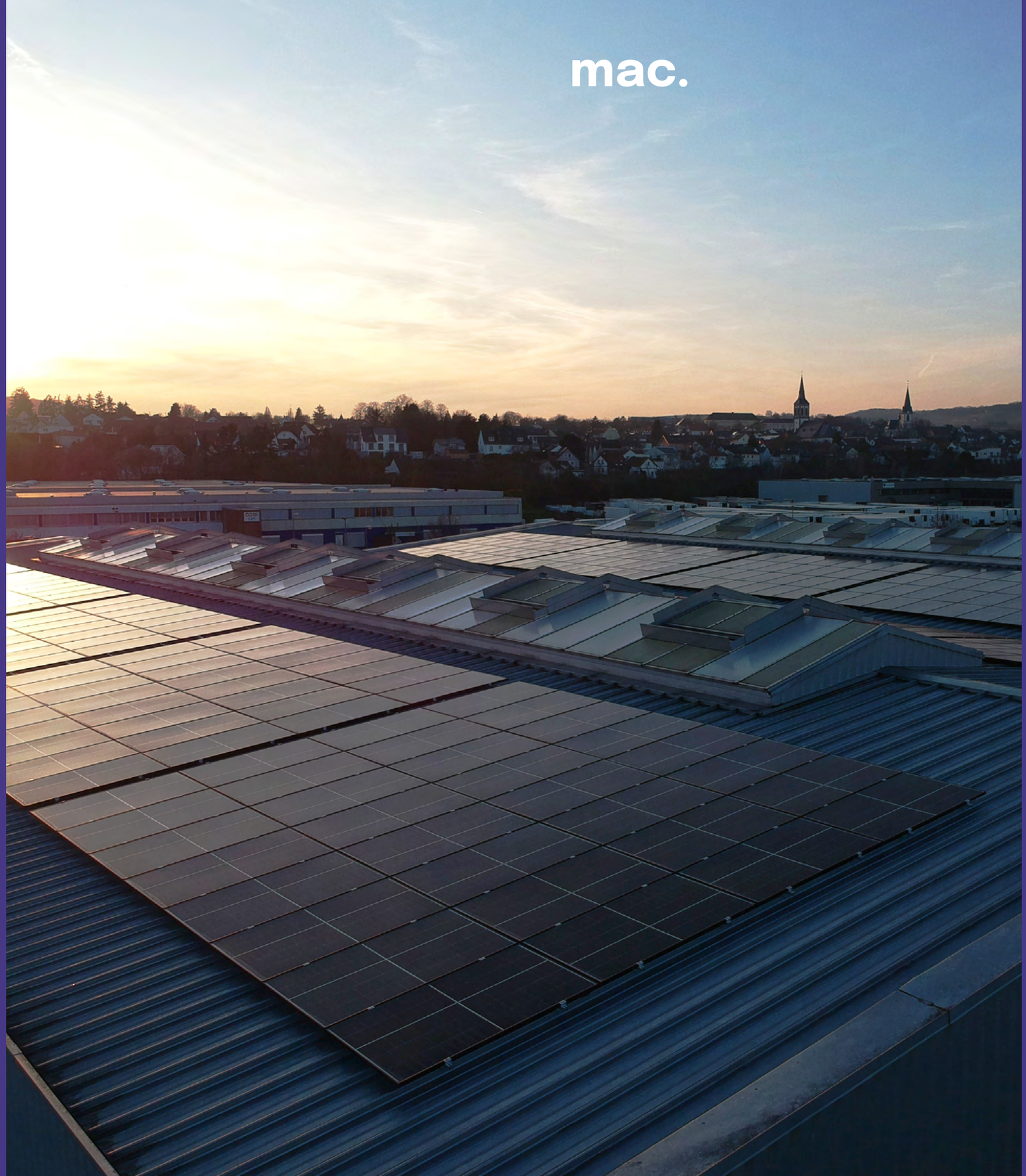
mac.



Sustainability Report

2023

Stand der Dokumentation: 31. Dezember 2022
Alle Fakten werden jährlich aktualisiert.
Release: 31. März 2023

Sehr geehrte Kunden und Partner,

Nachhaltigkeit war 2022 eines der großen gesellschaftlichen Treiberthemen. Es prägte den öffentlichen Diskurs auf allen Ebenen, die Gesetzgebung und nicht zuletzt das Geschehen in den Betrieben, auch bei uns. Nachhaltigkeit ist in aller Munde, das haben wir aus vielen Gesprächen und Ihren Reaktionen auf unseren Nachhaltigkeitsbericht 2022 mitgenommen, für den wir noch mehr Anerkennung und positives Feedback als bei seinem Vorgänger erhalten haben. Ganz herzlichen Dank dafür!

Da ESG bei vielen Kunden mit einem hohen Beratungsbedarf einhergeht, haben wir unsere Kapazitäten verstärkt und in unserem neuen Team „sustainable. brand spaces“ gebündelt. Um Ihrem Bedarf nach Workshops, Reportings, Informationen und Bilanzierungsprozessen gerecht zu werden, beschäftigen sich mittlerweile fünf Mitarbeiter in Vollzeit mit diesen Fragestellungen und erlauben es uns damit, auch in Zukunft unserem Anspruch gerecht zu werden und bei diesem Thema voranzugehen.

Mehr Kompetenz rund um Nachhaltigkeit in der Live-Kommunikation gibt es in unserer Branche wahrscheinlich nirgendwo.

Zu den weiteren, besonders erfreulichen Erlebnissen des letzten Jahres gehört die Erkenntnis, dass Live-Kommunikation wirklich gebraucht wird. Die Nachfrage nach unseren Services war im Jahr 2022, nachdem Veranstaltungen wieder stattfinden konnten, riesig. Das Bedürfnis der Menschen, sich zu treffen, sich über Produkte, Marken und Lösungen auszutauschen, war und ist groß.
Dazu beigetragen haben sicherlich Faktoren wie die Tatsache, dass im Jahr 2021, das noch weitgehend messefrei war, 54 % aller Aussteller weniger Neuaufträge verzeichneten. Die Markenbekanntheit litt und obwohl virtuelle Formate als Ersatz für echte Events stattfanden, hat sich der gewünschte und gewohnte Erfolg nicht eingestellt.
Bei vielen Unternehmen ist die Erkenntnis geblieben, dass der digitale Weg keine Live-Events ersetzen kann.
Es ist klar geworden, dass Messen einen immensen Anteil am Erfolg eines Unternehmens, einer Marke haben.
Ein Grund, warum über die Hälfte aller Aussteller in Zukunft noch aktiver werden will und mehr Veranstaltungen realisieren möchte.

In mancherlei Hinsicht haben sich die digitalen Werkzeuge jedoch bewährt. Nicht als Ersatzlösung, sondern vielmehr als Möglichkeit, Events über den Messe-Zeitraum hinaus zu verlängern und den dort generierten Content umfassender nutzbar zu machen. Schließlich lassen sich mit digitalen Lösungen eine nahtlose Kommunikation zwischen den Live-Events kreieren und weitere Touchpoints schaffen.
Das ist eine spannende Entwicklung, die wir mit innovativen Formaten mitgestalten.

Was bleibt noch zu erwähnen? Wir freuen uns auf unseren runden Geburtstag in diesem Jahr: mac gibt es nun schon ein halbes Jahrhundert und das werden wir natürlich feiern. Wie genau? Lassen Sie sich überraschen.

Mit herzlichen Grüßen

Stefan Trieb
CEO

1 Nachhaltigkeit – Ein wesentlicher Charakterzug von mac.

S. 1 sustainable. brand spaces
Nachhaltiger Zuwachs

2 Für die Zukunft gedacht

S. 7 Nachhaltig zertifiziert: ISO 20121

3 Handlungsfelder

sozial

S. 13 Null Arbeitsunfälle als Ziel
Optimierte IT-Struktur
Mitarbeiter als Prozessbegleiter
Unsere Azubis
Willkommener Personalkauf

ökologisch

S. 17 Sustainable Tracking
Carbon Footprint
Umweltfreundlichere Beleuchtung
eMobilität
mac-Bienen

ökonomisch

S. 25 Nachhaltige Investitionen
Verbesserte Lagerorganisation
Zukunftssichernde Gesamtinvestitionen

SUSTAINABILITY REPORT 2023

Nachhaltigkeit

– Ein wesentlicher Charakterzug von mac.

„sustainable. brand spaces“ als eigener Bereich für noch mehr Nachhaltigkeit

Da der Beratungsbedarf in Sachen Nachhaltigkeit immer größer wird, haben wir alle Mitarbeiter, die sich mit diesem Thema beschäftigen, in einem neuen Team zusammengefasst: den **sustainable. brand spaces**.
Hier arbeiten mittlerweile fünf Vollzeitkräfte ausschließlich auf ESG-Themen und unterstützen Kunden noch umfassender bei der nachhaltigen Realisierung ihrer Projekte. Dabei steht nicht nur die Entwicklung im Fokus, sondern vor allem auch die richtige Kommunikation der nachhaltigen Assets, die sich über die Events hinaus einsetzen lassen. Ein Beispiel hierfür sind digitale Projektsteuerungstools wie der mac-hub, der im März 2023 in den Einsatz geht und den Carbon Footprint eines Projektes trackt und offenlegt.

Für eine nachhaltige Kommunikation.

Um das leisten zu können, ist eine tiefe Kenntnis der gesetzlichen Vorgaben und eine Vertrautheit mit dem Stand der Diskussion in den unterschiedlichsten Fachgremien vonnöten.
Die sustainable. brand spaces folgen den relevanten Publikationen und Gremien und bündeln ihre Erkenntnisse für die verschiedenen Projekte, sodass sich unsere Kunden auf die Contentseite der Live-Kommunikation-Projekte konzentrieren können.

Bei der Integration in die 360°-Kommunikation unserer Kunden stellen wir Kreativität und Glaubwürdigkeit in den Fokus. Von zur Zielbeschreibung über die operative Erarbeitung der Optimierungsschritte bis zum Controlling und zur Kompensation — wir unterstützen Sie bei der Definition und dem Erreichen von Nachhaltigkeitszielen über die gesamte Projektkette hinweg und begleiten Sie gerne über die individuelle Veranstaltung hinaus. Auch bei bereits bestehenden Kundenprojekten haben Sie mit uns einen zuverlässigen Ansprechpartner.

Willkommen im Team!
Unsere neue Abteilung kommt so gut an, dass wir unser Team bereits erweitern konnten. Wir freuen uns sehr, mit Sandra Henze als Sustainability Consultant eine echte Verstärkung im Nachhaltigkeits-Boot zu haben. Sie wird unsere Kunden strategisch beraten, Workshops durchführen und auch interne Projekte, wie den Aufbau der Materialdatenbank, steuern.

Neben der Erweiterung der internen Kompetenzen arbeiten wir mithilfe strategischer Partnerschaften auch mit Experten außerhalb unseres Unternehmens zusammen, um den dynamischen Entwicklungen in diesem Feld Rechnung zu tragen.

DEFINITION NACHHALTIGKEIT

Nachhaltigkeit, ganzheitlich verstanden als das Zusammenwirken von ökologischen, sozialen und ökonomischen Faktoren, ist ein wesentliches Prinzip guter Unternehmensführung.

Wer diese effektiv in Einklang bringt, gestaltet die Zusammenarbeit aller Stakeholder nachhaltig erfolgreich.

»re:think! Wir müssen uns auf alternative Handlungs- und Umsetzungsweisen einstellen, daher brauchen wir eine innovative Kultur und innovatives Mindset in der Live-Kommunikation, um unseren Mehrwert für Kunden, Gesellschaft und Umwelt langfristig zu sichern.«

sustainable. brand spaces

SUSTAINABLE. BRAND SPACES

von links nach rechts

Als Head of sustainable. brand spaces und einer von drei Head of Sales übernimmt **Torsten Wolf** die organisatorische Leitung. Zudem fungiert er als Ansprechpartner für Bestands- und Neukunden.

Mit viel Erfahrung rund um interne Audit- und Qualitätsprüfungen nach ISO 16949, 9001, 14001 ist **Catarina Barroca** für den technischen Part mit Fokus auf Material und Bilanzierung zuständig. Ebenfalls in ihren Arbeitsbereich fallen die CO_2-Bilanzierung sowie interne Nachhaltigkeitsprojekte.

Seit 2005 für das Umweltmanagement bei mac verantwortlich, ist **Tobias Mannhold,** Inhouse-Nachhaltigkeitsmanager, unser Experte für Umwelt, CO_2-Bilanzierung, Energie und Arbeitssicherheit.

Marie Eichler kümmert sich um Nachhaltigkeitsberichterstattung und -reporting, Social-Media-Kanäle und die gesamte Kommunikation. Den Grundstein hierfür hat sie mit ihrem Bachelor-Studium gelegt, in dem der Fokus auf Sustainability in der Live-Kommunikation lag.

Sandra Henze, Betriebswirtin mit Studienschwerpunkt Strategie & Nachhaltigkeitsmanagement bringt, dank ihrer mehrjährigen Erfahrung im agilen Projektumfeld in der IT-Branche und im Nachhaltigkeitsbereich sowie dank 12 Jahren Retailerfahrung in Raumeinrichtung und Management die besten Voraussetzungen mit, um als Sustainability Consultant für Kunden und deren begleitende Agenturen sowie für alle internen Projektpartner zu agieren.

2005
Erstmals ein für die Nachhaltigkeit zuständiger Mitarbeiter

2010
Kauf einer Holzverbrennungsanlage zur Beheizung des Hauptstandorts in Langenlonsheim mit eigenen Holzabfällen (dadurch jährliche Einsparung von etwa 800 Tonnen CO_2 im Vergleich zu Erdgas)

Erstmals Bezug von Ökostrom und damit deutliche Reduzierung der CO_2-Emission (ca. 800 bis 1.000 t jährlich)

2020
Nachhaltigkeit in der Unternehmensvision verankert

2021
Veröffentlichung des ersten Nachhaltigkeitsberichts

2021
Einführung von Kundenworkshops zum Thema Nachhaltigkeit (CO_2-Reduzierung)

2021
Installation unserer ersten elektrischen PKW-Ladestationen auf dem mac-Campus

Januar
2022
Erweiterung der elektrischen PKW-Ladestationen und Ausbau des elektrischen mac-Fuhrparks

November
2022
Zahlung einer Inflationsausgleichsprämie

Dezember
2022
Erster mac-Honig von unseren eigenen Bienen

Dezember
2022
Fertigstellung des 1. Bauabschnitts unserer PV-Anlage

Februar
2023
Komplettierung des Nachhaltigkeitsteams und die Gründung der sustainable. brand spaces

2023
Fertigstellung des 2. Bauabschnitts unserer PV-Anlage

2023
Erfolgreiche Zertifizierung nach DIN ISO 20121

2023
Ausgestaltung unseres Future Labs (Researchlab/ Showroom/ Workspace)

Für die Zukunft gedacht

»Die Entscheidung, unsere Prozesse nach ISO 20121 anzupassen und zertifizieren zu lassen, wird mac kontinuierlich auf ein neues Nachhaltigkeits-Level heben. Das ist für mich ein weiterer Meilenstein in meinen bereits 18 Jahren, in denen ich Nachhaltigkeit bei mac vorantreiben darf. Darauf bin ich stolz.«

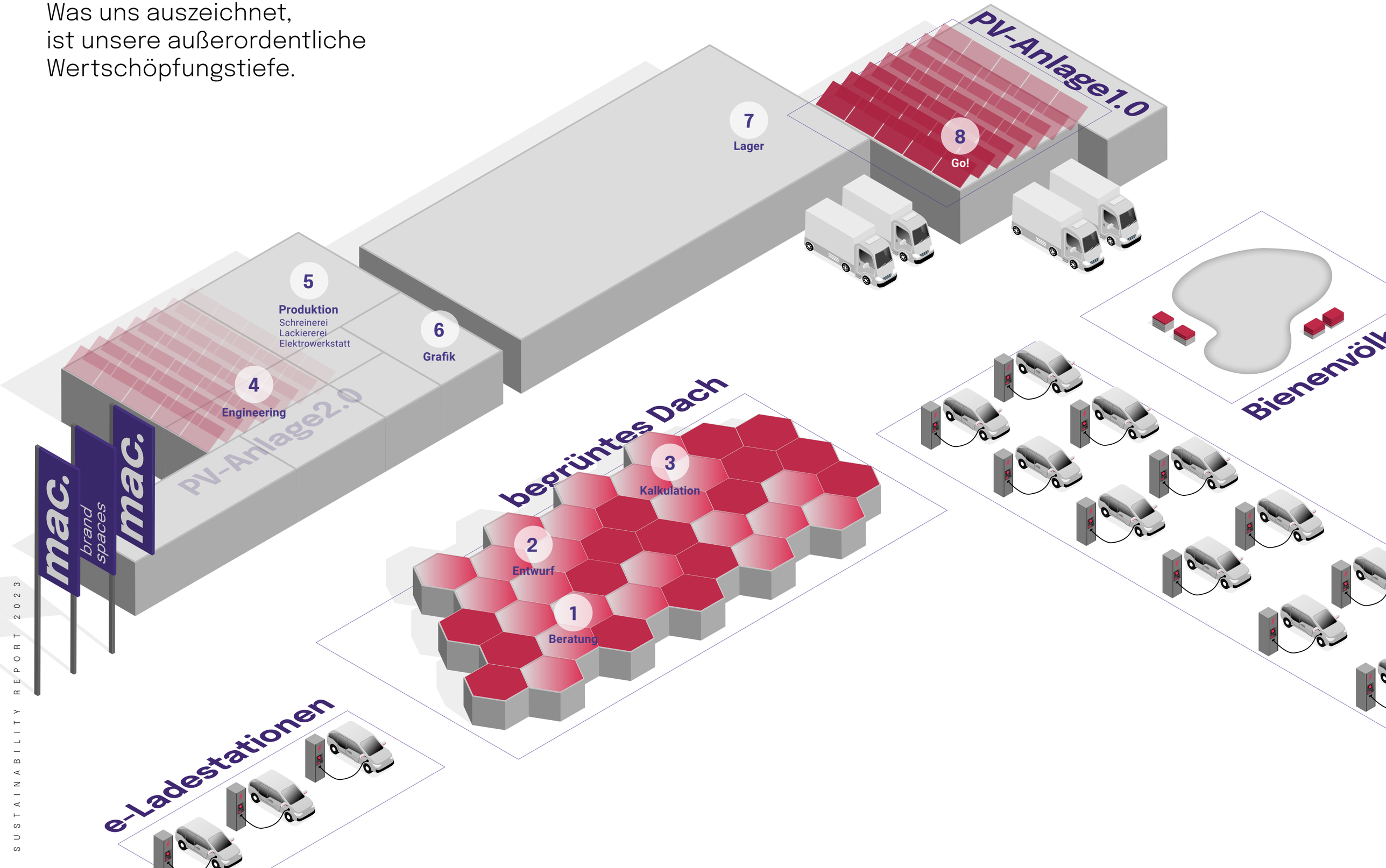
Tobias Mannhold
Head of Building Services & CSR Officer

ISO 20121 — Nachhaltig zertifiziert
International bekannt und glaubwürdig: Die ISO 20121 ist für uns und unsere Branche das passende Managementsystem, um nachhaltiges Handeln im Unternehmen zu verankern — bei Mitarbeitern, Partner und in jedem einzelnen Projekt.
Aus diesem Grund streben wir die Zertifizierung nach dieser Norm an, da sie Nachhaltigkeit mit ihren drei Säulen Soziales, Ökonomisches und Ökologisches als Ganzes betrachtet. Die ISO 20121 hat das Potenzial, zum neuen Standard der globalen Veranstaltungsindustrie zu werden und wurde erstmals zu den Olympischen Spielen in London angewandt. Wir möchten eine Vorreiter-Rolle einnehmen und als Treiber für mehr Nachhaltigkeit in der Branche fungieren, wie wir das bereits 2005 mit der Etablierung des Sustainable Company Zertifikats der FAMAB Stiftung getan haben.

Unser ambitioniertes Ziel ist es, die Zertifizierung bis November 2023 abzuschließen.

Wir wollen damit einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess in Gang setzen, der bei allen Stakeholdern des Unternehmens den Veränderungsprozess unterstützt. Die jährlichen Audits und die 3-jährlichen Rezertifizierungen sichern diesen kontinuierlich ab. Transparenz und Kommunikation nach innen wie außen sind dabei wichtige Maßnahmen, die auch bei der Einführung der Standards eine wichtige Rolle spielen. Dafür haben wir ein internes Leitungsgremium gebildet, in dem alle Fach- und Stabsabteilungen sowie unsere Nachhaltigkeitsexperten und die Geschäftsführung aktiv beteiligt sind.

Was uns auszeichnet,
ist unsere außerordentliche
Wertschöpfungstiefe.



Handlungsfelder

Wir denken und handeln nachhaltig …

… in ökologischer, sozialer und ökonomischer Hinsicht. Ein Anspruch, der unsere ganze Kreativität und Innovationskraft fordert – vor allem, weil ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit nicht immer die gleiche Sprache sprechen.

sozial

Family Owned Business

werteorientiert

langjährige Kundenbeziehungen

Ausbildungsbetrieb

aktive Mitarbeitervertretung

tarifgebundene Bezahlung

ökologisch

energie- und ressourcen-schonende Fertigung

gelebte Kreislaufwirt-schaft (Re-/Upcycling)

Mehrfacheinsatz als Leitprinzip

ökonomisch

hohe Wertschöpfungstiefe

solide Eigenkapitalausstattung

Gebäude, Anlagen und Ausstat-tung sind Unternehmenseigentum

sozial

Unfallfrei und gesund
Wenn es um nachhaltiges Handeln im sozialen Bereich geht, haben wir als erstes unsere Mitarbeiter im Blick. Sie sind der Herzschlag unseres Unternehmens und der Grund für unseren täglichen Erfolg. Deshalb ist und bleibt bestmöglicher Arbeitsschutz unsere oberste Priorität. Nachdem die Unfallquote im vergangenen Jahr bereits einstellig war, wollen wir es jetzt noch besser machen: Null Arbeitsunfälle sind unser Ziel für 2023!

Wie in vielen Bereichen ist uns Transparenz auch in Sachen gesundes Arbeiten wichtig. Deshalb streben wir die Zertifizierung als Gesundes Unternehmen durch die AOK an, die uns dabei unterstützt, ein systematisches Betriebliches Gesundheitsmanagement mit nachhaltigen Strukturen zu schaffen und Arbeitsprozesse noch „gesünder" zu gestalten.

Optimierte IT-Infrastruktur für noch mehr Transparenz. Mit dem Ziel, zukünftiger noch nachhaltiger arbeiten zu können und Logistik, Produktion und Vertrieb besser miteinander zu vernetzen, haben wir das Projekt „Digital TakeOff" gestartet.

Dafür haben wir unsere komplette IT-Infrastruktur neu aufgesetzt, intern alle Prozesse geprüft und vieles verändert. Von Anfang an war uns dabei eine hohe Beteiligung unserer Mitarbeiter besonders wichtig. „Betroffene zu Beteiligten machen" lautet also die Devise, weshalb die aktuellen Pilotprojekte über sogenannte Digi-Lotsen umgesetzt und gesteuert werden, zu denen rund 10 % aller Mitarbeiter gehören.
Nur so können Lösungen vom Anwenderproblem her gedacht werden. Und die ersten Ergebnisse geben uns recht: Schon jetzt führt das neue Informationsmanagement zu einer deutlich größeren Projekttransparenz, höherer Zufriedenheit, Demokratisierung von Wissen — und damit nicht zuletzt auch zu einem Abbau von Hierarchien. Ebenfalls ein Pluspunkt für unsere Mitarbeiter: Durch die Umstellung auf Microsoft 365 und Citrix werden wir mobiles Arbeiten in Zukunft völlig unkompliziert möglich machen.

Gleiche Chance für alle:
Mitarbeiter als Prozessbegleiter
Zudem haben die Prozessanalysen zu einer Änderung in unserer Arbeitsweise geführt. Beispielsweise haben wir die Funktion des „PO — product owner" mit interdisziplinären Projektteams bei uns eingeführt. Das bedeutet: Unabhängig von Hierarchie und Titel hat jeder Mitarbeiter die Möglichkeit, einen Prozess gesamtverantwortlich zu begleiten und so über den eigentlichen Aufgabenbereich hinauszuwachsen. Das war ein großer Motivationsmotor, den wir quer durch unser ganzes Unternehmen hinweg angeworfen haben.

Neu ist auch die Funktion des Business-Analysten, den wir im IT-Team angesiedelt haben. Er hilft dabei, Projekte ganzheitlich zu analysieren und stetig Potenziale zu heben. Auf diese Weise steigern wir unsere Effizienz weiter, um attraktiv in unserer Kostenstruktur zu bleiben.

Personalkauf: Ein zweites Leben für unsere Produkte
Manchmal — z. B. wenn man das komplexe Steuerrecht berücksichtigen muss — ist es schwer, Gutes zu tun. Doch in Abstimmung mit unserem Betriebsrat, den Wirtschaftsprüfern und Steuerberatern haben wir schließlich einen Weg für den Wiedereinsatz von nützlichen Gütern gefunden, welcher der Umwelt und unseren Mitarbeitern nützt: Im Rahmen eines untadeligen Prozesses können diese nun Verwertbares aus dem Messerücklauf für kleines Geld erwerben. „Second Life" für Messegut, das am Ende seines Lebenszyklus angekommen ist. Und, wie zu erwarten: Unser Personalkauf floriert! Von Oktober 2022 bis Ende Januar 2023 gingen schon 230 Verkäufe über den Online-Ladentisch und damit über 230 Produkte weniger in die Verschrottung.

ZAHLEN UND FAKTEN

286 Mitarbeiter
267 Professionals
19 Auszubildende

44 Firmenrentner

Unternehmensseitig **geförderte Pensionen**

Mitarbeiterzugehörigkeit durchschnittlich: 12,65 Jahre

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

Altersdurchschnitt 41 Jahre, heterogen verteilt als Grundsatz unserer Personalpolitik

215 Männer | 71 Frauen

11 % unserer Mitarbeiter sind **teilzeitbeschäftigt**

Unsere Azubis – unsere Zukunft

Wer möchte, dass die Unternehmenswerte auch in Zukunft Bestand haben, muss rechtzeitig für die Menschen sorgen, die diese Ideen weitertragen, weiterleben und weiterentwickeln. Das tun wir durch eine hohe Ausbildungsquote.

Und wir gewinnen neue Auszubildende und duale Studenten durch vielfältige Aktivitäten– zum Beispiel durch unsere Teilnahme an der „Nacht der Ausbildung“, zu der wir Schüler und Eltern nach Feierabend eingeladen haben, um uns durch Gespräche und einen Rundgang durch unsere Räumlichkeiten kennenzulernen.

Dass wir unsere Rolle als Ausbildungsbetrieb besonders ernst nehmen, beweisen auch die Ausbildercoachings, an denen mindestens ein Ausbilder aus jedem Bereich teilnimmt. Innerhalb eines Jahres werden unserer Ausbilder in insgesamt fünf Modulen in der Gabe von Feedback, in Coachingmethoden oder auch im Recruitment geschult – mit dem Ziel, unsere Azubis noch besser durch ihre Ausbildung zu begleiten.

Darüber hinaus fiel im Sommer 2022 der Startschuss für unsere erste „Kampagne Ausbildung“. In einem bunt gemischten Team, das vom Junior-Projektleiter bis zum Geschäftsführer reicht, wurden alle Zielgruppen analysiert und passende Ansprachen entwickelt. Daraus ist unser neues Recruiting-Design entstanden, das wir bei verschiedenen Veranstaltungen bereits erfolgreich getestet haben – so dass wir die Kampagne weiter ausbauen möchten. Dazu gehört zum Beispiel auch die Entwicklung einer Ansprache, die Schüler von den Vorteilen, bei mac ihren beruflichen Zukunftsweg einzuschlagen, überzeugen soll.

Teamwork makes the dream work

Wir sind sehr froh, seit 2022 wieder gemeinsame Events auf unserem Campus veranstalten zu können. Neben einem Gesundheitstag rund um die Themen Jobbike, Rückenschule und ergonomisches Sitzen, haben wir auch erstmals ein Bergfest ausgerichtet, das zukünftig zweimal im Jahr auf dem Höhepunkt der Messesaison gefeiert wird. Außerdem gab es einen stimmungsvollen Weihnachtsmarkt auf unserem mac-Campus.

»Ich war 35 Jahre lang Vertriebsmitarbeiter bei mac und immer beeindruckt von der sehr guten generationsübergreifenden Zusammenarbeit.

Die Jungen lernen aus den Erfolgen und den Niederlagen der Älteren, während ihnen zugleich immer ein offenes Ohr für neue Ideen geschenkt wird. Meines Erachtens einer der Grundpfeiler für die durchweg hohe Mitarbeiter-Zufriedenheit. Ein anderer ist der, dass alle „mac'ler“ denselben Fokus haben: Absolute Kundenzentriertheit und eine nachhaltige Kundenbetreuung – vom Briefing bis zu Standabnahme haben wir immer einen Ansprechpartner, der sich um alles kümmert.

Apropos Nachhaltigkeit: Meines Erachtens war das schon immer ein wichtiges Thema bei mac. Bereits in den 80er-Jahren haben wir Bauteile aufbereitet, eingelagert und wieder eingesetzt und damit schon früh den Mehreinsatz von Standelementen als Handlungsprinzip umgesetzt.

Auch 5 Jahre nach meinem Ausscheiden bin ich noch immer 1 bis 2 Mal pro Jahr vor Ort und freue mich, die Entwicklung auch seit der Krise zu verfolgen. Insbesondere was da im Bereich Digitalisierung passiert, beeindruckt mich nachhaltig und ich freue mich zu sehen, wie mac dadurch ganz neue Kundenkreise bedienen kann.«

Winfried Böhm
Vertriebsmitarbeiter
von 1983–2018 bei mac

Sustainable Tracking – Was sind bessere Alternativen?
Im Messegeschäft kommt eine Vielzahl an Materialien zum Einsatz. Eine Tatsache, die wir nicht ändern können. Was wir jedoch ändern können, ist der Grad der Nachhaltigkeit. Deshalb bieten wir nun die RFId-Technologie an einzelnen Bauteilen an, um eine vollkommene Transparenz über alle eingesetzten Komponenten zu erzeugen. So kann der Messebesucher den Chip des jeweiligen Bauteils scannen und sich über dessen CO_2-Bilanz sowie vergangene und zukünftige Einsatzorte informieren. Der ökologische Fußabdruck der eingesetzten Bauteile ist also schnell präsent und dank unserer Materialbibliothek werden wir immer in der Lage sein, Alternativen anzubieten und zu bewerten.

Weniger CO_2 – Unsere Erfolge! Unsere Visionen!

Unser Ziel: Klimaneutral bis 2030
In unserem Unternehmen wurden im letzten Jahr 765 t CO_2 bilanziert. Auch wenn das ein guter Anfang ist, hätten wir unseren Carbon Footprint gerne noch weiter verringert. Hierfür bedarf es weiterer Fortschritte am Materialmarkt und Lösungen bei der Transportproblematik.
Dennoch halten wir es für realistisch, bis 2030 vollkommen klimaneutral zu agieren. Wir haben schon große Fortschritte in unseren Produktionsprozessen und im Energiemanagement gemacht, ebenso in der Mobilität unserer Mitarbeiter.

Und auch die Kunden ziehen mit
Allein für das erste Halbjahr 2023 rechnen wir mit einer Bilanzierungssumme von 500 bis 600 t CO_2.

Im vergangenen Jahr konnten wir durch Kundenprojekte 622 t $C0_2$ kompensieren. Dies ist eine wertvolle Ergänzung zu den vielen Kompensationsprogramme, die unsere Kunden bereits für ihre eigenen Produktions- und Vertriebsprozesse nutzen. Durch die von uns ermittelten Werte gleichen sie die in ihrem Marketing entstehenden Emissionen aus, entweder durch uns oder über die eigenen Programme.

Wenn Sie mehr über die von uns unterstützen Kompensationsprogramme erfahren möchten, sprechen Sie uns gerne an.

ökologisch

ZAHLEN UND FAKTEN

934 t CO_2 durch den Einsatz erneuerbarer Energie kompensiert

Einsparung von 100.000 kWh Strom durch Modernisierung der Beleuchtungsanlagen

30 % unseres Stromverbrauchs decken wir in Zukunft mit unserer **PV-Anlage** ab

Selbst erzeugter Strom – umweltfreundlich und wirtschaftlich

Auch wenn wir schon zu 100 % Ökostrom aus dem Netz beziehen – wir wollen es noch besser machen und selbst Strom erzeugen. Den Grundstein hierfür haben wir mit dem Bau einer Photovoltaik-Anlage auf den Dächern unseres Service-Centers und der Produktion gelegt.

Eine hohe Investition von insgesamt 500.000 Euro – doch sauberer Strom ist uns das wert. Pro Jahr erzeugt die Anlage rund 200.000 kWh und deckt damit aktuell 15 % des Verbrauchs – mit dem nächsten Bauabschnitt werden es schon 30 % sein.

Da wir weitere PV-Anlagen bauen möchten, prüfen wir aktuell, welche zusätzlichen Dachflächen hierfür infrage kommen oder noch zu ertüchtigen sind. Wir sind am Ball – schließlich gehen wir mit selbst produziertem Strom einen großen Schritt in Richtung nachhaltige Zukunft.

T.M.: „Ein Ladepunkt ist wieder offline und ich habe keine Ahnung warum …"
M.H.: „Ich stelle mir gerade vor, wie ich in einem vollelektrischen Auto und mit fast leerer Batterie an irgendeiner Ladesäule der Nation stehe und es passiert genau das …"
A.O.: „Pionier sein bedeutet auch immer, sich auf Abenteuer einlassen! „

Anekdote aus dem mac-Teams-Chat „e-Mobilisten"

Mit e-Mobilität umweltfreundlich unterwegs

Auch unser neues Mobilitätskonzept treiben wir trotz Schwierigkeiten in der Verfügbarkeit neuer Fahrzeuge weiter voran: Von insgesamt 48 Firmenfahrzeugen sind aktuell 15 teil- oder vollelektrisch unterwegs. Bis Ende 2023 soll unsere mac-Flotte aus 16 und bis Ende 2025 aus 25 zum großen Teil vollelektrischen eAutos bestehen. Ab diesem Zeitpunkt werden wir keine Fahrzeuge mit Verbrennungsmotor mehr anschaffen.

Hierfür haben wir unsere Dienstwagenrichtlinie durch eine Mobilitätsrichtlinie abgelöst, die Anreize zum Wechsel auf nachhaltige Mobilität und den Verzicht auf Firmenwagen fördert. Durch attraktive herstellerunabhängige Mietoptionen sorgen wir dafür, dass genügend attraktive Fahrzeugmodelle im Angebot sind, die auf unserem Campus mit CO_2-neutralem Strom betankt werden können.

In unserem mac-Teams-Chat „e-Mobilisten" können sich alle Nutzer von Elektrofahrzeugen austauschen und gegenseitig unterstützen.

Mehr e-Autos — größeres Ladenetz
Mehr e-Autos erfordern zwangsläufig mehr Ladestationen. Daher werden wir unser Ladenetz kontinuierlich erweitern: Zu den aktuell vorhandenen 15 Ladepunkte sollen bis 2025 weitere 10 hinzukommen. Da die Belastung des Stromnetzes und die Infrastruktur dies entsprechend unterstützen müssen, überprüfen wir laufend entsprechende Erweiterungen und Modernisierungen unserer Infrastruktur.

Für unsere e-Mobilität nutzen wir eine App, die das Verbrauchs- und Ladeverhalten sowie CO_2-Einsparungen anzeigt. Zudem wird es dank der App bald möglich sein, Privatfahrzeuge zu laden, da der Strom exakt abgelesen und abgerechnet werden kann.

e-Bike — Gesund und umweltfreundlich unterwegs
Inzwischen haben mehr als 10 % der Belegschaft via Bike Leasing ein Jobbike über mac bezogen, das sie unter anderem für ihren Arbeitsweg nutzen. Was gut für die Umwelt ist, ist auch gut für die Gesundheit. Die Jobbike-Flotte ist daher auch ein aktiver Beitrag zum Gesundheitsmanagement. Damit die Räder trocken stehen, sind drei Unterstände für Fahrräder auf dem Betriebsgelände in der Vorbereitung, die ebenfalls über Lademöglichkeiten verfügen.

e-Scooter — Unsere Messemobilitätsidee
In diesem Jahr testen wir auf Messen die elektrische Mikromobilität und haben mit Martin Truong unseren Testpiloten gefunden. Er wird mit unserem ersten e-Scooter im Messeeinsatz unterwegs sein. Sollte das Projekt erfolgreich sein, werden wir einen e-Scooter-Pool für Messen aufbauen.

SUSTAINABILITY REPORT 2023

Bienen – bei mac zu Hause

Die im Frühling 2022 bei uns gelandeten neuen Mitarbeiter sind inzwischen in Langenlonsheim heimisch geworden und freuen sich über unsere bienenfreundliche Bepflanzung auf dem Campus.

Sie haben ausreichend Honig erwirtschaftet, um ihre Völker über den Winter zu bringen. Auch eine kleine Ernte für den ersten mac-Honig war drin. Natürlich ohne den nützlichen Insekten unnötigen Stress in ihrem Einzugsjahr zuzumuten.

Wir freuen uns sehr, dass wir seit April 2022 jeden Monat den Vergleichsumsatz des Vorkrisenjahres 2019 übertroffen haben. Das hat uns gutgetan, nach zwei herausfordernden Corona-Jahren, haben diese doch den Bedarf nach unseren Dienstleistungen unterstrichen. Dank strikten Kostenmanagements und effektiver Steuerung konnten wir außerdem den Effekt der stark gestiegener Beschaffungskosten im Interesse unserer Kunden begrenzen.

Noch besser organisiert: Unser Lager
Die Corona-Zeit haben wir unter anderem genutzt, um alle internen Prozesse zu analysieren. Mit dem Ergebnis, dass sich unsere Lagerorganisation heute völlig neu präsentiert. Dabei wurde der Fokus auf die Flexibilität beim Einsatz der Arbeitskräfte und eine sinnfällige Bündelung fachlich zusammengehöriger Organisationseinheiten gelegt.
Auf diese Weise konnten einzelne Tätigkeiten besser miteinander verzahnt und eine stark erhöhte Transparenz erreicht werden. Ein weiterer Vorteil: Unsere neue Lagerstrategie, mit einem zentralen Außenlager, das sich nur 5 km von unserer Zentrale befindet, brachte eine deutliche Reduktion der Umfuhren mit sich.

Positive Auswirkung in der Logistik
Unsere Veränderungen brachten auch in der Logistik weitreichende Verbesserungen bei der Planung sowie Kostensicherheit für uns und unsere Kunden mit sich. Denn je früher allen Beteiligten bekannt ist, welche Transportleistung notwendig ist, desto günstiger können Fremdleistungen eingekauft werden. Rückt das Event näher, wird die Planung weiter präzisiert und so eine optimale Logistik ermöglicht.

Möglichst zentral schicken wir zuerst alle benötigten Materialien, wie zum Beispiel Böden, Veranstaltungstechnik-, Montagehilfsmittel, in konsolidierten Transporten vor, um just-in-time die Montage prozessoptimiert daran anzuschließen. Dank größtmöglicher, durchweg digitaler Ver- und Entladepläne, die auch alle vor- und nachgelagerten Gewerke wie Vertrieb, Produktion und Projekttechnik einsehen können, sind unsere Logistikmitarbeiter in der Lage, das optimale Konfektionieren und Laden der benötigten LKWs effektiv zu steuern. Ganz bewusst haben wir die Entscheidung getroffen, die Disposition als kritische Funktion und die damit verbundene Verantwortung nicht auszulagern.

Durch rundum optimierte Abstimmungsprozesse, zu der unter anderem eine strategische Planung im 14-Tage-Zyklus gehört, profitieren nun alle von einer effizienten und demokratischen Projektkommunikation in der Logistik.

ökonomisch

ZAHLEN UND FAKTEN

Eigenkapital in Höhe von
15,5 Millionen Euro

Gebäude, Anlagen und Ausstattung sind **Unternehmenseigentum**

Gesamtinvestitionen des vergangenen Jahres von rund 3,1 Millionen Euro.
U.a.:
• PV-Anlage
• 18 Ladesäulen
• IT-Infrastruktur

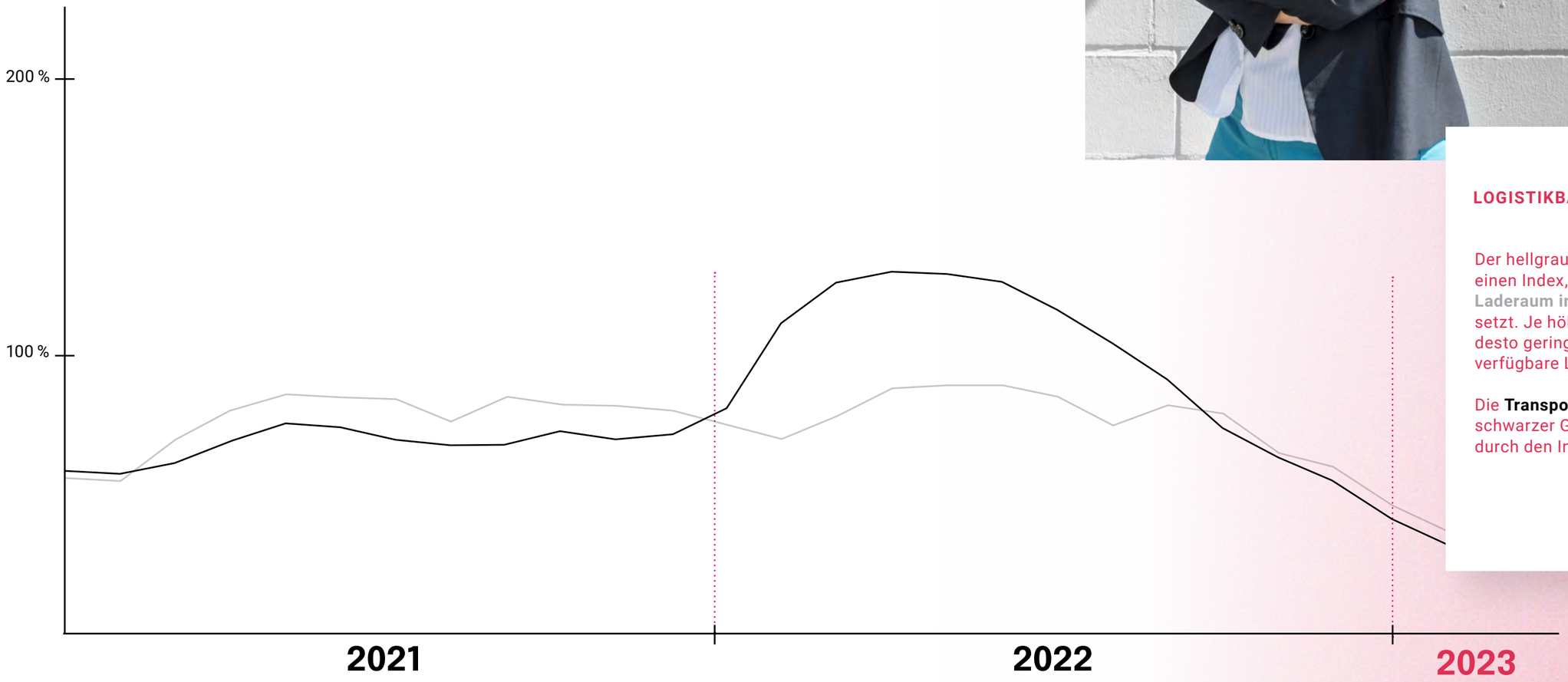
Umsatz von 67,3 Millionen Euro

Langjährige Kundenbeziehungen

Aufgrund der im Jahr 2022 entstandenen Laderaumknappheit – unter anderem verstärkt durch den Ukraine-Krieg, sind die Preise für den verfügbaren Laderaum um bis zu 30 % gestiegen. Seit Herbst 2022 entspannte sich die Lage von Fracht- und Laderaumkapazität auf dem deutschen Markt. Auch für das Jahr 2023 führt sich diese erfreuliche Entwicklung bisher fort und hilft uns, Dispositionen effizienter zu planen und die Kosten auch für Sie nach Möglichkeit anzupassen.

»Durch die täglichen Leistungen des großartigen Teams rund um die Logistik haben wir bisher alle Herausforderungen gemeistert und werden dies auch in Zukunft tun. Optimierung und Digitalisierung der Supply Chain stehen weiterhin ganz oben auf der Agenda!«

Melanie Hagedorn
Director Logistic



LOGISTIKBAROMETER

Der hellgraue Graph zeigt einen Index, der **Ladung und Laderaum in ein Verhältnis** setzt. Je höher dieser Index, desto geringer ist der aktuell verfügbare Laderaum.

Die **Transportpreise,** schwarzer Graph, werden durch den Index beeinflusst.

Bereit für die Zukunft.

2022 war für uns ein historisches Investitionsjahr. Wir haben die Substanz unseres Unternehmens durch nachhaltige Investitionen verbessert, wobei vor allem unser „Digital TakeOff“ zu nennen ist. Ein Großprojekt, in das wir sehr viel Geld gesteckt haben und das sich schon jetzt durch seine vielen positiven Auswirkungen bezahlt gemacht hat. Auch in Zukunft möchten wir den Weg der nachhaltigen Investitionen weitergehen.

Geplant ist zum Beispiel, die für 250.000 Euro installierte PV-Anlage mit einer weiteren Investition in ähnlicher Höhe zu erweitern. Auch der Ausbau der Ladeinfrastruktur unseres eFuhrparks bewegt sich im 5-stelligen Bereich, während der Austausch der Innen- und Außenbeleuchtung eine 6-stellige Summe kostete.

Zu den weiteren Anschaffungen in diesem Jahr gehört ein Flächenschleifautomat für die Produktion, mit derm die Automatisierung vorangetrieben wird und der den Mitarbeitern belastende, staubintensive Tätigkeiten abnimmt.