

SUS TAIN ABILITY REP ORT

2025

● ● ● ● ● **Geschäftsjahr 2024**

Nachhaltigkeit ist der Kern unseres Unternehmens. Mit diesem Bericht geben wir eine freiwillige Selbstauskunft über unsere ESG-Aktivitäten im Geschäftsjahr 2024. Der Bericht orientiert sich am DNK-Standard und richtet sich an unsere Kund*innen und alle interessierten Stakeholder, die mehr über unsere unternehmerische Nachhaltigkeit und die Branche erfahren möchten. Seit 2020 erstellen wir jährlich einen nichtfinanziellen Bericht über unsere ESG-Aktivitäten.

mac. brand
spaces

Geschäftsleitung
mac. brand spaces
Stefan Trieb (CEO),
Jörg Bürkle (COO),
Melanie Hagedorn,
Klaus Pieper und
Alexander Ody



*“It’s not
a trend,
it’s an
attitude.”*

Liebe Leser·innen,

im Geschäftsjahr 2024 haben wir zwei weitere große Meilensteine umgesetzt, die uns als umwelt- und sozialwertebasiertes Unternehmen zukünftig weiter stärken.

Im Frühjahr haben wir die → **Zertifizierung nach ISO 20121** für nachhaltiges Veranstaltungsmanagement abgeschlossen, als erstes Unternehmen in unserem Markt entlang der kompletten Wertschöpfungskette: von der Beratung über die Produktion, Logistik und Montage. Im Rahmen des zweijährigen Verfahrens haben wir unsere Managementprozesse grundlegend überprüft und angepasst. In vielen Workshops wurden alle Unternehmensbereiche und alle Ebenen der Mitarbeiterschaft eingebunden, denn Nachhaltigkeit lebt von der Teilnahme aller. Wir haben dabei einiges an Pionierarbeit geleistet, wie uns von den Auditoren bestätigt wurde.

Erreicht haben wir auch die → **Zertifizierung der AOK in Silber** für Unternehmen mit hoher Arbeitsplatzgesundheit. Ein erfreuliches Ergebnis, das wir mit einem ganzen Bündel von Maßnahmen und Services erzielen konnten: z. B. neue, flexible Arbeitszeitmodelle und -konten oder unseren Familienservice für familiäre und persönliche Notsituationen. Damit entlasten wir unsere Beschäftigten in Drucksituationen – und sorgen messbar für geringere Ausfallzeiten und eine im Branchen- und Regionalvergleich sehr niedrige Mitarbeiterfluktuation.

Aus langjähriger Erfahrung wissen wir, dass Nachhaltigkeit, wenn sie konsequent, glaubwürdig und mit Umsicht verfolgt wird, allen Stakeholdern nützt und sich wirtschaftlich vorteilhaft bemerkbar macht. So haben wir unser Geschäftsjahr 2024 wieder über Plan abschließen können. **Nachhaltigkeitsorientiertes Wirtschaften** minimiert Risiken, fördert Innovationen, stärkt Kundenbeziehungen und steht damit offensichtlich nicht im Widerspruch zu einer gesunden wirtschaftlichen Entwicklung. Hohe Kundenzufriedenheit und viele Pitchgewinne im vergangenen Jahr zeigen uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

Ein weiterer, wichtiger Schritt auf diesem Weg war für uns die → **Übernahme der STANDout GmbH** in Salzburg, die wir zum Jahresende vollzogen haben. So konnten wir unser Angebot im europäischen Messe- und Veranstaltergeschäft stärken. Auch die STANDout GmbH mit ihren rund 130 Mitarbeitenden treibt eine nachhaltige Veranstaltungswirtschaft voran. So hat sie als eines der ersten Unternehmen in ihrem Markt das Austrian Ecolabel Umweltzeichen.at erhalten. Einer von vielen Gründen, warum sie so gut zu uns passt.

Mit so viel Schwung und Zuversicht freuen wir uns mit Ihnen auf ein lebendiges Veranstaltungsjahr 2025!

Die Messebranche ist die Bühne für den persönlichen Austausch, den Aufbau von Netzwerken und die Anbahnung sowie Vertiefung von Geschäftsbeziehungen.

Messen bringen Menschen, Märkte und Ideen zusammen und schaffen dabei jährlich allein in Deutschland rund 231.000 zusätzliche Arbeitsplätze¹.

1.360 Messeplätze
weltweit

70 Messeorte
in Deutschland

330 Messen

über 231.000 Arbeitsplätze

über 11,5 Mio Besucher

**spart ca. 5 separate
Geschäftsreisen**
pro Besucher²

1.549 Projekte
weltweit auf

über 680 Messen

202.000 m²
bebaute Fläche



Sandra Henze
Head of
sustainable
brand spaces

*„Es ist nicht die Frage, ob wir Messen und Events brauchen, es ist das **Wie.**“*

People. Planet. Profit.
Der Dreiklang für erfolgreiche Events.

Die Ansprüche an Live-Veranstaltungen sind gestiegen und erfordern ein neues Denken und Handeln: ressourcenschonend, klimaneutral, gesund für Mensch, Natur und die Artenvielfalt sollten sie sein.

Ebenso ist besondere Kreativität gefragt, um auf begrenztem Raum, in begrenzter Zeit, Besucher*innen und Unternehmen starke Markenerlebnisse zu bieten und den Zugang zu Produkten und Informationen bei maximaler Sicherheit zu ermöglichen. Diese Herausforderungen brauchen synchronisierte Lösungen. Lösungen, die sich positiver auf Menschen und einen gesunden Planeten auswirken.

Daran arbeiten wir auch in diesem Jahr und werden es die nächsten Jahre tun. Unser Ziel: Klimaneutralität bis 2030!

¹H.Penzkofer, ifo 2021, Branchen im Fokus: Messebranche
²AUMA-Studie (2024) „Mehrwert von Messebesuchen: Wie Einzelreisen vermieden werden“

01

über uns.

- 05 **mac.** Gruppe
- 06 Sustainable Development
- 07 Vision
- 08 Handlungsfelder

02

vom campus in die welt.

- 09 Maßnahmen
- 10 Circular Live Marketing
- 11 re:think! strategy
- 12 Best Practice
- 15 Meilensteine

03

ESG.

- E**
- 17 Corporate Carbon Footprint
- 18 Product Carbon Footprint
- 19 Mobilitätsmanagement
- S**
- 20 Mitarbeitende
- 21 Gesundheitsmanagement
- 22 Konditionen
- G**
- 23 Verhaltens- und Sicherheitsregelungen

6 dedizierte Fachkräfte

in unserem Ausschuss für Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagement

über 400 CO₂-bilanzierte Bauteile

für **mac** Messeprojekte, die wir auf alternative Materialien und Lebenszyklus prüfen, um Emissionen zu senken

über 20 Eco-Materialien

im Portfolio, die umweltpositiver wirken und zirkuläre Prozesse ermöglichen und unterstützen

1 Allianz mit Partnern

aus unserem Wissenschafts- und Dienstleisternetzwerk für Forschungs- und Entwicklung von eco-freundlicheren Materialien und zirkulären Prozessen

Scope 3 Berichtsfähigkeit

durch Weiterentwicklung unseres eigenen ERP-Systems bis 2026

Sustainable development.

Unsere Dienstleistung bietet Raum für Austausch, Vielfalt und Verantwortung. Mit unserem hohen jährlichen Auftragsvolumen prägen wir die Messe- und Eventlandschaft in Europa maßgeblich. Dabei hinterlassen wir nicht nur unseren Handabdruck in der Gestaltung beeindruckender Markenerlebnisse, sondern tragen als wirtschaftlich agierendes und profitables Unternehmen eine Verantwortung für Natur, Mensch und Wirtschaft (ESG).

Unsere Green Economy Ausrichtung.

Zur Umsetzung unserer nachhaltigen Geschäftspolitik setzen wir auf ein Integrales nachhaltiges Managementsystem. So erhöhen wir weiterhin den Digitalisierungsgrad im Unternehmen, setzen den Fokus auf die Umsetzung der Circular Economy Prinzipien und investieren in Forschung und Entwicklung. Unser Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagement leitet und überwacht die operative Umsetzung und Wirkung der ISO 20121 – unser nachhaltig qualitätsausgerichtetes Managementsystem.

Circular Economy Potenzial

+0,3 %

Wachstum für Deutschland¹

+1 %

Wachstum für Europa²

bis zu -45 %

Emissionen einsparen³

700.000

neue Arbeitsplätze⁴

¹ BCG (2020): CIRCelligence- Its time to close our future resource loops

² Ellen MacArthur Foundation & Mc Kinsey (2015): Growth Within- A circular economy vision for a competitive Europe.

³ Ellen MacArthur Foundation (2021): Completing the picture- How the circular economy tackles climate change

⁴ Europäisches Parlament (2023): Bericht über den Aktionsplan für die Kreislaufwirtschaft – Zustand und Ausblick (A9-0343/2023)

“Sustainability lives in every relationship we build.”

our vision

Bei allem, was wir gestalten und auf den Weg bringen, bewegen wir uns in den ESG-Dimensionen. Sie sind integraler Bestandteil unseres Managementsystems und werden in allen Phasen unserer Wertschöpfungskette berücksichtigt. Unser Ziel: **umweltgerechtere Entscheidungen bewusst treffen**, Dialoge zu Nachhaltigkeit fördern, in Menschen und Technologien investieren und gute Geschäftsbeziehungen weiter ausbauen.



Alexander Ody
Director Business
Development

“**Values** define who you are.”

Leitbild

Nachhaltigkeit ist seit 2020 in unserer Unternehmensphilosophie fest verankert. 2023 haben wir unsere Werte gemeinsam mit Mitarbeitenden aus allen Bereichen weiterentwickelt. Das Ergebnis: **7 Unternehmenswerte**, die unsere grundlegende Haltung beschreiben und die gemeinsame Basis für unser Tun bilden – nach innen und außen.



Sandra Henze
Head of
sustainable
brand spaces

“To improve is to **change**.”

Internationales Managementsystem

Mit der → **Zertifizierung nach ISO 20121:2012** haben wir uns einen internationalen Standard gesetzt. Dieser Standard hilft uns zielgerichtete ESG-bezogene Maßnahmenpläne zu entwickeln, unsere Nachhaltigkeitsperformance zu messen, um uns kontinuierlich zu verbessern.



Daniel Hoffmann
Qualitätsmanager

“Clarity creates **security**.”

Qualitätsmanagement

Unser Ansatz: Effektivität durch klare und verbesserte Prozesse. Der Fortschritt wird regelmäßig anhand von KPIs gemessen, auditiert und in jährlichen Managementbewertungen durch die Geschäftsführung und den **Qualitätsmanager** evaluiert. Wo Maßnahmen nicht greifen, reagieren wir mit konkreten Anpassungen und gezielten Verbesserungen.



Handlungsfelder.

In Zusammenarbeit mit internen Fachbereichen und externer Beratung haben wir im Geschäftsjahr 2023 **16 wesentliche* Handlungsfelder** in den Bereichen Umwelt, Soziales und Governance identifiziert, die jährlich von uns überprüft und angepasst werden. In diesen Bereichen können wir Einfluss nehmen und mit gezielten Maßnahmen eine ESG-Ausrichtung erfolgreich verfolgen.

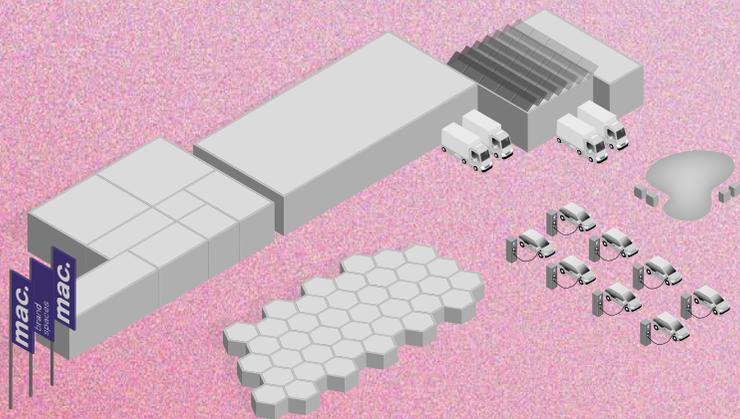
Wir analysieren die Erwartungen und Bedürfnisse unserer Stakeholder, bewerten die Green Deal-Ziele der EU und gleichen diese mit unseren strategischen Zielen ab. Daraus ergeben sich für uns langfristige und kurzfristige Ziele und Maßnahmen, die wir schrittweise verfolgen.

* Wesentlichkeit der Handlungsfelder in Abhängigkeit der Kreisgröße

Unser Campus – unser Vorteil.

Mit unserem Standort in Rheinland-Pfalz sind wir einzigartig in der Branche. Auf unserem großen Campus vereinen wir: **Projektmanagement, Design, CAD/Projekttechnik, Schreinerei, Lackiererei, Grafik, Elektro, Lager und Transport unter einem Dach.**

Das ermöglicht uns, Maßnahmen zu Umwelt, Sozialem und Governance (ESG) unmittelbar umzusetzen und umfassend zu kontrollieren. Zudem erhöhen wir die Zuverlässigkeit und Qualität unserer Dienstleistungen und minimieren Abhängigkeiten in unserer Lieferkette.



Projektmanagement



- Nachhaltigkeitskriterien im **Leistungsverzeichnis**
- Beratung zu **Materialportfolio**
- Ausbau **Lieferanten-netzwerk**
- Investition von Ressourcen in **Forschungs- und Entwicklungsprojekte** von Materialien und Designkonzepten
- teilautomatisierte **Berechnung des CO₂-Fußabdrucks** von Messen und Events
- **Checkliste** für Sustainable Projekte

Transport



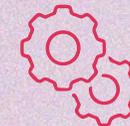
- → **Testeinsätze von Wasserstoff Lkws** in Kooperation mit DB Schenker
- Erweiterung des Elektro-Fuhrparks durch Anschaffung von **Elektro Vans** für die Montageabteilung

IT



- **Digitalisierung** von Prozessen in der Buchhaltung und dem Personalwesen
- Ausstattung der Mitarbeitenden in der Produktion mit **digitalen Devices**, zur Verbesserung der internen Kommunikation und Transformation zu digitalisierten Workflows

Schreinerei



Erweiterung des Maschinenparks durch eine neue **CNC-Fräsmaschine** zur Steigerung effizienter Abläufe und Reduktion der Abfall- und Fehlerquote

Lager



Anschaffung von → **Exoskeletten** für gesundheitschonendes und sicheres Arbeiten

from here → to there

take
raw materials

↓

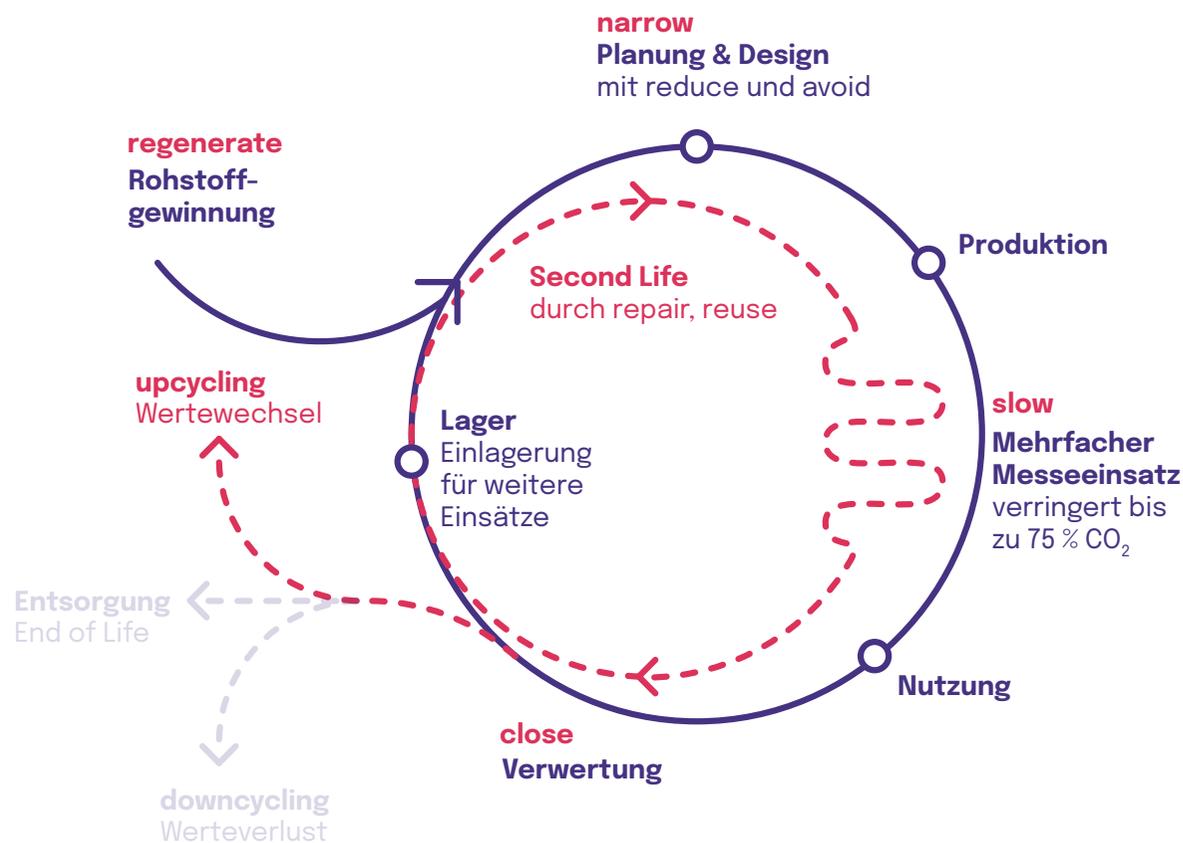
make
products

↓

use
one time

↓

non-recyclable
waste



Closing the loop in live marketing.

Messen sind für die Wirtschaft, das Netzwerken und Vermarkten von Produkten unverzichtbar. Digitale Welten werden persönliche Treffen nicht ablösen, vielmehr den Spielraum erweitern und interaktiver gestalten. Daher braucht es neue Standards, Mittel und Mut, um in **Co-Creation** mit unseren Kunden ressourcenschonend inspirierende Erlebniswelten zu entwickeln.

Die Herausforderung: ins Handeln kommen und lineare Abläufe transformieren. Wir wollen das immer noch gängige Wirtschaftsprinzip **take – make – use – waste** überwinden. Die Herausforderung liegt darin, den Einfluss unserer Branche auf Umwelt und Natur mit den Erwartungen der Menschen an zeitlich begrenzte Erlebnisse unter wirtschaftlichen Bedingungen zu synchronisieren. Konkret heißt das: Kundenbedürfnisse und ressourcenschonendes Design, analoge und digitale Erlebnisse, Wiederverwendbarkeit und Wirtschaftlichkeit zusammenzubringen.

Unser Weg: Circular Direction
Maßgebend für die gesamte Branche und Dienstleisternetzwerke sollte das Modell der Circular Economy sein: nach dem Prinzip **narrow – slow – close – regenerate**. Von der Rohstoffgewinnung über das Design bis zur Entsorgung und Wiederverwertung.

re:think! Strategie



Matthias Becker
Director Design

„Produktdesign bietet einen sehr großen Hebel für eine nachhaltiger gestaltete Veranstaltungswirtschaft. Der **intelligente Umgang mit wertvollen Ressourcen** sollte bereits in der Konzeption mitgedacht sein.“



Beratung

Wir bieten unseren Kunden Beratung und Lösungen für **nachhaltige Materialien**, messen die **CO₂-Bilanz** von Events und Messen, und entwickeln in unseren **re:think!-Workshops** Nachhaltigkeitsstrategien für Messekonzepte.



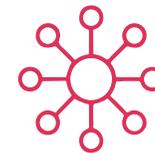
Design

Wir gestalten zirkulär ausgerichtete Konzepte, die individuell gestaltet, modular einsetzbar, skalierbar und wiederverwendbar sind. Dabei wenden wir die **Circular Design Prinzipien reduce, reuse, replace, refurbish, recycle** an.



Kommunikation

Unsere Kommunikationsdesigner*innen und unser Digitalteam ermöglichen mit digitalen Technologien **interaktive Wissens- und Erlebniswelten**. Dies nutzen wir, um über die Umweltbilanz von Materialien zu informieren – z.B. mittels eines digitalen Produktpass. Interaktive Produktpräsentationen und Stationen fördern den Austausch mit Besuchern. So können wir den Dialog zu nachhaltigen Themen fördern und sparen gleichzeitig Papier.



Forschung & Entwicklung

Wir haben ein **ECO-Portfolio** aufgebaut. Wir suchen und testen laufend neue und potenziell klimaschonendere Materialien. Zudem testen wir Plattformen und Möglichkeiten, die eine Nutzung von Materialien ermöglichen.



Kooperation

Kollektives Wissen und Forschung: Wir haben erstmalig unsere **Fachkompetenzen mit externen Partnern aus Lieferanten und Forschung in einer Allianz gebündelt**, um Circular-Lösungen für den Textildruck zu entwickeln. Wir arbeiten mit Upcycling Unternehmen zusammen und geben Materialien ein neues Design und Leben.

“Sustainability in action.”

our mission



Kögel • IAA Transportation

Bei unserem Messeauftritt für → *Kögel auf der IAA Transportation* stand der nachhaltige Umgang mit Ressourcen im Fokus. Mit klaren Prinzipien und pragmatischen Lösungen haben wir gezeigt, wie man Flächen smart nutzt und Materialien bewusst auswählt – ohne auf Wirkung zu verzichten.

Material smart gestaltet:

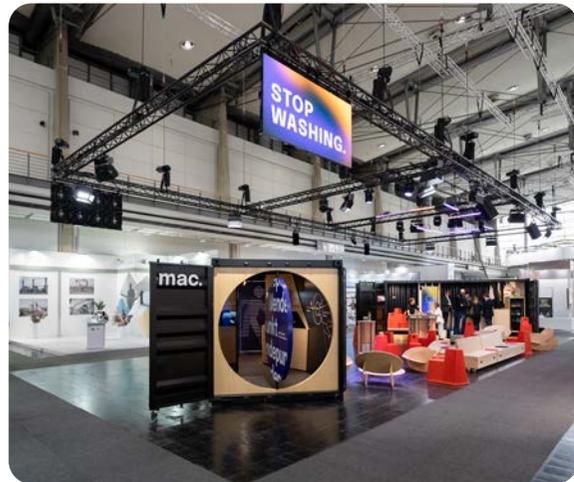
- **Verzicht auf Bodenplatten und Bodenbelag** auf der Präsentationsfläche **sparte rund 1.100 m² Material und über 15 t CO₂**.
- Die Flächenabgrenzung erfolgte mit **Tapes**, präzise und visuell ansprechend.
- In den Besprechungsräumen kam ein **Cradle-to-Cradle-zertifizierter Teppich** zum Einsatz.
- Für die Kommunikation verwendeten wir **Trevira CS Textilgrafiken**, nur partiell eingesetzt statt vollflächig bespannt.
- **LED-Beleuchtung** sorgte für energieeffiziente Ausleuchtung ohne Kompromisse bei der Atmosphäre.

Wiederverwendung statt wegwerfen:

- Podeste, Stehtische und Theken wurden aus dem Bestand **wiedereingesetzt**.
- Im Hospitality-Bereich kamen selbstliegende Vinylfliesen aus dem Lagerbestand zum Einsatz.
- **Mietmöbel** ergänzten das Set-up, um Neuproduktionen zu vermeiden.
- **Mietpflanzen** brachten Atmosphäre – ohne zusätzliche Anschaffungskosten oder Abfall.

Digital statt Print:

Der **Verzicht auf Printmaterial** wurde durch **großformatige LED-Screens** zur Produktpräsentation kompensiert – flexibel, auffällig und ressourcenschonend.



STOP WASHING. START ACTING.

Wir haben eine modulare, ressourcenschonende und zugleich vom Design auffällige und interaktive Fläche für unsere Besucher kreiert. Womit wir bewiesen haben: **Nachhaltigkeit, Budget und Kreativität** passen hervorragend zusammen.

Bei der Gestaltung unserer → *Roadshow* haben wir auf **regionale smarte Materialauswahl geachtet, eine interaktive Customer Journey, Modularität und Kommunikationsformate** für unsere Besucher:innen.

„Brauchen wir das wirklich?“

Diese Frage stand im Zentrum unserer Roadshow. Bei jeder Entscheidung prüften wir: Gibt es eine bessere, nachhaltigere Alternative? Das Ergebnis: ein durchdachtes Konzept mit klar messbarem Impact.

Ressourcenschonend umgesetzt:

- **Regional bezogenes Holz** aus dem Schwarzwald senkte Transportemissionen.
- **Magnetverbindungen** statt Bohrungen schont Oberflächen und Material.
- **Recycelter Kunststoff und refurbished Screens** verlängerten Produktlebenszyklen.
- **Werkzeuglose Möbel** vereinfachten Auf- und Abbau und die Wiederverwendung.
- **Digitale Speisekarten** ersetzen Druckprodukte vollständig.
- Der **Verzicht auf Bodenbelag** im Hospitality-Bereich **sparte über eine Tonne CO₂**.
- **LED-Screens** statt Grafik-Deckensegel **reduzierten den CO₂-Ausstoß um rund 980 kg**.

Modular gedacht:

- **See-Container** konnten ohne komplexe Planung eingesetzt werden.
- **Stapelbare Möbel**, modulare Podeste und Stühle ermöglichen platzsparenden Transport und vielseitige Nutzung.

Erlebnis statt Erklärung

Im Exhibit-Container erlebten Besucher:innen Inhalte per **AR und NFC-Technologie**. Das **Material Tracing Game** auf einem XXL-Screen zeigte spielerisch Herkunft und Kreisläufe.

Wissen weitergegeben

Unser **Panel-Programm** brachte Experten aus Catering, Design, Kreislaufwirtschaft und Bildung mit Besucher:innen ins Gespräch – und zeigte, wie nachhaltige Konzepte in der Praxis funktionieren.



BRAND
EX
Gewinner 2025
Gold



GERMAN
DESIGN
AWARD
WINNER
2025

Our ESG journey.

2005
Erster Mitarbeiter
mit Fokus auf
Nachhaltigkeit

2010
Installation der Holz-
verbrennungsanlage
zur Beheizung des
Hauptstandorts
Langenlonsheim
mit Produktions-
und Holzresten

Erstmals Bezug von
Ökostrom

2020
Nachhaltigkeit in der
Unternehmensvision
verankert

2021
Veröffentlichung des
→ ersten Nachhaltig-
keitsberichts

Einführung von Kun-
denworkshops zum
Thema Nachhaltigkeit

Installation der ersten
E-Ladestationen auf
dem **mac** Campus

2022
Erweiterung der
E-Ladestationen

Ausbau des
elektrischen
mac Fuhrparks

Zahlung einer Infla-
tionsausgleichs-
prämie an alle
Mitarbeiter*innen

Erster **mac** Honig
von unseren eigenen
Bienen

2023
Inbetriebnahme der
PV-Anlage

Anlage einer 200 m²
großen Blumenwiese
auf dem **mac** Campus

märz

**STOP
WASHING.
START
ACTING.**

→ Start Roadshow

juni

AOK Silber

→ Zertifizierung
Gesundheitsmanagement

oktober

**CDP
Mitglied**

Registriert bei
Carbon Disclosure Project

2024

mai

DIN ISO 20121

→ Zertifizierung
Nachhaltigkeitsmanagement

august

**Qualitäts-
beauftragter**

Mitarbeiter Qualifizierung

dezember

Showroom

Gestaltung und Fertigstellung

ESG

Wir haben ein ehrgeiziges Ziel: Treibhausgasneutralität bis 2030!

Das 1,5-Grad-Ziel des Pariser Abkommens gibt die Richtung vor. Es ist unsere Verantwortung, Emissionen zu reduzieren und unsere Geschäftsprozesse klimaverträglich zu gestalten. Daher haben wir seit 2021 eine Klimastrategie definiert.

Maßnahmen für jetzt und in Zukunft.

Ein wesentlicher Schritt ist die Umsetzung unserer Umweltpolitik, in der unser Engagement für Ressourcenschonung und Emissionsreduktion systematisch verankert ist.

Unsere Maßnahmen sind darauf ausgerichtet, Scope 1 und 2 kontinuierlich zu reduzieren, Scope 3 zu messen und zu bewerten, umweltorientiertes Beschaffungsmanagement zu führen, Energieeffizienz durch Sanierung und Investitionen in Technologien und Maschinen zu steigern und unser Mobilitätsmanagement auszubauen.

Corporate Carbon Footprint 237,8 t CO₂e 2024

SCOPE 1 208,3 t CO₂

= direkte Emissionen, die durch ein Unternehmen ausgestoßen werden. Vom firmeneigenen Fuhrpark über die Gebäudeheizungen bis hin zu Anlagen oder Maschinen, die direkt an der Wertschöpfung beteiligt sind.

SCOPE 2 29,4 t CO₂

= indirekte Emissionen, die sich bei der Beschaffung von Energie oder anderen Rohstoffen ergeben. Zwar fallen diese nicht direkt im Unternehmen an, werden aber durch den Betrieb des Unternehmens veranlasst.

SCOPE 3 Daten folgen 2026

= direkte oder indirekte Emissionen entlang der betrieblichen Wertschöpfungskette, die während der betrieblichen Abläufe aus Quellen stammen, die sich dem direkten Einfluss des Unternehmens entziehen – wie Lieferkette, Transport, Produktnutzung oder Entsorgung.

CDP Score B

= Die CDP-Bewertung (Carbon Disclosure Project) gibt an, wie gut Unternehmen ihre Umweltauswirkungen messen, berichten und steuern. Die Skala reicht von A bis D und bewertet Unternehmen nach ihrer Transparenz und ihrem Umweltmanagement. B (Management Level) steht für Unternehmen mit gutem Umweltmanagement, d.h. messen der Emissionen und Reduktionsmaßnahmen setzen, aber es gibt auch noch Verbesserungspotenzial in der Umsetzung und Strategie.

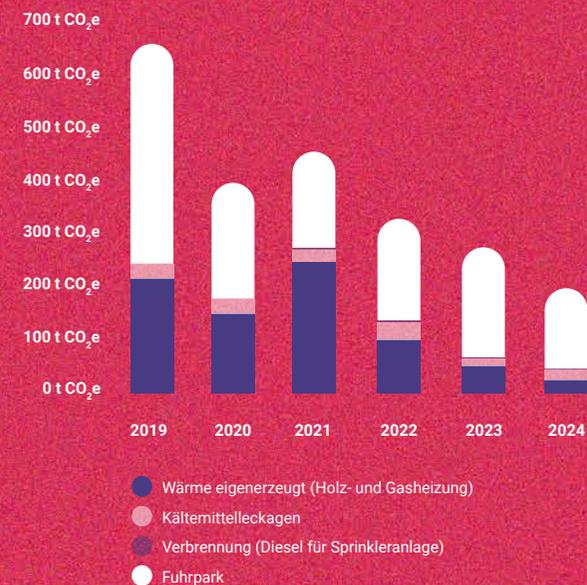
Energieverbrauch 1.389.600 kWh

Ökostrom		100 %
PV-Strom	eigenerzeugt	10,5 %
	genutzt	145.395 kWh
	Überschuss	40.217 kWh

Wärmeverbrauch 2.662.570 kWh

Eigene Holzwärme	95 %
Ökogas	5 %
Einsparungen gegenüber herkömmlicher grauer Energie	1.254 t CO ₂

Corporate Carbon Footprint Entwicklung seit 2019



Product Carbon Footprint.

Messen und Events verursachen jährlich Gigatonnen CO₂e. Hier besteht viel Reduktionspotenzial. Wir treiben die Dekarbonisierung unserer Branche voran, indem wir unseren Kund*innen klimawirksame Service anbieten, die dabei helfen, die THG-Emissionen zu managen:

- CO₂-Bilanzierung für Messen und Events
- Carbon Roadmap Analyse
- Materialportfolio mit niedrigem CO₂-Ausstoß
- Partner und Lieferantennetzwerk für geschlossene Recyclingkreisläufe

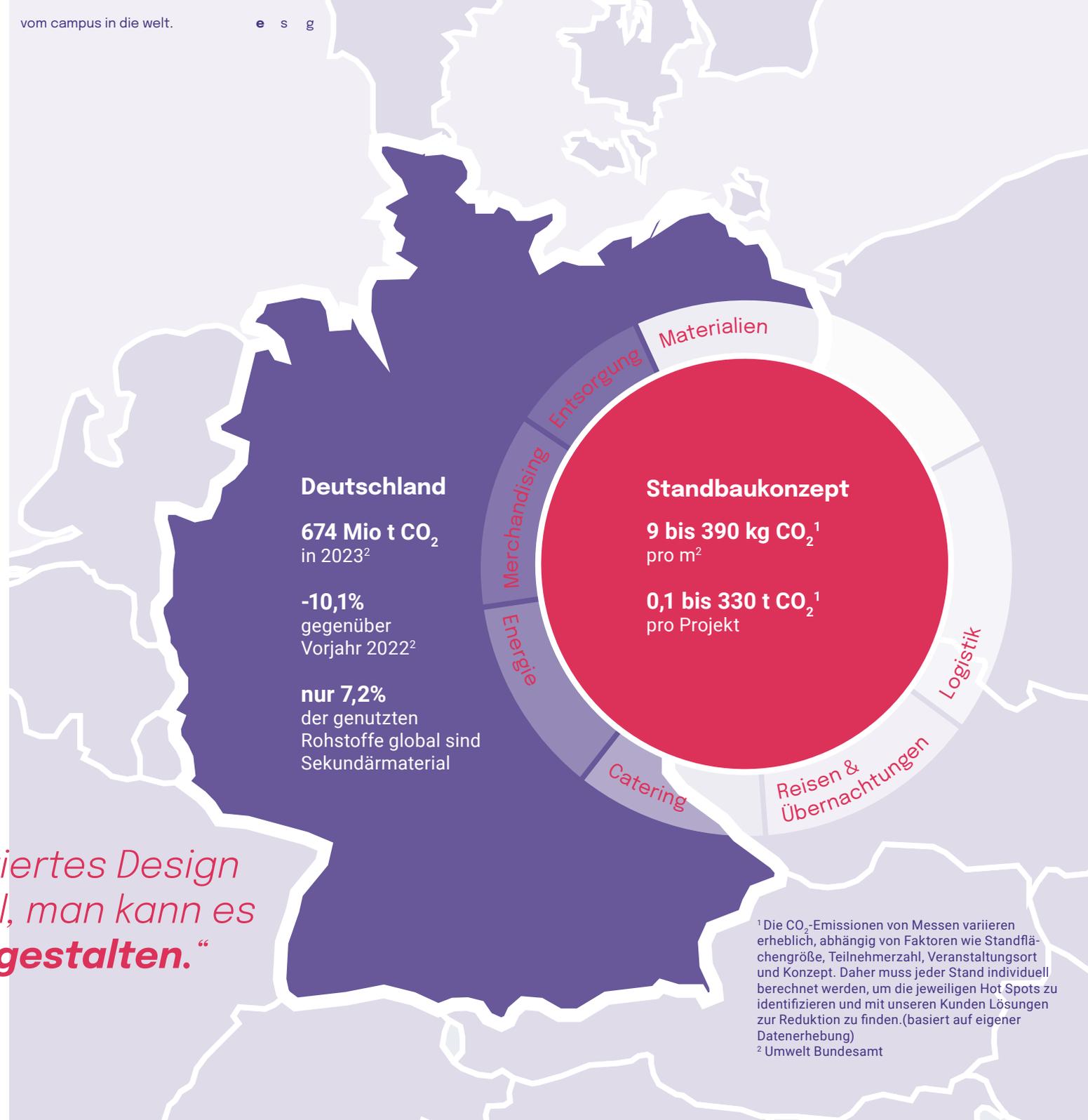
Unser geschultes Team erstellt auf Basis von LCAs (Life Cycle Assessments) und TÜV-zertifizierten Datenplattformen mit Hilfe eines teilautomatisierten Rechners eine detaillierte Klimabilanz.

Wir erstellen die Klimabilanz für Ihr Projekt. Kontaktieren Sie unser Team: sustainability@mac.de



Jessica Spieth
Junior Project Manager
sustainable. brand spaces

„Umweltorientiertes Design ist kein Gefühl, man kann es messen und gestalten.“





Christiane Kasselmann
Mobilitätsmanagerin

„Durch kluge Mobilitätskonzepte können Unternehmen nicht nur Kosten sparen, sondern auch einen **aktiven Beitrag zum Klimaschutz** leisten.“

Nachhaltig unterwegs mit Strategie.

Jährlich erweitert sich unser Fuhrpark mit Elektro- und Hybridfahrzeugen. Dadurch konnten wir bisher 350 t CO₂ einsparen (seit GJ 2021).

Unsere **IHK-zertifizierte Mobilitätsmanagerin** entwickelt für unser Unternehmen ein nachhaltiger ausgerichtetes und effizientes Mobilitätskonzept für 2025. Mit dem Ziel, die CO₂-Emissionen im Arbeitsalltag zu reduzieren, umweltfreundliche Verkehrsmittel auch für die Mitarbeitenden in unseren Büros zu fördern und Dienstreisen zu optimieren.

Unsere Reiserichtlinie ermöglicht den Mitarbeitenden den Kauf einer DB-Bahncard 25 bis 100, erlaubt Flugbuchungen erst ab einer Flugzeit von 1,5 h und schränkt die individuelle Dienstwagenberechtigung ein, sodass Mitarbeitende eher öffentliche Verkehrsmittel wählen oder auf unsere Poolfahrzeuge zurückgreifen. Zudem bieten wir unseren Mitarbeitenden die Möglichkeit des Jobrad-Leasings.

Unsere Mobilität im Reality-Check 2024.

81 %

Elektro/Hybrid
Dienstwagen



-350 t CO₂

durch die Umstellung von Fossil
auf Elektro/Hybrid (2021-2024)

31.000 km
= **0,45 t CO₂**



-7 t CO₂

gegenüber Autoverbrauch

370.000 km
= **155 t CO₂**



ab 1,5 h Flugzeit

wird erst ein Flug in Betracht gezogen

3

Fahrrad-Garagen
mit E-Bike Ladestationen

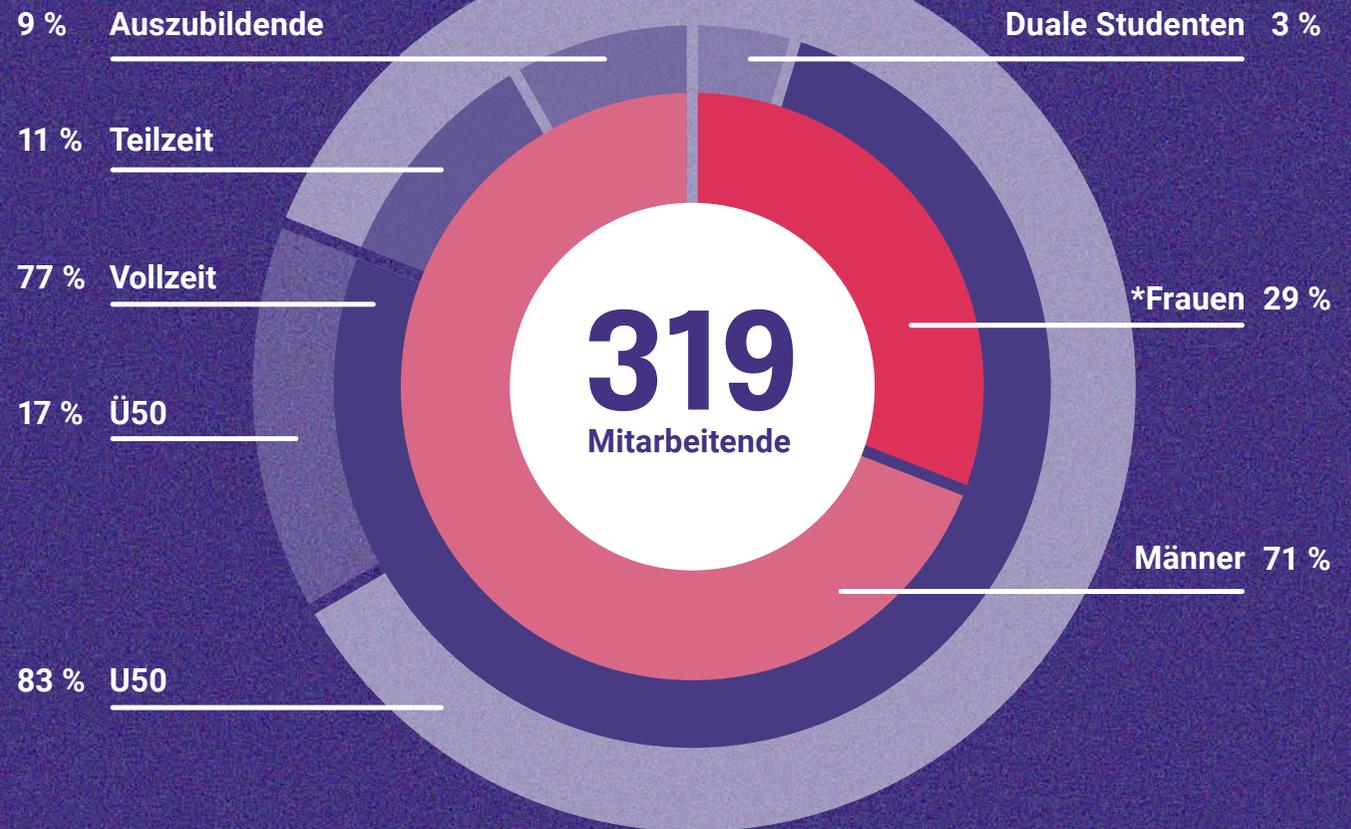


39

Jobrad-Verträge

Nachhaltigkeit beginnt bei unseren Mitarbeiter:innen. Sie stehen im Mittelpunkt unserer sozialen Nachhaltigkeitsstrategie.

Gesundheit, Arbeitsschutz, fachliche Entwicklung und die Vereinbarkeit von Beruf und Familie sind für uns zentrale Werte.



* Unsere Geschlechterverteilung spiegelt die branchenspezifischen Trends wider, wonach technische und gewerbliche Berufe traditionell stärker von Männern besetzt sind, während im kaufmännischen und vertrieblichen Bereich eine ausgeglichene Verteilung besteht. Wir erkennen diese Entwicklung und engagieren uns für eine langfristige Förderung der Vielfalt in allen Unternehmensbereichen.

“Healthy work. Healthy life.”



Die → **Auszeichnung AOK-Silver „Gesundes Unternehmen“** bestätigt unseren Einsatz für eine Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur. Sie ist eine Auszeichnung, die wir für unser herausragendes Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) verliehen bekommen haben.

Die Zertifizierung erfolgt in den Stufen Bronze, Silber und Gold und basiert auf einem bundesweit einheitlichen Qualitätsstandard. Bewertet werden dabei sieben zentrale Bereiche des BGM, darunter die Einbindung in die Unternehmenspolitik, die systematische Umsetzung sowie die Förderung der Gesundheit und der Gesundheitspotenziale der Mitarbeitenden.

Ziel dieser Zertifizierung ist es, die aktuellen Leistungen eines Unternehmens im Bereich Gesundheitsmanagement zu bewerten und einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess anzustoßen. Damit heben wir uns innerhalb unserer Branche deutlich hervor.



Gesundheit



- Private betriebliche **Unfallversicherung**
- **Altersvorsorge**
- **Familien-Coachingportal**
- **Gesundheitstage**
- **Hautscreening**
- **Vorsorgeuntersuchungen**
- **Therapeutische Massagen**
- **Bewegungspausen**
- **Grippeimpfung**
- Jährliche Unterweisung zu **Sucht und Prävention** am Arbeitsplatz
- **Ergonomische Arbeitsplatzausstattung**
- Jobrad
- Mitarbeiterbeteiligung durch **Umfragen**
- → **Exoskelett** zur körperlichen Unterstützung

„Best conditions for our well-being.“

Wir sehen es als unsere Verantwortung, nicht nur in nachhaltige Projekte, sondern auch in das **Wohlbefinden unserer Fachkräfte** zu investieren – denn nur ein starkes Team kann starke Ideen verwirklichen. Unsere Maßnahmen und Förderungen sind so vielfältig wie unsere Mitarbeiterschaft. Durch solche attraktiven Benefits haben wir eine **durchschnittliche Firmen-zugehörigkeit von 12 Jahren**.

Sicherheit



- Weiterbildung der **Sicherheitsfachkraft**
- **Medizinische Ausstattung**
- **Betriebsarzt**
- **Ersthelferausbildung** für jeden Mitarbeitenden möglich
- **Brandschutzbeauftragte**
- **Brandschutzübungen**

Firmenattraktivität



- **Tarifvertragliche** Vereinbarungen, Betriebsvereinbarungen
- **Stundenkontoführung**
- **Auszahlung von Überstunden** oder Freizeitausgleich
- **Freizeitausgleich** von Sonn-, Feiertagen und Mehrarbeit
- **ÖPNV-Zuschuss**
- **Kinderbetreuungszuschuss**

Familie & Beruf



- Unabhängiger externer **Familienservice** bei Fragen und Problemen rund um Familie, Gesundheit und Psyche
- **Mobiles Arbeiten**
- **Teilzeitarbeitsmodelle**
- **Tarifvertragliche Entgeltzahlung**

Bildung



- **Fortbildungen** für Fachkräfte
- **Führungskräfte Coaching**
- **Ausbildungen**
- Elektroniker•in
- Fachkraft für Veranstaltungstechnik
- Maler•in und Lackierer•in
- Tischler•in
- Mediengestalter•in
- Metallbauer•in
- Fachkraft für Lagerlogistik
- Fachinformatiker•in
- Technische• Produktdesigner•in
- **Duales Studium**
- Bachelor of Arts BWL, Messe-, Kongress- und Eventmanagement
- Bachelor of Arts Rechnungswesen Steuern, Wirtschaftsrecht
- Bachelor of Arts Mediendesign
- Bachelor of Engineering Holztechnik
- Bachelor of Science Wirtschaftsinformatik

Eine starke **Governance** ist für uns die Basis, um nachhaltig und verantwortungsbewusst zu wirtschaften. Sie stellt sicher, dass wir unternehmerische Entscheidungen transparent, regelkonform und im Einklang mit unseren langfristigen Zielen treffen.

Besonders im Bereich **Compliance** setzen wir klare Prozesse und Richtlinien um, damit gesetzliche Vorgaben und ethische Standards in allen Bereichen unseres Unternehmens eingehalten werden.

Ein effektives Compliance-Management schützt uns nicht nur vor rechtlichen Risiken, es stärkt auch das Vertrauen unserer Kunden, Partner und Mitarbeitenden. Verstöße gegen Regularien können nicht nur finanzielle Schäden verursachen, sondern auch unserem Ruf schaden.

Deshalb fördern wir eine **Unternehmenskultur**, die Integrität und Verantwortung in den Mittelpunkt stellt. Regelmäßige Audits, Schulungen und unser **Hinweisgeber-**

system helfen uns, Risiken frühzeitig zu erkennen und regelkonformes Handeln in unserem Unternehmen zu verankern.

Verhaltenskodex

Unser Verhaltenskodex soll Integrität, Sicherheit und Fairness fördern. Damit stärken wir das Vertrauen in unser Unternehmen und minimieren Risiken, wie Verstöße gegen gesetzliche Vorgaben, Interessenkonflikte oder unpassendes Arbeitsverhalten. Das hilft uns dabei, ein respektvolles und transparentes Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem sich alle Mitarbeitenden sicher und wertgeschätzt fühlen sollen.

Hinweisgeberschutzverfahren

Das → [Hinweisgeberschutzverfahren](#) ist für uns ein essenzielles Instrument, um Regelverstöße, ethische Bedenken oder illegales Verhalten innerhalb unseres Unternehmens frühzeitig zu erkennen und zu adressieren. Es ermöglicht Mitarbeitenden sowie externen Stakeholdern, Verstöße gegen Gesetze, interne Richtlinien oder Compliance-Vorgaben sicher und vertraulich zu melden, ohne negative Konsequenzen befürchten zu müssen. Hierfür haben wir ein digitalisiertes Meldeverfahren integriert sowie verpflichtende Prozesse mit unserem Hinweisgeberschutzbeauftragten definiert.

Partner Code of Conduct

Unser → [Partner Code of Conduct](#) kommuniziert die ethischen, sozialen und ökologischen Standards, auf die wir in unseren geschäftlichen Beziehungen Wert legen. Dieser ist auf unserer Webseite hinterlegt und wird an unsere Lieferanten und Dienstleister versendet sowie durch unser Procurement Team geprüft. Wir möchten damit sicherstellen, dass unsere Lieferkette auf verantwortungsvollen Geschäftspraktiken und geltenden Gesetzen und Menschenrechten beruht.

IT-Sicherheit & Datenschutz

Der Schutz der Daten unserer Kunden und Mitarbeitenden hat für uns höchste Priorität. Daher setzen wir auf ein umfassendes IT-Sicherheits- und Datenschutzkonzept, das regelmäßig überprüft und an aktuelle gesetzliche Anforderungen sowie technologische Entwicklungen angepasst wird. Mit unseren Schulungen und IT-Sicherheitsmaßnahmen gewährleisten wir die Vertraulichkeit sensibler Daten und erfüllen die Vorgaben der DSGVO sowie des BDSG. Die Einhaltung dieser Standards wird kontinuierlich durch unseren Datenschutzbeauftragten überwacht, um maximale Sicherheit und Rechtskonformität zu gewährleisten.

2024

mai

DIN ISO 20121

Zertifizierung
Nachhaltigkeitsmanagement

august

Qualitäts- beauftragter

Mitarbeiter Qualifizierung

dezember

Showroom

Gestaltung und Fertigstellung

2025

People-Planet orientiertes Wirtschaften lässt uns Risiken frühzeitig erkennen, zukünftige Szenarien kalkulieren und neue Möglichkeiten zur Differenzierung und Ressourcennutzung eröffnen. So investieren wir weiterhin stark in eine nachhaltige und digitale Transformation. Das spart langfristig Kosten, reduziert Störungen durch instabile Lieferketten, gibt Ressourcen einen Mehrwert und schmälert externe negative Auswirkungen.

Renovierung

Start umfassender
Sanierungsmaßnahmen
unserer Gebäude

ISO 20121:2024

Rezertifizierung

Scope 3

Datenerfassung

Investition

in Forschung & Entwicklung
von Materialien

Digitalisierung

Ausbau digitaler Prozesse

*”Responsibility
drives **progress.**“*