

SUS
TAIN
ABIL
ITY
RE
PORT

24

....

Einleitung

- 1 Agenda
- 3 Vorwort
- 4 Vision Statement

Nachhaltigkeitsstrategie

- 5 Klimaneutral im Jahr 2030
- 8 Designkonzept
- 10 sustainable. brand spaces

Digitalisierung

- 13 Kompetenz
- 14 Infrastruktur

In Aktion

- 15 Container Roadshow
- 17 Werte auf dem Prüfstand
- 19 Nachhaltige Beschaffung
- 21 Kreislaufwirtschaft
- 24 Meilensteine

ESG

- 27 Handlungsfelder

Environmental

- 28 Fakten & Zahlen
- 29 Energie
- 31 Abfallmanagement
- 32 Mobilitätskonzept
- 33 Biodiversität

Social

- 35 Fakten & Zahlen
- 37 Wohlbefinden am Arbeitsplatz
- 38 Gesundheitsförderung mit System
- 39 Nachwuchstalente fördern
- 40 Lebenslagen- & Familienservice

Governance

- 41 Fakten & Zahlen
- 42 DIN ISO 20121
- 43 Hinweisgeberschutz
- 44 Compliance der Geschäftsführung
- 44 Reporting

Ausblick

- 45 Wendepunkt

Sehr geehrte Kund*innen und Partner*innen,

wir sind dankbar für das positive Feedback, das uns bezüglich unserer Nachhaltigkeitsbestrebungen regelmäßig erreicht. Seit mittlerweile vier Jahren investieren wir auf erhöhtem Niveau in alle Aspekte einer nachhaltigen Unternehmensführung, in ihre ökologische Dimension, ihre soziale und die Governance. Hier stellen wir unsere Bemühungen transparent vor.

Im Jahr 2023 bestätigte sich, dass Nachhaltigkeit nicht im Widerspruch mit kommerziellem Erfolg steht. Unsere einzigartige Beratungs- und Wertschöpfungstiefe und unser Engagement für nachhaltige Lösungen haben dazu beigetragen, dass alle unsere Standorte profitabel gewachsen sind. Mit einem Gruppenumsatz von 96 Millionen Euro blicken wir stolz auf das erfolgreichste Jahr in der Geschichte der **mac. brand spaces GmbH** zurück. Diese Erfolge ermutigen uns, weiter in Nachhaltigkeit zu investieren und unsere Zukunft aktiv zu gestalten.

Ein Fokus-Projekt ist die laufende Zertifizierung nach DIN ISO 20121, mit der wir neue Management-Standards entlang der gesamten Wertschöpfungskette schaffen. Dieser Prozess ist für uns ein wichtiger Schritt, um die Ernsthaftigkeit unseres Handelns zu untermauern und den Fortschritt zu beschleunigen.

Ein weiterer Meilenstein war die Übernahme einer 50-prozentigen Beteiligung an der Münchner Messetochter meplan. Sie versetzt uns künftig in die Lage, unsere Aktivitäten noch besser im Interesse unserer Kund*innen im Münchner Raum zu skalieren und langfristiges Wachstum zu generieren.



Geschäftsleitung • Stefan Trieb (CEO), Jörg Bürkle (COO), Melanie Hagedorn, Klaus Pieper und Alexander Ody

Mit Alexander Ody und Melanie Hagedorn haben wir unsere Geschäftsleitung erweitert und den Generationenwandel in der Führung vorangebracht. Beide haben bereits viele Impulse in das Unternehmen eingebracht. Sie leisten einen wesentlichen Beitrag, um **mac** optimal für die Anforderungen der Zukunft aufzustellen und als Nachhaltigkeits-Treiber in der Live-Marketing-Branche zu positionieren.

Mit herzlichen Grüßen,

Stefan Trieb, Jörg Bürkle, Melanie Hagedorn,
Klaus Pieper und Alexander Ody

mac. brand spaces

Mit uns
entstehen
die nach-
haltigsten
Kunden-
beziehungen.

Klimaneutral im Jahr

2030

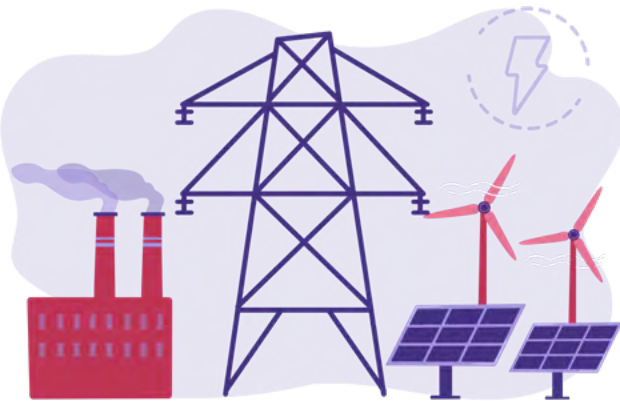
Nachhaltigkeit, ganzheitlich verstanden als das Zusammenwirken von ökologischen, sozialen und ökonomischen Faktoren (ESG), ist ein wesentliches Prinzip guter Unternehmensführung. Wer diese Faktoren in Einklang bringt, gestaltet die Zusammenarbeit aller Stakeholder nachhaltig erfolgreich.

Wir inszenieren die Marken unserer Kund•innen durch Bauten, die immer von den Marketing-Zielen unserer Kund•innen und den dafür besten Kommunikationskonzepten bestimmt werden. Der modulare Standbau mit Falzrahmen ermöglicht uns, Wirtschaftlichkeit, aufmerksamkeitsstarkes Design und Nachhaltigkeit zu vereinen. Hinzu kommen die hohe Wertschöpfungstiefe am Standort und regionale Lieferstruktur, die uns in die Lage versetzen, grundsätzlich nachhaltig zu wirtschaften.

In den sogenannten „Scopes“ werden die Emissionen von Treibhausgasen in Beziehung zu den Unternehmensaktivitäten gesetzt. Diese Standards helfen dabei, die Ursachen der Emissionen zu verstehen und Strategien zu deren Minimierung zu entwickeln.

SCOPE 1

erfasst alle Emissionen, die **direkt** durch ein Unternehmen ausgestoßen werden. Vom **firmeneigenen Fuhrpark** über die Gebäudeheizungen bis hin zu Anlagen oder Maschinen, die direkt an der Wertschöpfung beteiligt sind, lassen sich hier die Einflüsse zusammenfassen.



SCOPE 2

zählt darüber hinaus die **indirekten** 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

subsumiert alle Emissionen darüber hinaus, die – **direkt oder indirekt** – entlang der **gesamten Wertschöpfungskette** der unternehmerischen Tätigkeit anfallen. Diese entziehen sich dem direkten Einfluss des Unternehmens und sind auch häufig bislang nur teilweise erfassbar.



Nachhaltigkeitsstrategie • Klimaneutral im Jahr 2030

Während wir in Scope 1 und Scope 2 unseren Footprint bereits vollständig neutralisieren können, arbeiten wir kontinuierlich daran, die Emissionen in Scope 3 in Bezug zur Bruttowertschöpfung deutlich zu senken. Ausgleichszahlungen möchten wir nicht mit echter Nachhaltigkeit verwechseln. Deshalb suchen wir durch den Einsatz neuer Materialien und intelligenter Circular-Economy-Ansätze nach besseren Lösungen.

Die einzusetzenden Materialien, zirkuläres Wirtschaften und Logistik stellen uns dabei vor große Herausforderungen. Viele Emissionen sind nur schwer messbar oder liegen außerhalb unserer Steuerung. Teilweise gibt es auch schlicht keine Alternativen, wie häufig bei Transporten.

Corporate Carbon Footprint

397,93 t CO₂e

Blanzierung nach GHG Protocol
gemäß der Market-based-Methode

SCOPE 1 **233,49 t**

Direkte Emissionen aus Einrichtungen des Unternehmens

Wärme (eigenerzeugt) **20,10 t**

Direkte Emissionen des Firmenfuhrparks

Fuhrpark **213,39 t**

SCOPE 2 **30,01 t**

Eingekaufter Strom für Eigenbedarf

Strom (stationär) **0,00 t**

Strom (Fuhrpark) **0,00 t**

Eingekaufte Wärme, Dampf und Kühlung für den Eigenbedarf

Wärme (eingekauft) **30,01 t**

SCOPE 3 **134,43 t**

Nur teilweise bewertet.

Brennstoff- und energiebezogene Emissionen

Vorkette Strom **54,91 t**

Vorkette Fuhrpark **54,76 t**

Vorkette Wärme **24,76 t**

Umweltfreundliches Design muss nicht grün sein.



Fraunhofer-Gesellschaft • Hannover Messe 2023

→ Showreel

„Fraunhofer möchte einen Beitrag für die Gesellschaft im Wandel leisten. Damit verpflichten wir uns, unseren ökologischen Fußabdruck möglichst gering zu halten. Der neue Auftritt, den mac für uns entwickelt hat, schafft genau das und ist gleichzeitig so flexibel, wie wir es brauchen.“

Welf Zöller • Head of Dialogue Communication • Fraunhofer-Gesellschaft

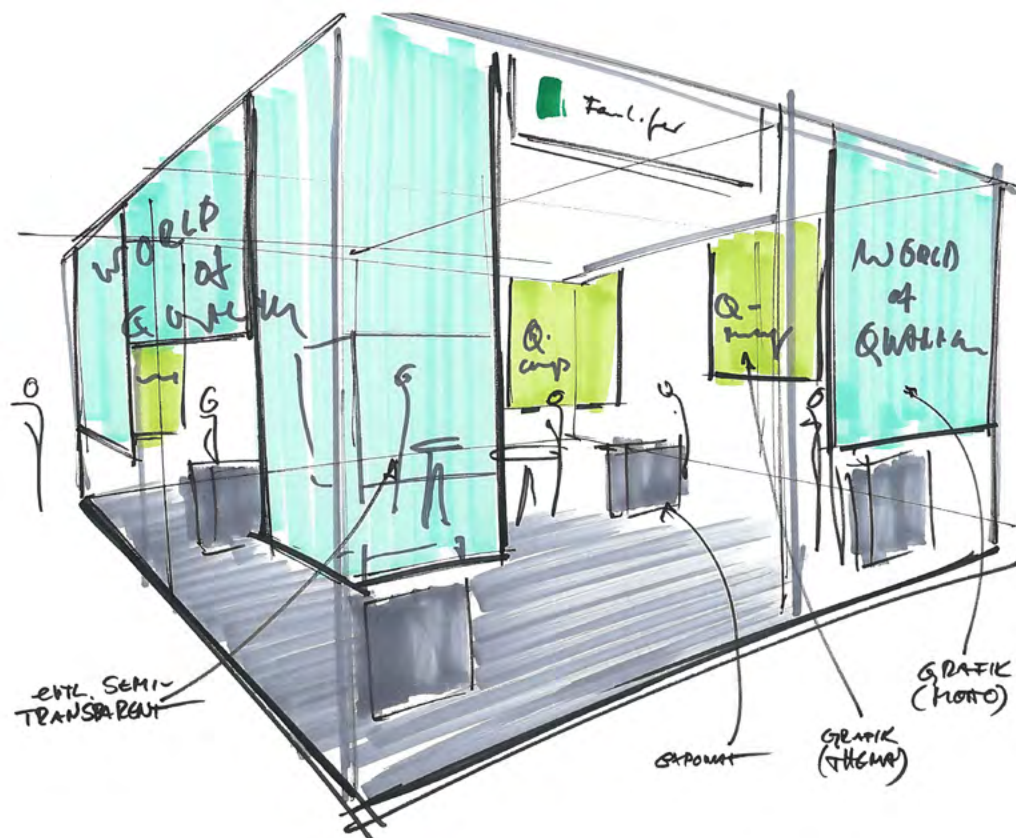
Nachhaltigkeitsstrategie • Designkonzept

Im Jahr 2023 haben wir die Ausschreibung über die strategischen Messen der Fraunhofer-Gesellschaft in einem Wettbewerb mit klaren Nachhaltigkeitsanforderungen gewonnen. Die individuell für Fraunhofer entwickelte, hochgradig modulare Standarchitektur und -ausstattung ermöglicht eine optimale Anpassung an die komplexen Bedürfnisse des Kunden.

Die variable Kommunikation, die durch das Standdesign unterstützt wird, kann weltweit und dezentral eingesetzt werden. Unser neues Möbel-Design mit seinen vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten wird für den europäischen Markt komplett in Langenlonsheim gefertigt.

Die Stücke sind perfekt darauf ausgerichtet, vom kleinsten Microchip bis zum größten Modul die von Kund*innen vorgegebene Story zu transportieren. Unsere Handlungsmaxime umfasst neben der Wiederverwendbarkeit auch den Einsatz umweltschonender Materialien und Fertigungsmethoden. Wir verwenden wasserbasierte Lacke und legen Wert auf einen langfristigen Lebenszyklus unserer Möbel. Anstelle von Teppichböden setzen wir auf recyclingfähiges Vinyl, das schwimmend verlegt und leicht gereinigt werden kann.

Das einzige Verbrauchsmaterial an den großen Ständen sind die Textilfassaden, die zunehmend aus recyclingfähigen Produkten hergestellt werden.



Unser Inhouse-Beratungsteam, **sustainable. brand spaces**, bündelt unsere Kompetenzen rund um das Thema Nachhaltigkeit und entwickelt sich laufend weiter. Seit Dezember 2023 verstärkt Marc Metzler das dreiköpfige Team und bringt als Projektmanager seine Expertise ein.

„Nur durch das kritische Hinterfragen bestehender Praktiken können wir Nachhaltigkeit und Innovation verbinden.“

Marc Metzler • Project manager • **sustainable. brand spaces**

sustainable. brand spaces • Torsten Wolf, Tobias Mannhold, Sandra Henze und Marc Metzler



re:think! workshops

Unser gesamtes **mac**-Team rund um die **sustainable. brand spaces** agiert als Botschafter mit der klaren Mission, Live-Marketing-Maßnahmen so ressourcenschonend und sozialverträglich wie möglich umzusetzen.

In internen und externen Workshops treiben wir Change-Management-Prozesse voran und unterstützen unsere Kund•innen dabei, ihre gesamte Event-Customer-Journey auf Nachhaltigkeit zu überprüfen. Gemeinsam mit unseren Kund•innen analysieren wir den Prozess und suchen Schritt für Schritt für alle Stufen der Wertschöpfung nach nachhaltigen Alternativen.

[→ Workshops](#)

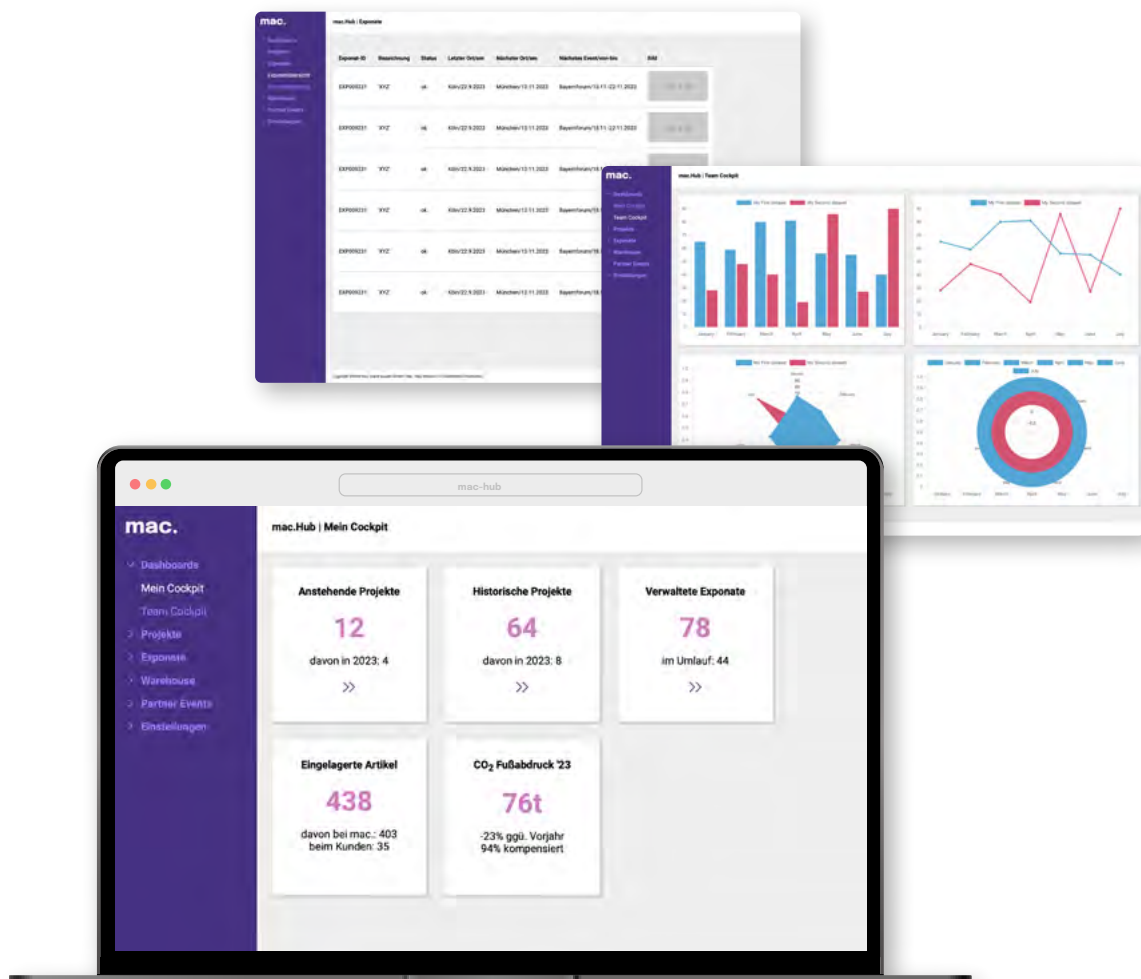


Ergänzend zu unseren Kundenworkshops erarbeiten wir mit den verschiedenen Abteilungen unserer Leistungskette bei internen Workshops ein gemeinsames Verständnis von Nachhaltigkeit. Wir möchten, dass alle ihr tägliches Handeln auf Alternativen überprüft. Zudem fördern die Workshops den Wissensaustausch über Abteilungs- und Hierarchiegrenzen hinweg. Und das bleibt nicht bloß Theorie: Eines der Resultate ist, dass wir nun grundsätzlich in jedem Leistungsverzeichnis Eco-Materialien als Bodenbelag vorschlagen.

Digitalisierung und Nachhaltigkeit gehen Hand in Hand.

Neben der digitalen Verlängerung von Live-Marketing-Formaten hat unsere Digitalunit, die **mac. digital brand spaces**, seit geraumer Zeit einen weiteren Schwerpunkt. Er liegt in der Unterstützung des kollaborativen Entstehungscharakters der meisten Markenräume, in der Transparenz- und Effizienzsteigerung der Projekte von der Planung bis zur Umsetzung.

Das neu entwickelte **mac-hub** ist Projektcockpit, Planungs- und Lagermanagementtool sowie Carbon-Footprint-Monitor in einem. Die einzelnen Leistungsbausteine können von Kund*innen individuell zugebucht und für ihre individuellen Stakeholder freigeschaltet werden. Vor allem der im Laufe des Jahres 2024 aktivierbare Monitor für den Carbon Footprint der Projekte dürfte für die Kund*innen interessant werden, hilft er doch direkt bei der nachhaltigen Ausgestaltung der Projekte und der Erfüllung der anstehenden Berichtspflichten.



Vor rund einem Jahr haben wir im Rahmen unseres „Stärken stärken“-Programms die digitale Transformation der gesamten Infrastruktur strategisch neu ausgerichtet. Durch systematische Initiativen entwickeln wir skalierbare Prozesse, um die Anforderungen bestmöglich zu erfüllen. Indem wir eine digitale Infrastruktur schaffen, können wir effizienter und produktiver werden und so auch unsere Nachhaltigkeitsziele voranbringen.



***„Je produktiver
wir werden, desto
nachhaltiger
werden wir auch.“***

Ralf Sonnefeld • Director of IT & Digitalization • mac. brand spaces

STOP WASHING. START ACTING.

Im Rahmen unserer Kommunikationsstrategie geben wir dem Thema Nachhaltigkeit in einer eigens dafür konzipierten Roadshow auf verschiedenen Messen eine Bühne. Dafür organisieren wir an den Aufbau- und ersten Veranstaltungstagen unter anderem Panel-Talks mit Vorstandsmitgliedern und ESG-Beauftragen der Messen. Auch unsere eigene Kompetenz im Bereich Digitalisierung und Nachhaltigkeit machen wir in diesem Rahmen erlebbar. Als Schauplatz dienen Event-Container, die nach der 50-Jahr-Feier von **mac** nun ihren nächsten Auftritt auf unserer Nachhaltigkeitsreise erleben. Durch dieses Format tragen wir das Thema Nachhaltigkeit auf die Messen und fördern den Austausch von Entscheider•innen und Umsetzer•innen im Live-Marketing.

→ roadshow.mac.de



In Aktion • Werte auf dem Prüfstand

Gemeinsam für Nachhaltigkeit.

mac. social spaces • Unsere Leitwerte begleiten uns überall.

Werte



Ambitioniert
Wir prägen die Branche mit herausragenden Projekten.



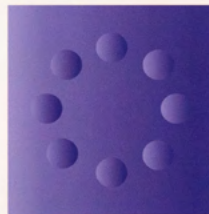
Nachhaltig
Nachhaltigkeit prägt seit Jahren unser Handeln.



Partnerschaftlich
Gemeinschaftlich mehr Erfolg



Hörbar
Kommunikation und Zusammenarbeit macht bei uns auf Augenhöhe statt.



Teamgeist
Teamgeist beginnt im Kopf.



Menschlich
Für uns steht der Mensch im Mittelpunkt.



Ambitioniert
Wir prägen die Branche mit herausragenden Projekten.

VISION

Mit uns entstehen die nachhaltigsten Kundenbeziehungen in der Live Kommunikation.

Ein wesentlicher Baustein im Rahmen des ISO-Prozesses bestand in der Weiterentwicklung unseres Unternehmens-Leitbildes. Moderiert durch unser Nachhaltigkeitsteam haben wir gemeinsam mit allen Mitarbeiter•innen unsere Unternehmenswerte hinterfragt und auf ihre Bedeutung für unsere Nachhaltigkeitsanstrengungen überprüft. Von unternehmerischen Entscheidungen bis hin zum Umgang untereinander, aber auch mit Kund•innen sowie Lieferant•innen, reflektiert diese Maxime unser Handeln. Auch unsere internen Feedback-Gespräche haben sich verändert und gestalten sich noch partizipativer.

Aus unserem Leitbild ergeben sich konkrete Aufgabenstellungen, die beispielsweise tief in unseren Beschaffungsprozess eingreifen. Wir wissen, dass wir unseren Erfolg auch langfristigen Beziehungen mit unseren Partner•innen verdanken.

Deshalb planen wir bis 2030 mit allen Lieferant•innen Entwicklungsprozesse, um nachhaltiger zu wirtschaften. Dabei finden individuelle Kriterien wie Unternehmensgröße Berücksichtigung ebenso wie das Bestreben, Handwerksbetriebe und Dienstleister mit einer hohen Wertschöpfungstiefe nicht zu überfordern. Wir orientieren uns an den Anforderungen des Lieferkettengesetzes und möchten entlang der gesamten Wertschöpfungskette vorbereitet sein und unterstützen. In einem ersten Schritt führen wir eine Bestandsaufnahme durch und haben in einem → *Partner Code of Conduct* unsere Erwartungshaltung formuliert. Dabei reflektieren wir auch die individuellen Möglichkeiten der Lieferant•innen.

Ein gutes Match. Wenn aus Kund·innen Partner·innen werden.



Hesse Lignal • Holz-Handwerk 2024

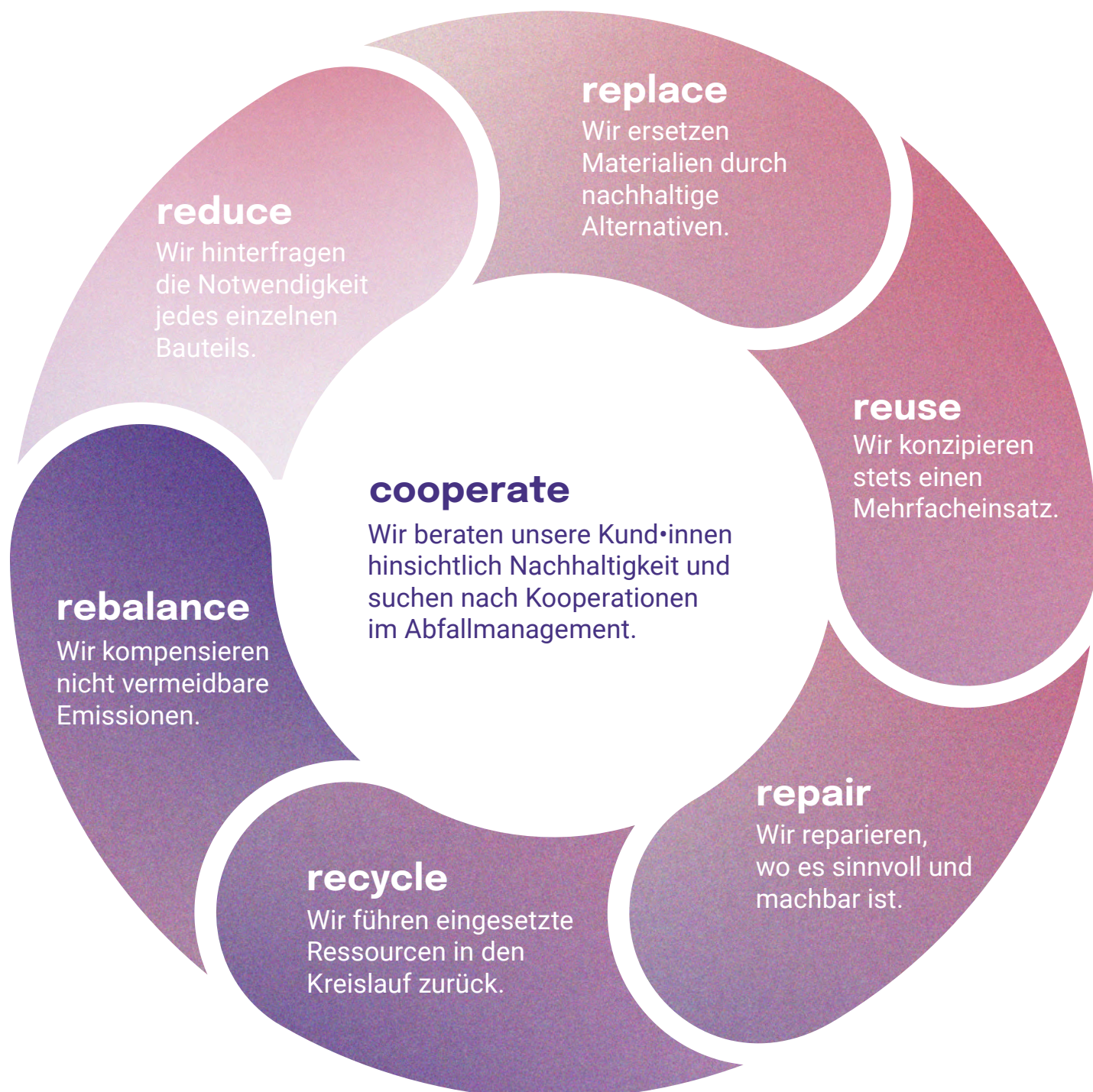
Im Frühjahr 2024 haben wir unsere Kriterien zur nachhaltigen Beschaffung veröffentlicht. Produktinnovationen treiben wir aus der Beschaffung heraus, da wir so bestmöglich Einfluss auf die später einzusetzenden Produkte und Rohstoffe nehmen können. Als einer der führenden Anbieter sehen wir uns im Fahrersitz der Nachhaltigkeitsentwicklung in unserer Branche.

Mit unserem Kunden Hesse GmbH & Co. KG haben wir seit über 20 Jahren eine besonders enge Beziehung. Bei dem familiengeführten Hersteller von Lacken und Beizen beziehen wir einen Großteil unserer nachhaltigen Lacke. Wir kümmern uns aber auch um die Messe-Auftritte des Unternehmens. Dabei planen wir die Bauteile auf Kundenwunsch nachhaltig. Der Wiedereinsatz von Messebauteilen ist längst zum Design-Prinzip geworden und so finden sich zum Beispiel ehemalige Exponate bei Tochterunternehmen oder in den Sozialräumen des Kunden wieder.

In Aktion • Nachhaltige Beschaffung**Peter Haberkorn** • Kommunikation Produktmarketing • Hesse Lignal

„Wir schätzen die Partnerschaft mit mac sehr. Als Familienunternehmen sehen wir uns in der Pflicht, Verantwortung für spätere Generationen zu übernehmen. Deshalb haben wir vor zwei Jahren beschlossen, von Nitro-basierten Lacken auf nachhaltigere Alternativen umzusteigen und uns zum Ziel gesetzt, bis 2030 alle lösemittelhaltigen Produkte auszutauschen. Als enorme Stärke empfinden wir den Produktionsstandort Deutschland. Genauso wie mac setzen wir auf eine hohe Wertschöpfungstiefe im Heimatmarkt und beweisen täglich, dass das ambitionierten Nachhaltigkeitszielen nicht im Weg steht. Im Gegenteil: Unternehmen wie wir denken und handeln langfristig!“

Kreislaufwirtschaft als Handlungsmaxime.



Wir möchten unser Geschäftsmodell kreislauffähig gestalten. Das streben wir an, indem wir die Circular-Design-Prinzipien „**rethink, reduce, replace, reuse und recycle**“ leben. Dies geht aber nur in enger Kooperation mit unseren Partner•innen sowohl auf Seite der Kund•innen als auch seitens der Lieferant•innen.

Die nachhaltige Beschaffung von Materialien sehen wir als einen wesentlichen Hebel an, um Umwelteinflüsse zu reduzieren. So ist unser Team stetig auf der Suche nach neuen Werkstoffen, die unseren hohen Ansprüchen gerecht werden.

Wir möchten uns möglichst frühzeitig in Produktentwicklungsprozesse einbringen und den Technologietransfer zwischen Zulieferer*innen und **mac** fördern. Dazu zeigen wir unserem Team neue technische Möglichkeiten bei Zulieferer*innen auf, bringen Ideen der Partner*innen aktiv ein und identifizieren Lieferant*innen mit Innovationspotenzial. Langfristige Partnerschaften sehen wir als wichtiges Instrument, um Lieferant*innen zu Innovationen zu motivieren. Fortschrittliche Ideen honorieren wir u. a. durch Mehrjahresverträge und gemeinsames Marketing.

mac ist seit Jahrzehnten erfolgreich durch Holzfalzrahmen im Wiedereinsatz. Wir prüfen laufend Alternativen, z. B. mit recyceltem Aluminium, um die Wiedereinsatzquoten zu erhöhen.

Ein Beispiel sind Bodenbeläge: Durch Reinigung und Lagerung sind Teppichböden ökologisch und ökonomisch extrem unattraktiv. Wir setzen verstärkt auf Hartboden für den Wiedereinsatz oder bei Teppichen auf Produkte, die bereits gemäß den Cradle-to-Cradle-Prinzipien in die Ausgangsrohstoffe zurückgeführt werden können. Es gibt ständig Innovationen in diesem Bereich; deren Einsatz scheitert aber oft an den Kosten, der mangelnden Skalierbarkeit oder den hohen Anforderungen in der Event-Branche. Zusätzlich fehlt es häufig an Recycling-Infrastruktur. Denn wir suchen Materialien, die nach ihrem wiederholten Einsatz nicht nur recyclingfähig sind, sondern auch wirklich zurück in den Kreislauf finden.

Die Materialien, die all diese ökologischen wie ökonomischen Aufgabenstellungen erfüllen, tragen wir in einer umfassenden Materialbibliothek zusammen. Darin bewerten wir die zu beschaffenden Rohstoffe anhand von transparenten Öko-Kriterien, um Vergleichbarkeit zu schaffen. Auf dieser Grundlage kann unser Designteam gemeinsam mit dem Projektmanagement auch hinsichtlich ökologischer Kriterien optimal beraten.

Für unseren Kunden Krones, den Technologiekonzern und Service-Dienstleister im Herzen der Getränke- und Liquid-Food-Industrie, erarbeiten wir ein vollkommen neues Messekonzept. Aufbauend auf standardisierten Aluminiumrahmen mit drei oder vier Metern Länge haben wir ein modulares Konzept entwickelt. Seit der → [BrauBeviale 2023](#) wird dieses sukzessiv ausgerollt, bei kleineren Auftritten getestet und optimiert. Auf der Leitmesse Drinktec 2025 wird Krones dann seine Kund*innen auf 12.000 m² Messefläche begeistern.



„mac als Partner versteht einerseits die kommerzielle Bedeutung unserer Auftritte und unterstützt uns andererseits dabei, unsere Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.“

Charles Schmidt • Head of Cross Media Solutions • Krones AG

In Aktion • Meilensteine

Kontinuierliche Verbesserung.

Im → [Nachhaltigkeitsbericht 2023](#) stellten wir unsere Bestrebungen zur Zertifizierung nach DIN ISO 20121 bereits vor. Ziel ist die Standardisierung eines Managementsystems für nachhaltige Veranstaltungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Dadurch möchten wir bestmöglich Transparenz und Zielorientierung über alle Handlungsfelder hinweg gewährleisten und Nachhaltigkeit systematisch bei allen Entscheidungsprozessen verankern.

2005

Erster Mitarbeiter mit Fokus auf Nachhaltigkeit

2020

Nachhaltigkeit in der Unternehmensvision verankert



2010

Installation der Holzverbrennungsanlage zur Beheizung des Hauptstandorts Langenlonsheim mit anfallenden Abfällen

Erstmals Bezug von Ökostrom

2021

→ Veröffentlichung des ersten Nachhaltigkeitsberichts

Einführung von Kundenworkshops zum Thema Nachhaltigkeit (CO₂-Reduzierung)

Installation der ersten elektrischen PKW-Ladestationen auf dem **mac**-Campus

FEBRUAR

2023

Inbetriebnahme der PV-Anlage

2022

Erweiterung der elektrischen PKW-Ladestationen und Ausbau des elektrischen **mac**-Fuhrparks

Zahlung einer Inflationsausgleichsprämie an alle Mitarbeiter*innen

Erster **mac**-Honig von unseren eigenen Bienen

APRIL

2023

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

SEPTEMBER

2023

Entwicklung der Sustainability-Container und Start der Roadshow anlässlich des → 50-jährigen Bestehens von **mac**



2024

Erfolgreiche Zertifizierung nach DIN ISO 20121

2024

Erweiterung der Sustainability-Beratungskompetenz mit zusätzlichen Dienstleistungen

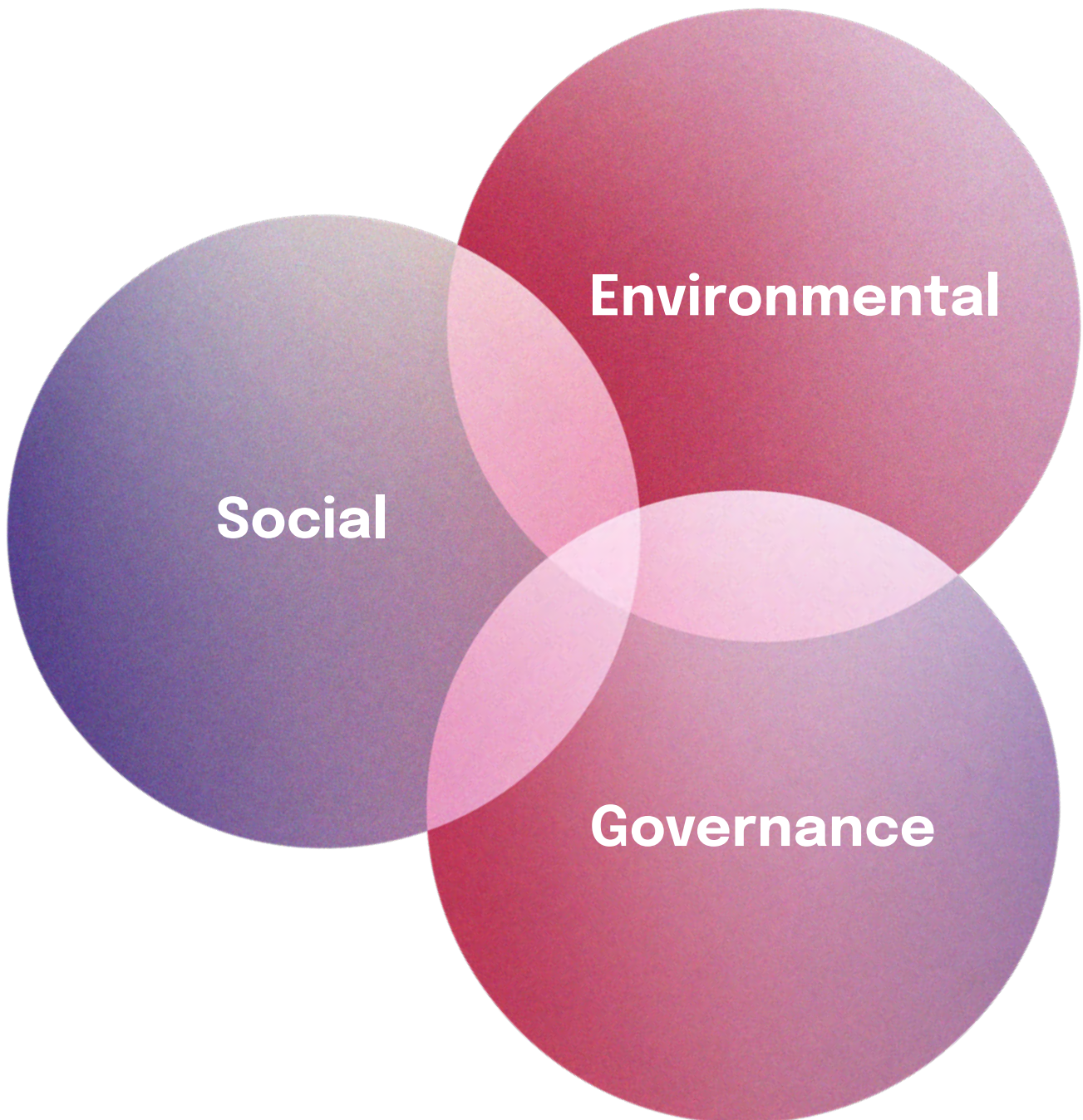


2024

Launch der **mac**-Eco-Materialbibliothek



Ganzheitlich nachhaltig.

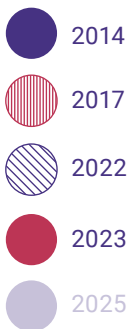


Environ- mental.

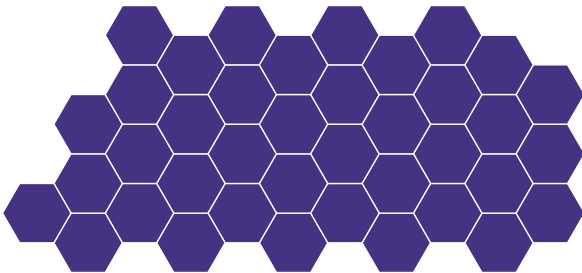
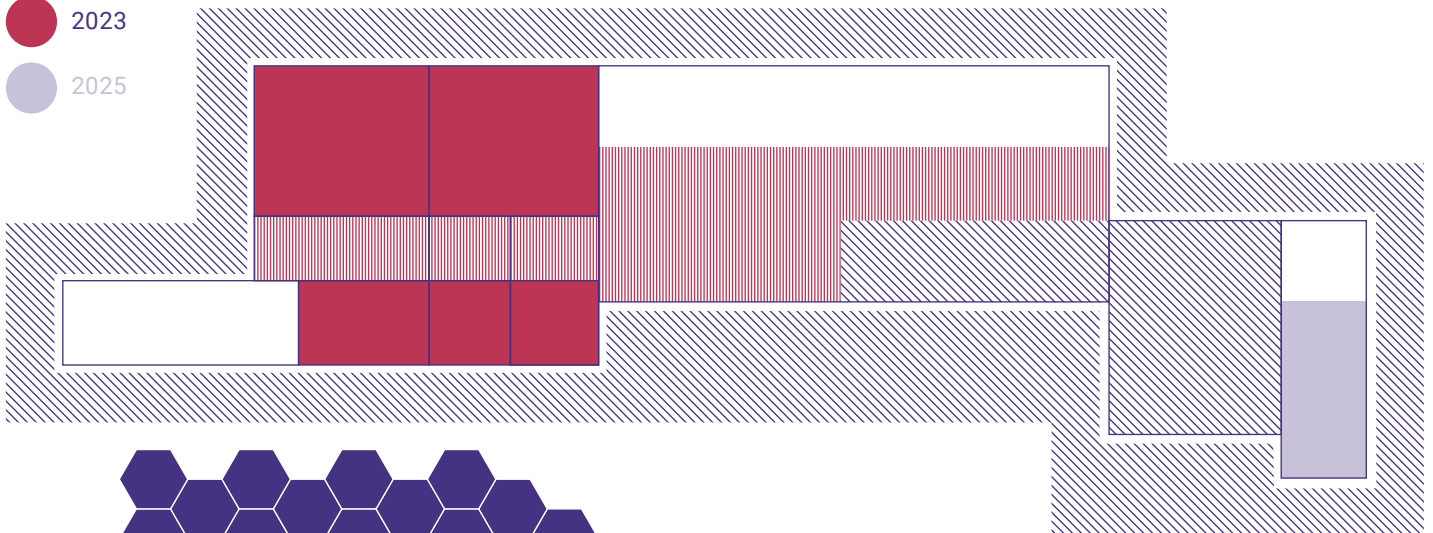
2023 haben wir ...

- **1.245 t CO₂ eingespart durch den Einsatz erneuerbarer Energien bei Strom und Wärme**
- **109.000 kWh Strom eingespart durch modernisierte Beleuchtungsanlagen**
- **96 % unseres Energieverbrauchs aus erneuerbaren Quellen bezogen bzw. selbst erzeugt**

Wir sparen.



In den vergangenen Jahren haben wir sukzessive die gesamte Beleuchtung am **mac**-Campus modernisiert. So konnten wir konsequent Stromsparmaßnahmen umsetzen.



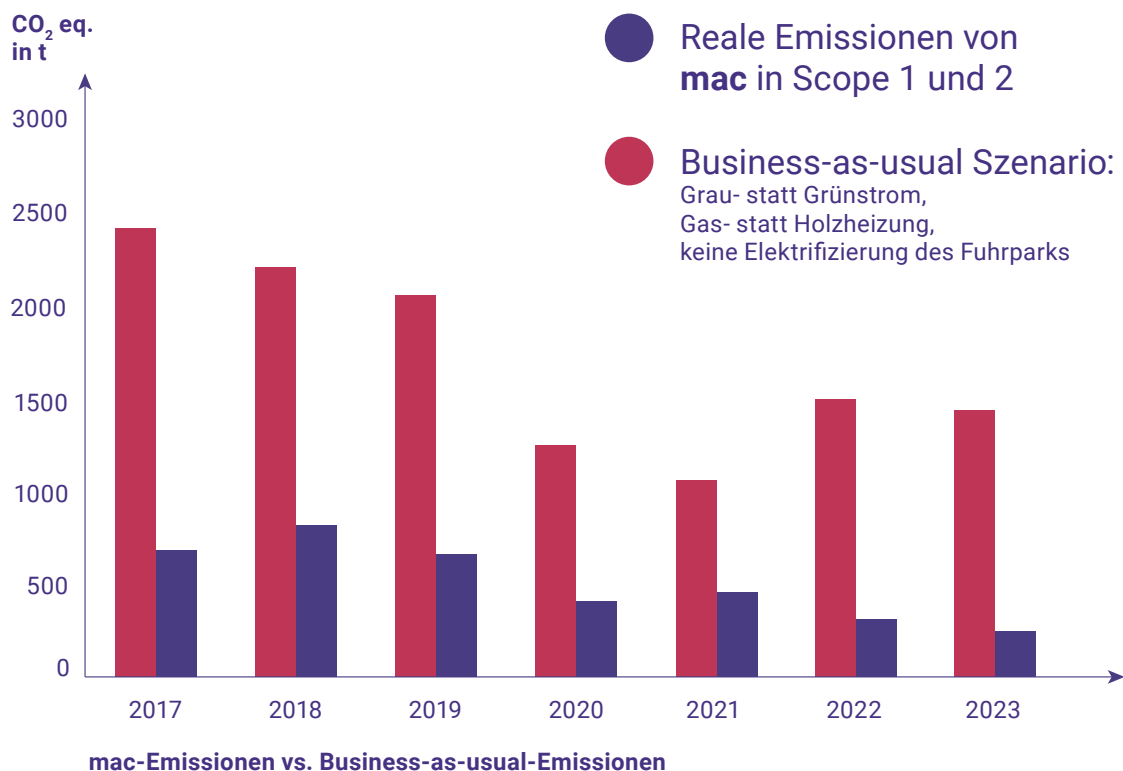
Schon seit 2010 beziehen wir durchgehend Ökostrom an unserem Hauptstandort. Unseren Wärmeverbrauch am Campus decken wir durchschnittlich zu 85 % durch die thermische Verwertung der anfallenden Holzabfälle in unserer Holzverbrennungsanlage ab. Dadurch haben wir geringe Emissionen aus unserem Energieverbrauch und können teilweise auch andere Unternehmen durch die Weitergabe nicht mehr zu nutzenden Holzes klimafreundlich beim Heizen unterstützen.

Environmental • Energie

2023 haben wir unsere Photovoltaik-Anlage in Betrieb genommen. Im ersten Jahr erzeugte unsere eigene PV-Anlage 189.000 kWh Strom – Energie, die wir zu drei Vierteln selbst verbrauchten, den Überschuss gaben wir an andere Stromverbraucher:innen weiter.

Des Weiteren konnten wir 800 Tonnen CO₂ durch die Kompensation von Kundenprojekten neutralisieren. Durch die von uns ermittelten Werte gleichen die Kund:innen die in ihrem Live-Marketing-Auftritt entstehenden Emissionen über eigene Programme oder durch uns aus.

Unser Design dient in erster Linie der Markeninszenierung und den kommerziellen Zielen unserer Kund:innen. Darüber hinaus sind wir mit ihnen gemeinsam stets auf der Suche nach nachhaltigen Designlösungen, die einen möglichen Wiedereinsatz vorsehen.



Recycling und Upcycling.

Nach Energieerzeugung und -verbrauch steht Abfall, der sich nicht vermeiden lässt, auf Platz zwei unserer bedeutendsten Umweltfaktoren. Wo sich durch Verschleiß oder einen zu hohen Individualisierungsgrad die Entsorgung nicht vermeiden lässt, suchen wir laufend umweltverträgliche Möglichkeiten. Aktuell gibt es leider noch viel zu wenige Recyclingunternehmen, die Materialien wertschöpfend weiterverarbeiten.

Textilbannern ein zweites Leben als Umhängetaschen zu verleihen, ist eine charmante Idee. In der Realität verlagert das aber nur die Entsorgung und ist in den Mengen eines professionellen Messeanbieters nicht skalierbar. Dennoch pflegen wir Partnerschaften mit Werkstätten für beeinträchtigte Menschen, die wir mit gut erhaltenen Restprodukten versorgen.

Wir testen aktuell einige B2B-Plattformen, sind aber auch laufend auf der Suche nach Unternehmen, die beispielsweise Anschnitte sinnvoll weiterverwenden können. Damit die ökologischen Benefits zum Tragen kommen, sind dabei kurze Transportwege ein Muss. Auch die strikten und kurzen Abbauezeiten sowie die nötigen Lagerkapazitäten für das Messegeschäft schränken solche Bestrebungen ein.

Container Roadshow • Upcycling unserer Textilbanner zu einzigartigen Taschen



Wir sind mobil.

Mit der Bahn ans Ziel.

Mit einer neuen Betriebsvereinbarung zur dienstlichen Mobilität haben wir einen klaren Fokus auf öffentliche Verkehrsmittel gelegt. Konkrete, transparente Regeln, verbunden mit einem attraktiven Anreizsystem fördern den Umstieg auf nachhaltige Mobilitätslösungen. Mithilfe einer digitalen Reiseplattform managen die Kolleg*innen ihre Reisen dabei eigenverantwortlich. Auf der Kurzstrecke ist das Flugzeug tabu. Erste-Klasse-Tickets ab einer Reisedauer von vier Stunden machen das Bahnfahren für alle **mac**ler viel attraktiver.

Emissionsfreier Arbeitsweg.

Private Reisen mit der Bahn unterstützen wir als Arbeitgeber mit einem Zuschuss zum Deutschlandticket. So möchten wir alle darin unterstützen, CO₂-frei zur Arbeit kommen zu können. Aus diesem Grund haben wir rund 40 Kolleg*innen zu einem Job-Bike verholffen. Wer mit dem Fahrrad anreist, kann dieses an inzwischen drei verschiedenen überdachten Unterständen parken und sein E-Bike gratis laden.

E-Mobilität.

Unser Ziel, dass unsere Flotte bis Ende 2023 zu einem Drittel aus E-Fahrzeugen besteht, haben wir übererfüllt: Aktuell ist unser Fuhrpark auf über 50 % E-Fahrzeuge angewachsen – Tendenz steigend. Auch in puncto Ladenetz konnten wir vorzeitig das Ziel übertreffen: Inzwischen können Kund*innen sowie Mitarbeiter*innen (subventioniert durch **mac**) ihr E-Auto an einer von 28 Stationen auf dem Campus laden. Bis 2030 werden wir im PKW-Bereich den letzten Verbrenner ausgelistet haben.

Von Natur aus divers.



mac-Campus in Langenlonsheim • Begrüntes Dach

Mithilfe des NABU gingen wir im vergangenen Sommer das Projekt an, auf unserem Firmengelände die Biodiversität zu stärken. Unser Ziel: Viele unterschiedliche Lebensräume zu schaffen sowie Kleinsäugetern und Insekten Überwinterungsmöglichkeiten zu bieten.

Anstelle von „hübsch“ und „pflegeleicht“ dienen nun Kriterien wie ihr Beitrag im Ökosystem oder der Wasserverbrauch für die Auswahl von Pflanzen. Mit einem eigens dafür allokierten Budget von 10.000 Euro haben wir autochthone Bäume gepflanzt und Blühwiesen angelegt. Wir haben auch zu schätzen gelernt, dass es manchmal gut tut, weniger zu tun: Teile unserer Wiesenflächen mähen wir nur noch zweimal im Jahr, so entstehen Nahrung und Lebensraum für Insekten, Nistmöglichkeiten für Vögel und Rückzugsräume für andere Kleintiere. Unser Löschteich entpuppte sich zudem als Trinkwasser-Reservoir für Insekten und Vögel.

Außerdem hat eine regionale Werkstatt für beeinträchtigte Menschen Nistkästen für uns gefertigt, die rechtzeitig zur Brutsaison aufgehängt wurden – wir freuen uns auf die ersten Brutpaare.

Unsere vier Bienenvölker haben sich zu echten Sympathieträgern entwickelt. Bei Afterwork-Events mit dem Imker lernen unsere Mitarbeiter·innen viel über die im Sommer rund 200.000 Bienen und ihre Lebensweise.



Social.

310 Mitarbeiter*innen mit ...

- einem Altersdurchschnitt von 42,8 Jahren, heterogen verteilt als Grundsatz unserer Personalpolitik
- einer durchschnittlichen Unternehmenszugehörigkeit von 13,1 Jahren

85 Frauen

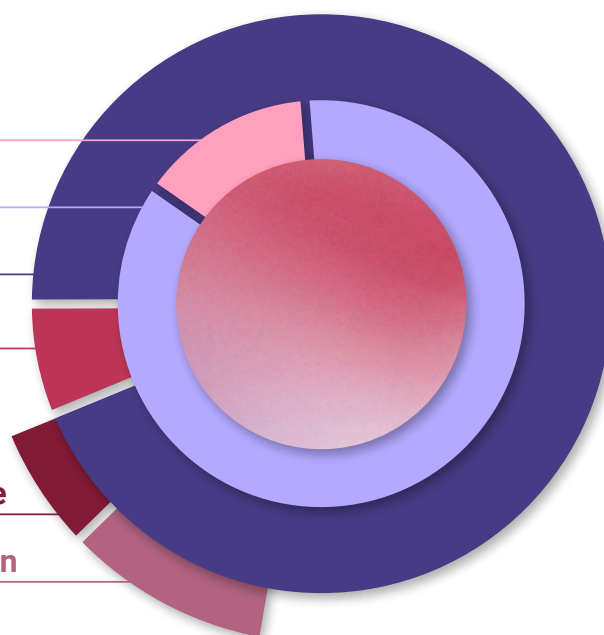
225 Männer

277 Professionals

33 Auszubildende

31 Teilzeitbeschäftigte

48 Firmenrentner*innen



Weitere soziale Fakten:

- **Unternehmensseitig geförderte Pensionen**
- **Im Regelfall unbefristete Arbeitsverträge, Leiharbeit nur zur Abdeckung von Bedarfsspitzen**
- **Arbeitsunfähigkeitsquote ohne / mit Langzeiterkrankungen: 4,1 % / 5,9 %**
- **200.000 Bienen, die uns 177 Gläser Honig beschert haben**

Für nachhaltiges Handeln im sozialen Bereich haben wir als Erstes unsere Mitarbeiter·innen im Blick.

Deshalb ist und bleibt Arbeitsschutz unsere oberste Priorität. Trotz einem bedauerlichen Arbeitsunfall im vergangenen Jahr waren wir ganz nah am Ziel 0 dran. Wir werden weiterhin alles dafür tun, dieses Ziel zu erreichen.

Eine der Maßnahmen für die Gesundheit unserer Belegschaft ist die fortlaufende Anschaffung von Hebehilfen und höhenverstellbaren Werk- sowie Packtischen. Je nach Körpergröße lassen sich diese optimal einstellen und so Belastungen für den Rücken minimieren. Auch in den Büros freut man sich über diese Möglichkeit: Allein im letzten Jahr haben wir 40 Arbeitsplätze rüchenschonend modernisiert.

Guter Resonanz erfreut sich auch unsere wöchentliche Bewegungspause: Während der Arbeitszeit ermuntert ein Physiotherapeut für 20 Minuten alle zur Bewegung. Mit einer Beteiligung von etwa 30 **mac**lern pro Woche bleiben wir fit.

Neuerdings steht am **mac**-Campus ein Kühlschrank, der von einem regionalen Anbieter mit frischen Mahlzeiten beliefert wird. Das Angebot wird von uns bezuschusst und beinhaltet auch vegane oder vegetarische Speisen. So sind während der stressigsten Projektphase gute Mahlzeiten für jeden niederschwellig zugänglich ebenso wie kostenlose Heißgetränke und Mineralwasser.



Beim Gesundheitstag drehte sich alles um das Thema Stressbewältigung. Verschiedene Muskulaturmessungen, Workshops zu körperlicher und mentaler Gesundheit laden dazu ein, sich nachhaltig um sich selbst zu kümmern. Als Arbeitgeber sponsern wir nicht nur die Arbeitszeit, sondern auch ein gesundes gemeinsames Mittagessen.

Social • Gesundheitsförderung mit System



AOK Zertifizierung • „Gesundes Unternehmen“

Während wir uns im vergangenen Jahr über die → Bronze-Auszeichnung der AOK als „Gesundes Unternehmen“ freuen durften, streben wir für 2024 Silber an. Wir möchten unserem Anspruch, die Gesundheitsförderung unserer Mitarbeiter•innen an erste Stelle zu setzen, besonderen Nachdruck verleihen.

Wir erleben die AOK als proaktiven Partner, der mit gezielten Arbeitsplatz-situationsanalysen durch externe Berater konkrete Verbesserungsansätze vorträgt. Aber auch ein Führungskräfte-Coaching ist auf Anregung der Gesundheitskasse entstanden. Besonders junge Führungskräfte profitieren von Schwerpunkten wie Hilfestellungen bei der Stressbewältigung, Erleichterung von Übergaben oder Methoden zur Aufgabenstrukturierung.

Wir bilden aus.

→ mac.de/karriere

Ausbildung ist schon seit Langem eine Stärke von **mac** – das bestätigt auch die IHK erneut mit der Auszeichnung als „bester Ausbilder“. Neben zwölf Lehrberufen bieten wir vier duale Studiengänge in Zusammenarbeit mit der DHBW an. Von Holztechnik bis IT möchten wir junge Menschen früh für Live-Kommunikation begeistern.



Bachelor of Arts BWL
Messe-, Kongress-
und Eventmanagement

Bachelor of Arts
Rechnungswesen, Steuern,
Wirtschaftsrecht
Accounting & Controlling

Industriekaufleute



Bachelor of Engineering
Holztechnik

Technische·r
Produktdesigner·in
Produktgestaltung
und Konstruktion



Bachelor of Science
Wirtschaftsinformatik
Software Engineering

Fachinformatiker·in
Anwendungsentwicklung/
Systemintegration



Elektroniker·in
Energie- und Gebäudetechnik

Fachkraft für
Veranstaltungstechnik



Maler·in- und Lackierer·in
Gestaltung und
Instandhaltung



Tischler·in



Mediengestalter·in
Printmedien/
Designkonzeption



Metallbauer·in
Konstruktionstechnik



Fachkraft für Lagerlogistik

Social • Nachwuchstalente fördern

2023 vergeben wir erstmals ein sogenanntes Deutschland-Stipendium an eine Kommunikationsdesignerin, die im laufenden Semester mit einem Bachelor an der Hochschule Mainz abschließen wird.

Das Besondere: Die Stipendiatin hat keinerlei Verpflichtungen gegenüber dem Trägerunternehmen. Aufgrund von sozialen Kriterien werden diese Stipendien durch die Hochschule vergeben, um Personen zu fördern, die sich neben hervorragenden Leistungen durch gesellschaftliches Engagement auszeichnen.

Auch wer beispielsweise die Hochschulreife auf dem zweiten Bildungsweg erlangte oder alleinerziehend ist, hat Chancen auf die Unterstützung. Wir nutzen diese Möglichkeit gern, um einander kennenzulernen und unsere Branche frühzeitig attraktiv zu machen.

Social • Lebenslagen- & Familienservice

Unterstützung in allen Lebenslagen.

Als nachhaltiger Arbeitgeber sehen wir uns auch in der Verantwortung, wenn das Leben unsere Kolleg•innen besonders fordert, beispielsweise durch physische oder psychische Erkrankungen eines Angehörigen.

Mit externer Unterstützung bieten wir Lebenslagen-Coaching und einen Familienservice an. In einem Portal kann anonym Hilfe bei besonderen Notlagen eingeholt werden – eine 24-Stunden-Hotline ist im Ernstfall immer erreichbar. Auch Informationen rund um Pflegebedürftigkeit und entsprechende Ansprechpartner•innen stehen niederschwellig zur Verfügung.

Governance.

Investitionen 2023:

- Beleuchtung: 90.000 €
- Fahrradstellplätze: 45.000 €
- PV-Anlage: 240.000 €
- Team: 2,5 FTE*
- Smarte Kantine: 9.600 €
- Biodiversität: 10.000 €
- E-Ladesäulen: 40.000 €
- Gesundheitsmanagement: 50.500 €
- Weiterbildungen: 90.000 €
- Zwei Defibrillatoren: 2.960 €

* Full-Time-Equivalent

DIN ISO 20121

Die Hauptaktivitäten im Bereich Governance lassen sich anhand unserer anstehenden Zertifizierung nach DIN ISO 20121 am besten demonstrieren.

Als einer der ersten Anbieter in der Live-Kommunikations-Branche werden wir unseren Gesamtbetrieb zertifizieren lassen und damit alle ESG-Maßnahmen entsprechend harmonisieren. Alle Teilbereiche unseres Managementsystems werden an Nachhaltigkeitskriterien ausgerichtet und durch Kontrollsystem wie Risikomanagement, Compliance etc. unterstützt.

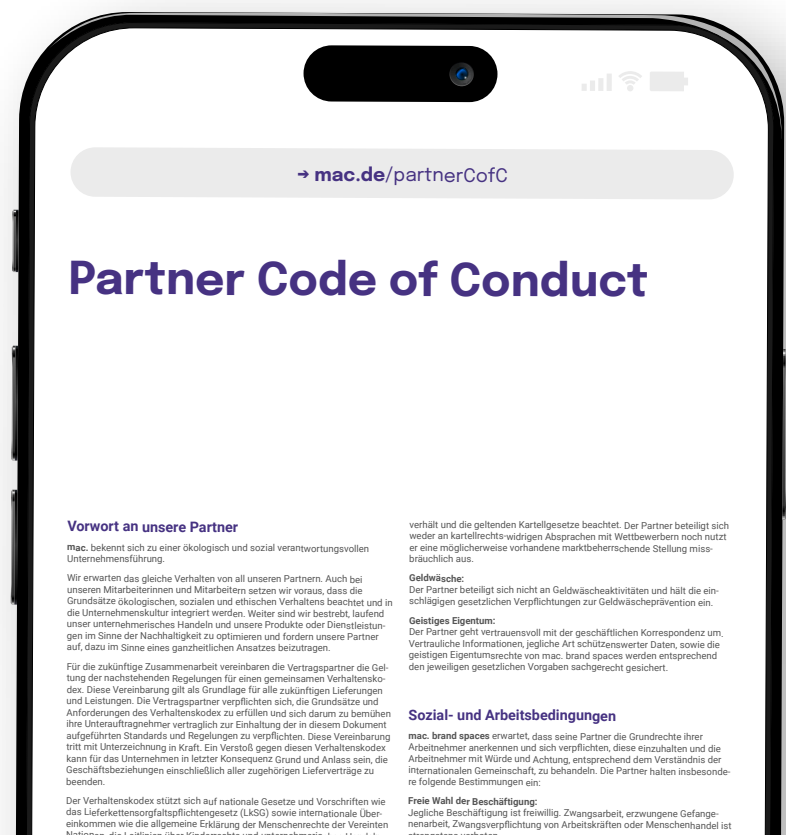
Nach erfolgter Erstzertifizierung im Laufe des Jahres werden wir künftig regelmäßig interne Bewertungen und ein externes Audit durchführen. Dies ermöglicht uns, im laufenden Betrieb effektiv die Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsziele zu überprüfen und gegebenenfalls nachjustieren. Auch in Anbetracht der zu erwartenden Regularien im Bereich der Unternehmensberichterstattung sehen wir uns so gut aufgestellt.

Governance • Hinweisgeberschutz

Seit Juli 2023 haben wir eine Beauftragte für das Hinweisgeber-system nach Hinweisgeberschutzgesetz (HinSchG). Über ein Soft-waressystem können vermutete oder tatsächliche Verstöße gegen die Compliance anonym oder personalisiert eingegeben werden. Unsere Beauftragte validiert diese nach einem vorgegebenen Pro-zess mit klar definierten Richtlinien und leitet bei Bedarf Untersu-chungen ein. Sie ist auch bevollmächtigt, dafür externe Hilfe von beispielsweise Rechtsanwält*innen einzubinden.

Governance • Compliance der Geschäftsführung

Vergangenes Jahr haben die beiden Geschäftsführer Stefan Trieb (CEO) und Jörg Bürkle (COO) in sieben Grundsätzen ihr Verspre-chen zu nachhaltiger Geschäftsführung gegeben. Aufbauend auf Respekt, Integrität und Vertrauen verpflichten sich die Manager zur transparenten, ethischen, wertschöpfenden und nachhaltig gestalteten Unternehmensführung.

**Vorwort an unsere Partner**

mac. bekennt sich zu einer ökologisch und sozial verantwortungsvollen Unternehmensführung.

Wir erwarten das gleiche Verhalten von all unseren Partnern. Auch bei unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern setzen wir voraus, dass die Grundsätze ökologischen, sozialen und ethischen Verhaltens beachtet und in die Unternehmenskultur integriert werden. Weiter sind wir bestrebt, laufend unser unternehmerisches Handeln und unsere Produkte oder Dienstleistungen im Sinne der Nachhaltigkeit zu optimieren und fordern unsere Partner auf, dazu im Sinne eines ganzheitlichen Ansatzes beizutragen.

Für die zukünftige Zusammenarbeit vereinbaren die Vertragspartner die Gel-tung der nachstehenden Regelungen für einen gemeinsamen Verhaltensko-dez. Diese Vereinbarung gilt als Grundlage für alle zukünftigen Lieferungen und Leistungen. Die Vertragspartner verpflichten sich, die Grundsätze und Anforderungen des Verhaltenskodex zu erfüllen und sich darum zu bemühen ihre Unterauftragnehmer vertraglich zur Einhaltung der in diesem Dokument aufgeführten Standards und Regelungen zu verpflichten. Diese Vereinbarung tritt mit Unterzeichnung in Kraft. Ein Verstoß gegen diesen Verhaltenskodex kann für das Unternehmen in letzter Konsequenz Grund und Anlass sein, die Geschäftsbeziehungen einschließlich aller zugehörigen Lieferverträge zu beenden.

Der Verhaltenskodex stützt sich auf nationale Gesetze und Vorschriften wie das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) sowie internationale Über-einkommen wie die allgemeine Erklärung der Menschenrechte der Vereinten

Nationen und die geltenden Kartellgesetze beachtet. Der Partner beteiligt sich weder an kartellrechts-widrigen Absprachen mit Wettbewerbern noch nutzt er eine möglicherweise vorhandene marktbeherrschende Stellung miss-bräuchlich aus.

Geldwäsche:
Der Partner beteiligt sich nicht an Geldwäscheaktivitäten und hält die ein-schlägigen gesetzlichen Verpflichtungen zur Geldwäscheprävention ein.

Geistiges Eigentum:
Der Partner geht vertrauensvoll mit der geschäftlichen Korrespondenz um, Vertrauliche Informationen, jegliche Art schützenswerter Daten, sowie die geistigen Eigentumsrechte von mac. brand spaces werden entsprechend den jeweiligen gesetzlichen Vorgaben sachgerecht gesichert.

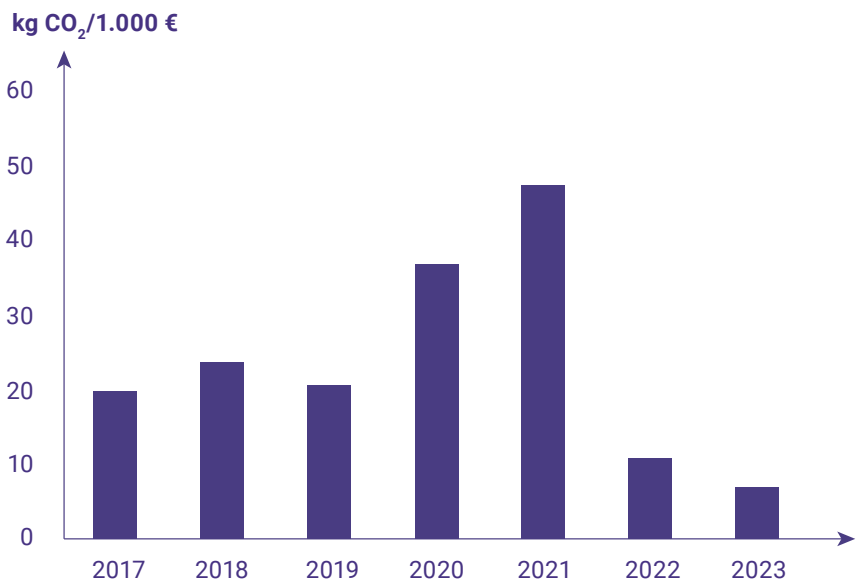
Sozial- und Arbeitsbedingungen

mac. brand spaces erwartet, dass seine Partner die Grundrechte ihrer Arbeitnehmer anerkennen und sich verpflichten, diese einzuhalten und die Arbeitnehmer mit Würde und Achtung, entsprechend dem Verständnis der internationalen Gemeinschaft, zu behandeln. Die Partner halten insbesondere folgende Bestimmungen ein:

Freie Wahl der Beschäftigung:
Jegliche Beschäftigung ist freiwillig. Zwangsarbeit, erzwungene Gefange-nenarbeit, Zwangsverpflichtung von Arbeitskräften oder Menschenhandel ist

Nachvoll- ziehbar und transparent.

Wir möchten wissen, wo wir stehen, um uns zu verbessern. Deshalb erfassen wir viele Kennzahlen von klassischen KPI (Key Performance Indicator) der Unternehmenssteuerung wie Umsatz oder Ertrag bis hin zu einem erweiterten Quartalsreporting, das wir aktuell implementieren. Wir brechen den Gesamtverbrauch an Energie auf die einzelnen Energiequellen herunter und tracken die Freisetzung der Klimagase nach Scope 1 und 2. Auch hier ist die größte Herausforderung die Erfassung von Scope 3. Dabei bemühen wir uns um eine Lösung mit höchstmöglicher Transparenz.



CO₂-Emission pro Bruttowertschöpfung

In den Jahren 2020 und 2021 wurde das Kerngeschäft durch coronabedingte Maßnahmen massiv eingeschränkt.

Es gibt noch viel zu tun ...

... daher schaffen wir eine Plattform, um darüber zu sprechen. Wer nicht die Chance hatte, unseren Stand zu „Nachhaltigkeit im Live-Marketing“ auf der Anuga FoodTec in Köln zu besuchen, hat im Jahr 2024 noch in Hannover bei der HannoverMesse und in München bei der IFAT die Gelegenheit. Neben einer interaktiven Reise durch die Nachhaltigkeit von **mac** – bei der es auch Preise zu gewinnen gibt – steht im Zentrum der Präsenz ein spannender Talk mit hochkarätigen Gästen. Erfahren Sie mehr darüber, was Nachhaltigkeit für die Messengesellschaften, aber auch für große Industrieunternehmen in ihrer Kommunikationsstrategie bedeutet. Lernen Sie unser Team persönlich kennen – wir freuen uns auf Sie!

→ roadshow.mac.de

alle
evan
198
Wende

Standpunkt

Unser Standpunkt
für neue Perspektiven.

Wendepunkt