

m+a

report. DAS MESSEMAGAZIN

Glen
Dimplex
Thermal
Solutions

AUFGEFASST

Bewegung im Markt
für Medizintechnik

AUFGEHAUFEN

Wegweiser
zum Ziel

AUFGEBAUT

Möglichmacher
unter Zeitdruck

Glen
Dimplex
Thermal
Solutions



Cooling.
Heating.
Ventilation.

Simple.
Simply
versatile

Mehr Fokus.
Wir bringen zusammen,
was zusammengehört.

- M wie Made in Germany.
- M for Modular.
- M wie Maßgefertigt.
- M for More potential.
- M wie Minimalistisch.
- M for More courage.
- M wie Miteinander.
- M for Made in Germany.
- M wie Masterpiece.
- M for Milestone.
- M wie Mut zu neuen Ideen.
- M for Minimalist.
- M wie Meilenstein.

AUFGEDREHT

The Heat is on

Wie Glen
Dimplex seine
neue Marke
aufstellt



Julian Hauser, Geschäftsführer Zeeh Design.



„Dem Ziel, ökologische Gesichtspunkte mit ökonomischen Anforderungen zu verbinden, kommen wir jeden Tag ein bisschen näher.“

WERTE

Nachhaltige Auftritte müssen Standard sein

Es geht um Zukunftsfähigkeit. Zertifizierungsprozesse können Unternehmen helfen, systematisch besser zu werden und neue, marktgerechte Produkte für ihre Kunden zu entwickeln.



Nachhaltigkeit ist ganz einfach zu erklären: offen legen, wie man arbeitet, erklären, warum man Dinge tut, Fehler vermeiden – und wenn sie doch passieren, offen mit ihnen umgehen. Klingt banal. Dass das aber alles andere als banal ist, davon können Nachhaltigkeitsmanager ein Lied singen. Die Umsetzung ist alles andere als simpel. Je mehr sie sich mit dem Thema auseinander setzen, desto mehr Facetten tun sich auf. Warum also tut sich ein Unternehmen das an? Weil es angesagt ist? Weil in diesem Jahr die CSR-Berichtspflicht in Kraft getreten ist und in der Regel große Unternehmen große Kunden in Sachen Messen und Events sind?

Dem widerspricht Julian Hauser. Der Geschäftsführer von Zeeh Design, Puchheim: „Schon lange vor der EU-Berichtspflicht sind wir das Thema angegangen - aus Überzeugung - und weil wir mit positiven Auswirkungen dieser Maßnahmen gerechnet haben.“ Erste neue Dienstleistungsbereiche sind hieraus

„Nachhaltigkeit ist nur augenscheinlich ökologisch. Aber es lässt sich nicht darauf reduzieren: Das ist viel, viel mehr.“

Marlene Schmuck, Nachhaltigkeitsbeauftragte.

bereits entstanden. Für Hauser ein Ergebnis der laufenden Nachhaltigkeitsprozesse im Unternehmen. „Es muss ja inhaltlich verstanden werden, was sie bedeuten.“ Die Unternehmensentwicklung werde jedenfalls „positiv beflügelt“. Doch nicht nur deshalb liegen für ihn die Argumente pro Nachhaltigkeit auf der Hand. „Das Thema ist integraler Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Wir verstehen darunter unsere Verantwortung gegenüber Kunden, Mitarbeitern und Partnern, aber auch gegenüber der Gesellschaft und der Umwelt.“ Und, so fügt er hinzu, „sind wir in unserer langen Geschichte schon immer nachhaltig gewesen, sonst wären wir nicht mehr existent.“ Er ist – zusammen mit Unternehmensgründer Klaus Zeeh und seinem Geschäftsführer-Partner Harald Hüser – der festen Überzeugung, dass „wir nur dann eine erfolgreiche Zukunft haben, wenn die Unternehmensführung nachhaltig agiert.“ Soll heißen: „Wir übernehmen Verantwortung.“ Und das gelte für alle Mitarbeiter im Betrieb. Die Verantwortlichen wissen aber auch: Das Thema zu ignorieren, kann sich

kein Unternehmen mehr leisten – und das gilt nicht nur für Messebaudienstleister. Die Konzernanforderungen zur CSR-Berichtspflicht in Bezug auf die Geschäftspartner sind in Code of Conducts genau definiert. Sich nicht daran zu halten, kann das Ende einer Zusammenarbeit bedeuten.

Für viele Kunden und potenzielle Mitarbeiter hat sich Nachhaltigkeit zu einem relevanten Entscheidungskriterium entwickelt. Es kann zu einer echten Trumpfkarte werden – nicht nur bei der Rekrutierung, sondern auch bei der Identifizierung der eigenen Mitarbeiter mit dem Unternehmen. Nachhaltigkeit wirkt. Deshalb habe man bereits früh und aus Überzeugung begonnen, sich damit auseinander zu setzen. Ein solches Engagement, wirtschaftlich, gesellschaftlich und in Umweltaspekten, mag zu Beginn fordernd sein und auch kostenintensiver. Es zahlt sich dennoch aus. Diesen Firmen wird eine überdurchschnittlich hohe Innovationskraft attestiert, gilt es doch, neue Lösungen für Ressourcen- und Klimaschutz mit wirtschaftlichem Nutzen zu verbinden.

 LEIPZIGER MESSE


Raumwelten

Plattform für Szenografie,
Architektur und Medien

22.-25.11.2017

Ludwigsburg / Stuttgart

#raumwelten
raum-welten.com

Veranstalter

film & medien festival

g GmbH

Mitveranstalter



Wirtschaftsförderung
Region Stuttgart

m+a Chancen



Infineon:
nachhaltig
unterwegs.
FOTOS: ZEEH
DESIGN (4)

Nicht nur allgemein, sondern auch im Speziellen.

Messebau und Nachhaltigkeit sind für viele ein Widerspruch. Viele Messe- und Eventauftritte sind sehr weit davon entfernt, wirklich „sustainable“ zu sein. Für Zeeh Design war genau dieser Punkt mitentscheidend, sich auf den Weg zu machen. Als Premiumanbieter ist es den Kreativen auch ein Anliegen, „unseren Kunden auch im Nachhaltigkeitsbereich beste Produkte und Services bieten zu können“, so der Geschäftsführer.

Es gehe nicht darum, Messestände zu Null Co2 zu produzieren – „es ist der Weg dorthin“, sagt ergänzend Marlene Schmuck, die bei dem Puchheimer Premiumdienstleister über den Prozess wacht und weiß, dass Nachhaltigkeitssünden das Image eines Unternehmens schädigen können. „Nachhaltigkeit ist nur augenscheinlich ökologisch. Aber es lässt sich nicht darauf reduzieren. Nachhaltigkeit ist viel, viel mehr“, sagt sie. Entsprechend wichtig ist es, alle Mitarbeiter dabei zu wissen. „Das ist wie bei einem Konzept: Am Anfang jeden Erfolges und aller Umsetzungen stehen gute Fragen und kluge Antworten.“

Bei Zeeh galt und gilt es, ungefähr 80 Mitarbeiter in die Endlosschleife KVP zu holen und darin zu halten, den kontinuierlichen Verbesserungsprozess (KVP). Zu verbessern gibt es schließlich immer etwas. Hauser weiß:

„Unternehmen und ihre Mitarbeiter sind nur dann erfolgreich, wenn sie sich ständig verbessern.“ Ziel, so Schmuck, ist es, „mit der Verbesserung in die nächste Schleife zu gehen.“ Den KVP begreifen die Bayern auch als Motor für Innovationen.

Natürlich geht es auch darum, weniger Abfall zu produzieren. Messebau ist ja nun nicht gerade bekannt dafür, völlig ohne auszukommen. Nach jeder Messe türmen sich Berge von Abfall, landet Material in Containern. Der Geschäftsführer kennt das Dilemma. Deshalb beginnt für ihn und das Team Nachhaltigkeit mit der Beratung des Kunden zu Beginn eines Projektes. Julian Hauser: „Aus demselben Equipment können Messestände sehr unterschied-

„Unternehmen und ihre Mitarbeiter sind nur dann erfolgreich, wenn sie sich ständig verbessern.“



Raute muss sein.
FOTO: BAYERN TOURIS-
MUS MARKETING

licher Größe entstehen.“ Das Thema „Skalierung“ sei bei jedem Kundendialog präsent. „Wir fragen die Kunden, wie sie zu Nachhaltigkeitsaspekten ihres Messeprojekts stehen. Auf Wunsch zeigen wir entsprechende Ansätze auf.“ Das wirke, die Resonanz sei positiv. Sofort kämen dann die Aspekte Ökologie und Ökonomie ins Spiel. Für Hauser nicht unvereinbar: „Ökologie und Ökonomie müssen nicht im Widerspruch stehen.“

Dass die Puchheimer das Thema sehr ernst nehmen, zeigt das frühe Engagement. Sie gehörten zu den ersten Messebaudienstleistern, die beim Fachverband Famab das Zertifikat „Sustainable Company“ erwarben, das auf die Branche zugeschnitten ist. In-

2.000

Gäste etwa werden am 8. Dezember 2017 in Düsseldorf an der Verleihung des Deutschen Nachhaltigkeitspreises teilnehmen. Ausgezeichnet werden Spitzenleistungen der Nachhaltigkeit.

zwischen sind sie das zweite Mal re-zertifiziert. Und von Re-Zertifizierung zu Re-Zertifizierung wird es gerade in der Live-Kommunikation immer anspruchsvoller.

Auf Basis der Briefings der Auftraggeber bietet das Unternehmen an, ein Kommunikationsdesign zu entwickeln, welches mit intelligentem Einsatz der verfügbaren Ressourcen den Wünschen entspricht und gleichzeitig die Umweltbelastung durch einen hohen Anteil an wiederverwendbaren Materialien minimiert. Bei der Realisation der Projekte werden umweltschonende Alternativen präferiert, um Emissionen zu reduzieren. Zertifikate können darüber hinaus dazu beitragen, eine individuelle CO2-Bilanz für das jeweilige Projekt zu erstellen.

Clean Stands / Clean Events heißt der neue Leistungsbereich, bei dem die Puchheimer alle Komponenten auf ihre Umweltverträglichkeit prüfen, sowie den Materialeinsatz und die Wiederverwertung optimieren. „Dem Ziel, ökologische Gesichtspunkte mit ökonomischen Anforderungen zu verbinden, kommen wir damit jeden Tag ein bisschen näher“, ist der Geschäftsführer überzeugt.

Der Frage, wie es sich in Sachen Sustainability richtig aufstellt, ist das Zeeh-Design-Team auf den Grund gegangen. „Es geht schließlich um Zukunftsfähigkeit“, so Julian Hauser. Entschieden haben sich die Verantwortlichen



MESSE DRESDEN
www.messe-dresden.de





Stimmungsvoll:
Lounge von Akzo
Nobel auf der Ligna.

” Auch im Nachhaltigkeitsbereich wollen wir beste Produkte und Services bieten können.

schließlich für Emas, das wohl weltweit anspruchsvollste Umweltmanagementsystem mit anschließender Zertifizierung. „Da der soziale Aspekt bei uns groß geschrieben wird, haben wir uns zudem für eine Zertifizierung im sozialen Bereich entschieden – die Emasplus-Zertifizierung,“ betont Schmuck. Somit gehen sie offen in den Prozess, auch wenn er länger dauert, implementieren ein Nachhaltigkeitsmanagementsystem und setzen auf das Einbeziehen der Kolleginnen und Kollegen.

Die Puchheimer sind der Überzeugung, dass sie auf dem Weg dorthin gemeinsam attraktive Produkte für ihre Kunden entwickeln werden. Julian Hauser: „Klar ist auch das Zertifikat für

uns wichtig. Aber es geht doch nicht darum, dass wir nachgefragt werden, weil wir zertifiziert sind, sondern weil wir mit neuen Leistungen beeindruckt, die unseren Kunden nutzen und sie im Sinn der Nachhaltigkeit davon profitieren.“

Für den Premiumdienstleister muss der nachhaltige Messestand in Zukunft Standard sein, ohne dass ein Auftritt dabei an Anziehungskraft und Attraktivität einbüßt oder er teurer wird, auch wenn Messebau fordernder wird. Für 2018 hat sich das Zeeh-Design-Team vorgenommen, seine Kunden zu motivieren, mutiger zu sein und verstärkt nachhaltige Projekte anzugehen. Julian Hauser: „Wir möchten signalisieren: Wir meinen es ernst.“

● SUMMARY

Sustainable presentations must become standard feature: businesses can apply certification processes to systematically improve their performance and to develop new market-conform products for their customers. Zeeh Design shifted its focus to sustainability long before EU reporting obligations came into effect – acting out of conviction. This has led to foundation of first service-providing sectors. One of the strong arguments for sustainability is that it has positive effects on business development. Senior corporate leaders also know that the business community can no longer afford to ignore this issue, many customers and potential employees have come to consider sustainability a relevant decision criterion.