit Durchschnittlich: 12,9 Jahre**  
68 Mitarbeiter > 20 Jahre  
26 Mitarbeiter > 30 Jahre  
3 Mitarbeiter > 40 Jahre

Im Regelfall **unbefristete Arbeitsverträge**  
Leiharbeit nur zur Abdeckung von Bedarfsspitzen

**Altersdurchschnitt 41 Jahre**  
heterogen verteilt als Grundsatz unserer Personalpolitik

**227 Männer | 63 Frauen**

7 % der MA sind **teilzeitbeschäftigt**

# Ökologisch nachhaltig handeln

Durch unsere hohe Wertschöpfungstiefe kaufen wir grundsätzlich weniger Dienstleistungen und Produkte zu, als es in der Branche üblich ist. Bei den Materialien und Dienstleistungen, die wir beschaffen, legen wir ein besonderes

Augemerkt auf Nachhaltigkeit. Neben dem eigenen großen Produktionsbetrieb an unserem Standort sehen wir hier die größten Möglichkeiten, unserer ökologischen Verantwortung Rechnung zu tragen.

## mac Campus



600 m

Messe

Kurze Wege vom Design zum fertigen Produkt – alles unter einem Dach

branchenüblicher Prozess

Viele Akteure / unterschiedliche Komponenten / preisgebundene Beschaffung

## Nachhaltige und faire Partnerschaften

Wir streben grundsätzlich eine lange und faire Zusammenarbeit mit unseren Nachunternehmern an. Beispielsweise arbeiten wir mit unseren Partnern in der Montage durchschnittlich schon 30 Jahre zusammen.

Unseren größten Lieferanten, unseren Großhändler für Holz, haben wir bereits seit knapp 40 Jahren an Bord.

Zu einer guten Beziehung gehört für uns, dass wir erbrachte Leistungen zeitnah bezahlen und in Ausschreibungen grundsätzlich etablierten Geschäftspartnern den Vorzug geben.

Auch legen wir den gleichen Wert auf Arbeitssicherheit, Arbeitsverhältnissabsicherung und Materialeinkauf, wie wir es bei uns selbst tun.

Aktuell überarbeiten wir unseren Code of Conduct laufend, um die Anforderungen im Bereich CSR und Sustainability Entrepreneurship bestmöglich abzubilden.

## Möglichst nachhaltige Materialenauswahl

Für Rohstoffe oder Dienstleistungen, die wir beziehen, gelten strenge Einkaufsrichtlinien. Durch das überwiegend lokale Sourcing sparen wir Transportwege und halten die damit verbundenen ökologischen und ökonomischen Auswirkungen unter unserer Kontrolle.

Wir beziehen rund 85 % unserer Holzwerkstoffe aus dem nahe gelegenen Lager unseres Großlieferanten. Dieser ist nach ISO 14001 zertifiziert und hat die freiwillige Beitrittserklärung zum Programm der Energieagentur der Wirtschaft unterzeichnet (CO<sub>2</sub>-Reduktion und Steigerung der Energieeffizienz).

Aktuell verlegen wir jährlich bereits ca. 50.000 m<sup>2</sup> Veloursteppich mit GUT-Gütesiegel. Ziel der GUT ist es, den Umwelt- und Verbraucherschutz während des gesamten Lebenszyklus eines textilen Bodenbelages

– von der Produktion über die Verlegung bis hin zum Recycling kontinuierlich zu optimieren. Derzeit arbeiten wir mit unserem Lieferanten an einer klebstofffreien Verlegetechnik um künftig das sortenreine Recycling zu erleichtern und größere Mengen einem technischen Verwertungskreislauf zuführen zu können.

In unserer Lackiererei arbeiten wir mit Lack- und Dispersionsmischautomaten und erzeugen so projektspezifisch immer die exakt benötigte Menge Farbe. Dabei werden überwiegend Lacke auf Wasserbasis verwendet und so Abfallmengen vermieden. Neue Produkte (insbesondere Farben, Lacke, Klebstoffe, Reinigungsmittel) werden anhand ihrer Spezifikationen auf Gesundheits- und Umweltgefahren geprüft. Nur bei unbedenklichen Eigenschaften bzw. nach Festlegung von Schutzmaßnahmen bekommt das Produkt eine Freigabe für die betriebliche Nutzung bei mac.

**Wir leben lange und faire Partnerschaften – auch mit unseren Nachunternehmern.**



**Silke Engelmann**

Geschäftsführungssekretariat

„Seit fünf Jahren unterstütze ich die evangelische Kirchengemeinde Bad Sobernheim in der Flüchtlingshilfe. Die Kirchengemeinde bietet ein Café als Plattform für alle, die Interesse am Austausch untereinander und mit uns Helfern haben. Für die Kinder gibt es Spiel- und Bastelmöglichkeiten.“

A photograph of a lush, green tropical forest. The foreground is filled with dense foliage, including large, broad-leaved plants. In the middle ground, a valley is visible, shrouded in a thick mist or fog. The background shows more forested hills, with the mist obscuring some of the details. The overall atmosphere is serene and natural.

**Bei mac streben wir  
zirkuläres Wirtschaften  
an, um Ressourcen  
zu schonen.**

Seit 2012 unterstützt mac  
zusammen mit einigen Kunden  
im Rahmen unseres klima-  
neutralen Messestands  
Aufforstungsprojekte in Panama,  
Äthiopien und Kolumbien.

# Unser Kreislauf der Holzwerkstoffe

Bezug der Holzwerkstoffe aus europäischen Wäldern

Verarbeitung zu Boden, Möbelstücken oder Wänden in eigener Schreinerei

Einsatz auf der Messe

Einlagerung oder direkte Wiederverwertung für Projekte

Verbrennung in hauseigener Anlage für Wärmeerzeugung oder fachgerechte Entsorgung

Abbau und Rücktransport zu mac

**Materialien werden möglichst lokal bezogen, um die ökologischen Auswirkungen gering zu halten.**

## Ökologisches Handeln am Standort Langenlonsheim

Die Wiederverwendung von Materialien ist im ressourcenintensiven Messengeschäft unser wichtigster Grundsatz, um möglichst nachhaltig zu agieren. So sind ca. 50 % der Materialien aktuell wiedereinsatzbar – und wir arbeiten ständig an neuen Ideen, um dies noch zu erhöhen.

Durch den Einsatz unserer eigenen Holzabfälle sparen wir jährlich rund 2.300.000 kWh Gas zur Beheizung ein. Alles zusätzlich bezogene Gas wird ab 2021 klimaneutral eingekauft. In der Lackiererei generieren wir 75 % der Wärmeleistung durch ein spezifisch für uns entwickeltes Rückgewinnungssystem mit Wärmerädern. So setzen wir einen Großteil der Abwärme sinnvoll zum Beheizen ein. Durch den Einkauf von Naturstrom mit dem Zertifikat „OK Power“ vermeiden wir rechnerisch rund 800 Tonnen CO<sub>2</sub> pro Jahr. Große Teile der Beleuchtung haben wir in den vergangenen Jahren bereits auf LED-Technik umgestellt und konnten so unseren Strombedarf um 60.000 kWh pro Jahr reduzieren.

Unsere Lösung, so wenig wie möglich zu vernichten und möglichst viel wieder einzusetzen, spart auch Emissionen durch eine geringere Anzahl benötigter Beförderungen. Am Beispiel der thermischen Verwertung unserer Holzabfälle kommen so etwa Transporte von 100 Großcontainern pro Jahr zusammen. Was dennoch übrig bleibt und auch als Verpackungsmaterial oder Kantenschutz keine neue Verwendung mehr finden kann, scheidet wir in 15 Abfallfraktionen. Unser Vertragsentsorger sortiert dann selbst noch einmal den sogenannten Restmüll in die einzelnen Wertstoffbestandteile, um die Umwelt weiter zu entlasten.

Um Kunden und Mitarbeitern das Aufladen von E-Autos und E-Bikes zu vereinfachen, erweitern wir aktuell die Infrastruktur im Rahmen des eMobility-Konzeptes unseres Fuhrparks.

Die Umsetzung unserer neuen „Green Car Policy“ ist ein weiterer Meilenstein auf dem Weg zum völligen Abstand vom Einsatz fossiler Brennstoffe. Ein wichtiges

Ziel ist, dass der CO<sub>2</sub>- und Stickstoffdioxidausstoß deutlich unter dem Europäischen Durchschnitt liegt.

## Nachhaltigkeit auf Projektebene realisieren

Gemeinsam mit unseren Kunden haben wir bislang rund 30 Projekte klimaneutral realisiert – und damit 1000 t CO<sub>2</sub> neutralisiert.

Seit 2012 bieten wir über CO<sub>2</sub>OL (<https://www.co2ol.de/>) den klimaneutralen Messestand an. Für etwa 2 % der Auftragssumme sind wir in der Lage, die von uns geplanten Messestände emissionsfrei umzusetzen. Dabei wird auf Projektebene die CO<sub>2</sub>-Belastung ermittelt und die entsprechende Menge über Klimaprojekte mit sozialen Benefits ausgeglichen.

Ebenfalls können wir über alle im Standbau verwendeten Mengen und Stoffklassen Auskunft geben, um so die Nachhaltigkeitsziele unserer Kunden mit größtmöglicher Transparenz zu unterstützen.

## Zahlen und Fakten ÖKOLOGIE

**190.000 m<sup>2</sup> Spanplatten aus nachhaltigem Engagement** pro Jahr

**1000t CO<sub>2</sub>** durch den Einsatz klimaneutraler Messestände kompensiert

**Einsparung von 60.000 kWh** Strom durch Modernisierung der Beleuchtungsanlagen

Sortierung von **15 verschiedene Abfallfraktionen**

Vergleichsweise **emissionsarmer Fuhrpark**



**Torsten Weis & Team**  
CAD

„In Zeiten eines starken Rückgangs des Insektenbestandes hatten wir den Gedanken, die heimische Vogelwelt etwas zu unterstützen. Wir bieten deshalb ganzjährig eine Futterquelle an, denn nicht nur im Winter, sondern vor allem während Brut und Aufzucht besteht ein erhöhter Energiebedarf.“

# Ökonomisch nachhaltig handeln

**Ausgestattet mit 6 Millionen Euro Eigenkapital, steuern wir stabil durch unruhige Zeiten. Unsere vor Corona hervorragende Eigenkapitalquote ist auch nach Corona noch solide. Wir sind stolz darauf, dass wir seit 1996 operativ in jedem Jahr, ausgenommen das Sonderjahr 2020, Gewinn erwirtschaften konnten.**

## Effizienzen schaffen durch Investitionen

### Nachhaltige Investitionsstrategie

Von unserem Ertrag investieren wir kontinuierlich in unsere Gebäude und Anlagen. In der letzten Dekade haben wir durchschnittlich 3,3 Millionen Euro jährlich investiert, beispielsweise durch die Installation einer Kantenanleimmaschine für rund 800.000 Euro im Jahr 2019. Diese Investitionen sichern auf Jahre die hohe Qualität und Leistungsfähigkeit unserer Fertigung.

Im Jahr 2020 haben wir neben einem neuen hochautomatisierten Plattenlager mit einem Gesamtinvestitionsvolumen von rund 400.000 Euro unsere interne Logistik optimiert. So sparen wir Umfuhren und damit auch Emissionen. Unsere Investitionen sichern die höchste Qualität und sorgen für optimale Arbeitsabläufe. Kurze Wege schaffen Effizienzen und generieren direkten Kundennutzen.

### Nachhaltige Kundenbeziehungen

Naturgemäß finden oft Unternehmen mit ähnlichen Werten ihren Weg zu mac. Wir sind stolz auf viele bedeutende Kunden, die wir bereits seit den 1980ern regelmäßig beraten dürfen.

Diese Langfristigkeit zahlt sich nachhaltig aus. Zum einen sparen wir so beiderseits Opportunitätskosten, da unsere festen Kundenteams die Zielmärkte und internen Abläufe unserer Kunden hervorragend kennen. Dies sichert eine optimale Beratung. Zum anderen schaffen wir Synergien, indem wir die Materialien der Kunden mehrfach – oft über Jahre – wiedereinsetzen.

Diese Effizienzen zahlen sich insbesondere bei ressourcenintensiven Projekten aus und lassen uns langfristig auch durch schwierige Zeiten gemeinsam mit unseren Kunden erfolgreich sein.

Unsere größten Kunden betreuen wir durchschnittlich bereits seit 25 Jahren!



### Zahlen und Fakten ÖKONOMIE

**Eigenkapital** in Höhe von **6 Millionen Euro**

Gebäude, Anlagen und Ausstattung sind **Unternehmenseigentum**

**Gesamtinvestitionen der letzten zehn Jahre von rund 33 Millionen Euro:**

- Kantenanleimmaschine
- Plattenlager in der Schreinerei
- Modernisierung Beleuchtung

**Langjährige Kundenbeziehung**



**Torsten Wolf**  
Verkaufsleitung

„Von 2013 bis 2019 haben wir unseren Frühjahrsgruß in Form von jungen Bäumen an unsere treuen Kunden versendet. Darunter waren Apfel-, Orangen-, Kirsch- und Birnbäume und auch Magnolien- und Olivenbäume sowie Weinreben. Die Reaktion unserer Kunden war dabei äußerst positiv – die damit verbundene Intention der fruchtbaren Kundenbeziehung kam gut an, und ganz nebenbei haben wir der Natur im Laufe dieser Zeit rund 5.000 Bäume zugeführt. Das können wir durchaus als „doppelt nachhaltig“ betrachten - genügend Bäume für rund 1,5 Hektar Wald.“