

Umwelterklärung 2025

mit den Daten von 2022-2024

adam hall[®]

Inhalt

Vorwort	6
1. Unsere Organisation	7
1.1. Firmenportrait	7
1.2. Zahlen und Fakten	7
1.3. Unser Headquarter	9
1.4. Unsere Geschichte	10
1.5. Unsere Unternehmenspolitik	12
1.5.1. Unsere Positionierung am Markt	12
1.5.2. Viele Marken, eine Identität	12
1.5.3. Unsere Personalpolitik	12
1.6. Unsere Unternehmensstruktur	13
1.7. Unsere Stakeholder	16
2. Unsere Produkte und Dienstleistungen	17
2.1. Unsere Marken	17
2.1.1. Palmer	17
2.1.2. Cameo	17
2.1.3. LD Systems	17
2.1.4. Defender	17
2.1.5. Gravity	17
2.1.6. Adam Hall Hardware	18
2.1.7. Adam Hall Stage Equipment	18
2.1.8. Adam Hall Cables	18
2.2. Unsere Rohstoffe	18
2.3. Unsere Produktion	18
2.4. Unser Service	18
2.5. Unser Wertschöpfungskreislauf	19
3. Unsere Umweltpolitik	20
4. Unser Managementsystem	21
4.1. Umweltmanagementbeauftragter	21
4.2. Umweltkernteam	21
4.3. Team Green	21

4.4. Umwelthandbuch	21	5.14.1 Unsere etablierten Produktentwicklungsmaßnahmen	32
4.4.1. Abfallwegweiser	21	5.14.2. Unsere geplanten Ziele für die Produktentwicklung	32
4.4.2. Abfallsteckbriefe	21	5.15. Produktion bei unseren Herstellern	33
4.5. Schulungen	21	5.15.1. Unsere etablierten Maßnahmen für die Produktherstellung	33
4.6. Interne Audits	22	5.16. Notfallsituation – Brand	33
4.7. Interne Kommunikation	22	5.16.1 Unsere etablierten Brandschutzmaßnahmen	34
5. Umweltaspekte		5.17. Notfallsituation – Explosion & wassergefährdende Stoffe	34
Unsere Maßnahmen – Unsere Ziele - Unsere Strategie	23	5.17.1 Unsere etablierten Explosionsmaßnahmen	34
Übersicht aller Umweltaspekte	23	5.18. Sonstige Nachhaltigkeitsziele	34
5.1. Stromverbrauch	25	5.18.1. Klimaneutralität	34
5.1.1. Unsere etablierten Energie-Maßnahmen	25	5.18.2. Nachhaltigkeitsreport	34
5.2. Wärmebereitstellung	25	5.18.3. Implementierung der Nachhaltigkeitsstrategie	35
5.2.1. Unsere etablierten Wärme-Maßnahmen	25	Übersicht aller Ziele	36
5.3. Wasser und Wasserverbrauch	25	6. Unsere Kennzahlen	37
5.3.1. Unsere etablierten Wasserspar-Maßnahmen	26	6.1. Unsere Basisdaten	37
5.3.2. Unsere geplanten Wasserspar- und Wasserschutz-Ziele	26	6.2. Unsere absoluten Kennzahlen	38
5.4. Papierverbräuche	26	6.2.1. Input	38
5.4.1. Unsere etablierten Papierspar-Maßnahmen	26	6.2.2. Output	40
5.4.2. Unsere geplanten Papierspar-Ziele	26	6.3. Unsere relativen Kennzahlen	41
5.5. Büromaterial	27	6.3.1. PV-Anlage	43
5.5.1. Unsere etablierten Büromaterialspar-Maßnahmen	27	6.3.2. Abfälle	45
5.6. Einkauf und Nutzung von Elektro- und Elektronikgeräten	27	6.3.3. Verpackungsmaterial	47
5.6.1. Unsere etablierten Maßnahmen für den Einkauf von Elektro- und Elektronikgeräten	27	6.4. Unsere Emissionswerte – nach GEMIS	47
5.7. Abfälle	27	7. Bezug zum Referenzdokument	50
5.7.1. Unsere etablierten Abfall-Maßnahmen	28	8. Relevante Gesetzesvorschriften	50
5.8. Biologische Vielfalt	28	9. Dialog	50
5.8.1. Unsere etablierten Umwelt-Maßnahmen	29	10. Erklärung des Umweltgutachters	52
5.9. Mobilität der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	29	11. Appendix	52
5.9.1 Unsere etablierten Mobilitätsmaßnahmen	29		
5.10. Internes Catering	30		
5.10.1 Unsere etablierten Lebensmittel-Maßnahmen	30		
5.11. Klimatisierung	31		
5.12. Lärmemissionen	31		
5.13. Transport der Produkte	31		
5.13.1 Unsere etablierten Transport-Maßnahmen	31		
5.13.2 Unsere geplanten Transport-Maßnahmen	31		
5.14. Produktentwicklung	32		

Vorwort

Liebe Leserin, lieber Leser,

2025 ist für uns ein besonderes Jahr: 50 Jahre Adam Hall. Ein halbes Jahrhundert voller Ideen, Mut und Leidenschaft – und der Beginn eines neuen Kapitels. Mit unserem Claim „Engineering Fascination“ feiern wir nicht nur unsere Geschichte, sondern formulieren ein Versprechen für die Zukunft. Es ist mehr als ein Slogan – es ist ein Mindset, das uns trägt.

„Engineering Fascination“ steht für die Verbindung von technischer Exzellenz und emotionaler Wirkung. Wir entwickeln Lösungen, die Menschen zusammenbringen und bleibende Erlebnisse schaffen. Gleichzeitig verstehen wir Technik als Verantwortung – für Umwelt, Gesellschaft und kommende Generationen.

In einer Welt, die zunehmend von digitalen Inhalten und KI-Erlebnissen geprägt ist, wächst die Sehnsucht nach echten Begegnungen. Wir sind überzeugt: Reale Erlebnisse werden an Bedeutung gewinnen. Live-Events stiften Gemeinschaft, fördern Freundschaft und unterstützen mentale Gesundheit.

Nachhaltigkeit ist für uns kein Zusatz, sondern integraler Bestandteil unseres Engineerings. Wir gestalten Zukunft systematisch – durch datenbasierte Entscheidungen, effiziente Prozesse und partnerschaftliche Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette. Unsere EMAS-Zertifizierung ist dabei roter Faden: von Energieeffizienz und CO₂-Reduktion bis hin zu nachhaltigen Verpackungen und Transportlösungen.

Mit Leadership 2.0 entwickeln wir eine neue Haltung in der Führung – weg von reiner Koordination, hin zu echter Verantwortung, Transparenz und Wirkung. Unsere Führungskräfte verstehen sich als Treiber einer Kultur, die Leistung, Nachhaltigkeit und Sinn vereint.

Nachhaltigkeit bedeutet für uns auch Verantwortung für Menschen und Region. Gemeinsam mit meinem Geschäftsführerkollegen Markus Jahnle engagieren wir uns für Projekte, die das Miteinander in Neu-Anspach stärken – etwa durch bezahlbaren Wohnraum für Mitarbeitende und Bürgerinnen und Bürger. Dieses Engagement wurde 2025 mit dem Deutschen Bürgerpreis des Main-Taunus- und Hochtaunuskreises gewürdigt – eine Anerkennung, die uns bestärkt, wirtschaftlichen Erfolg mit Gemeinsinn zu verbinden.

Diese Umwelterklärung 2025 zeigt, was wir erreicht haben und wo wir weiter anpacken. Wir gehen unseren Weg mit Entschlossenheit, Neugier und der Überzeugung, dass echte Faszination nur dann entsteht, wenn sie auch nachhaltig wirkt.

Ihr Alexander Pietschmann

Geschäftsführer und CEO
der Adam Hall GmbH

1. Unsere Organisation

Wir, die Adam Hall GmbH, sind ein eigentümergeführtes mittelständisches Unternehmen mit Sitz in Neu-Anspach in Deutschland (Headquarter), Barcelona in Spanien, Riverdale in den USA, Singapur und Essex in UK. Im Rahmen der EMAS-Validierung beschränken wir uns zunächst auf den Standort Neu-Anspach (Headquarter). Mit unseren Produkten rund um die Veranstaltungstechnik gehören wir weltweit zu den führenden Unternehmen in diesem Bereich. Das Hersteller- und Produktportfolio umfasst professionelle Audio- und Beschallungslösungen wie Lautsprecher und Endstufen, professionelle LED-Beleuchtung wie Moving Lights, Kabel und Kabelschutzbrücken bis hin zu Stativen, Bühnensystemen und Flightcase-Beschlägen. Insgesamt hält die Adam Hall GmbH so mehr als 5.500 sofort verfügbare Artikel in ihrem Lager und bietet Industriekunden, Händlern, Event-Dienstleistern und Integratoren ein Rundum-Paket an innovativen Qualitätsprodukten für den vielseitigen Einsatz im Eventtechnik- und Installationsbereich. Neben unseren gewerblichen Kunden (B2B) bedienen wir auch private Kunden (B2C).

1.1 Firmenportrait

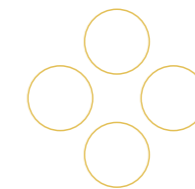
1975 gründete Mr. Adam Hall die Adam Hall Ltd. im englischen Southend-on-Sea (nahe London) als Hersteller von hochwertigen und robusten Flightcase-Beschlägen. Heute, 50 Jahre später, hat sich die Adam Hall GmbH zu einem globalen Hersteller und Vertrieb mit umfassenden Lösungen für die gesamte Eventtechnik-Industrie entwickelt. Seitdem sind nicht nur zahlreiche neue Marken entstanden, die am aktuellen Firmenstandort im hessischen Neu-Anspach entwickelt werden. Auch als internationales Vertriebsunternehmen und Service-Dienstleister für mehr als 30 renommierte Marken überzeugt die Adam Hall GmbH ihre Kunden und Geschäftspartner seit Jahrzehnten durch starke und nachhaltige Konzepte für eine innovative wie vielseitige Veranstaltungsbranche. Heute beschäftigt die Adam Hall GmbH über 370 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit, zählt zu den Top-Arbeitgebern der Rhein-Main-Region und wurde auch 2025 nun schon 5-mal in Folge von Kununu als Top Company ausgezeichnet.

Nachhaltigkeit ist unserem Unternehmen sehr wichtig, weshalb wir stetig versuchen, uns zu verbessern. So haben wir in den letzten Jahren bereits Auszeichnungen wie

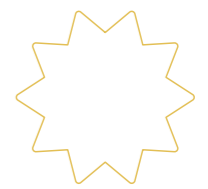
die Green-Globe-Zertifizierung erhalten, die Charta der Vielfalt unterzeichnet und diverse Nachhaltigkeitsinitiativen innerhalb der Eventbranche unterstützt.

1.2 Zahlen und Fakten

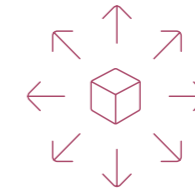
Gegründet 1975 in London (UK), heute zuhause in Neu-Anspach bei Frankfurt (DE). Internationale Präsenz, Mitarbeitende, Innovation, Lieferperformance und Umsatz: Ein Überblick über die wichtigsten Kennzahlen der Adam Hall Group im Jahr 2024.



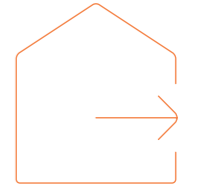
Über 300 Mitarbeitern
und Mitarbeiterinnen am
Standort



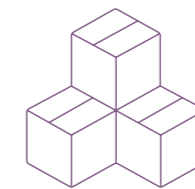
94% Kundenzufriedenheit



356 Neue Produktvorstellungen



60% Exportquote
in 109 Länder



95% Warenverfügbarkeit
bei ca. 5.500 Produkten



228 Aktive Patente,
Gebrauchs- und
Geschmacksmuster

Headquarter and Experience Center

Die Stadt Neu-Anspach befindet sich im Naturpark Hochtaunus und gliedert sich in die 4 Stadtteile Anspach, Rod am Berg, Westerfeld und Hausen-Arnsbach. Neu-Anspach genießt direkte Anbindung an die Kurstadt Bad Homburg, sowie in die Rhein-Main-Metropole Frankfurt am Main.

Neu-Anspach verfügt über eine Bahnverbindung (Taubahn) nach Friedrichsdorf (ca. 16 Minuten), Bad Homburg (ca. 25 Minuten) und Frankfurt (ca. 50 Minuten). Die knapp 30 km entfernte Frankfurter Innenstadt ist über die A5 oder A661 in nur einer halben Stunde Fahrzeit zu erreichen. In etwa 25 Fahrminuten erreicht man zudem Bad Camberg mit der Auffahrt zur A3.

Unser Headquarter in Neu-Anspach wurde nach den Bebauungsplänen „Am Kellerborn“ in zwei Bauabschnitten (Verwaltungsgebäude & Lager: Bauabschnitt 1; Experience-Center: Bauabschnitt 2) erbaut. Die Bebauungspläne

weisen das Gebiet als Gewerbegebiet aus. 2007 wurden unser Bürogebäude und das Lager gebaut. 2015 folgte unser Experience Center mit Laborräumen und dem Auditorium. 2016 folgte dann die Genehmigung für die Lagererweiterung.

Ein Altlastenverdacht liegt nicht vor. Unser Headquarter befindet sich außerhalb eines Überschwemmungsgebietes (siehe GeoPortal Hessen & B-Plan) und liegt nicht in einer Trinkwasser- oder Grundwasserneubildungszone. Die Lärmgrenzwerte betragen in Gewerbegebieten 50 dB. Bis zum aktuellen Zeitpunkt gab es bisher keine Lärmbeschwerden. Das nächste Wohngebiet ist ungefähr 100 m vom Headquarter entfernt.

Unsere Standorte

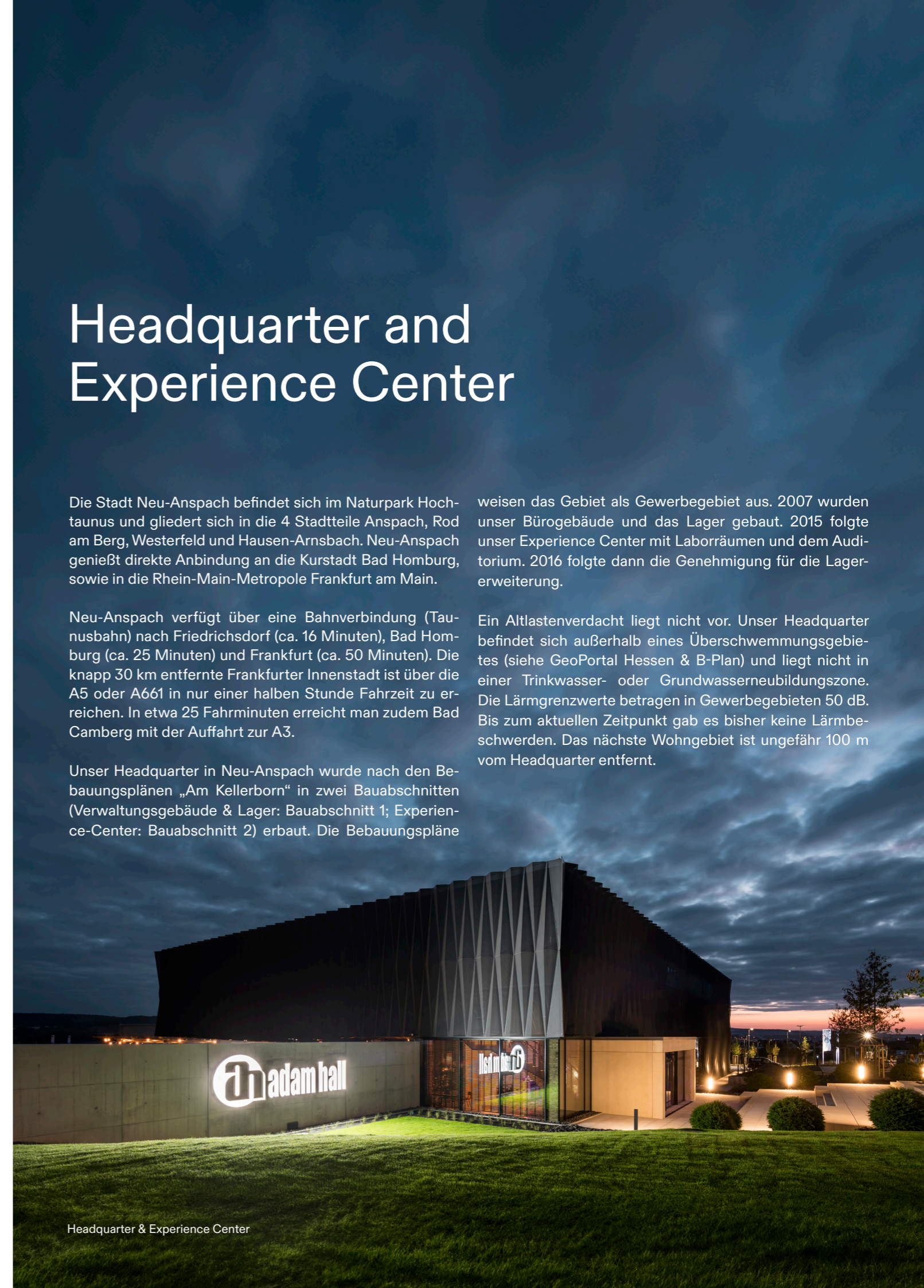
Headquarter & Experience Center
Adam Hall Str. 1,
61267 Neu Anspach, Germany

Department & Showroom North America
8 Fairfield Crescent, West Caldwell,
New Jersey 07006, United States

Department & Showroom Barcelona
Carrer Ramón Turró 124,
08005 Barcelona, Spanien

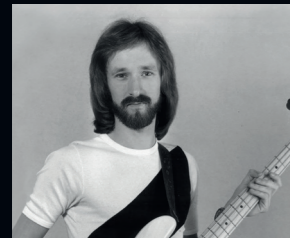
Department UK Ltd.
Unit 5, Northedge Business Park, Alfreton Rd,
Darley Abbey, Derby DE21 4BN, Great Britain

Department China Trading Co., Ltd.
No. 43 Yinbin Avenue, Tangxia Town,
Duanguan City, China



Headquarter & Experience Center

Unsere Geschichte



1980

Ein englischer Musiker bringt Adam Hall nach Deutschland: David Kirby gründet die Adam Hall GmbH in Oberlauren, Hessen.



1998

Das Unternehmen hat den Adam Hall B2B-Onlineshop als „digitalen Vorreiter“ gestartet.

1993

Nachdem er die English Ltd. übernommen hatte, hat David Kirby die deutsche Niederlassung in Neu-Anspach als Firmensitz gegründet.



2013

David Kirby stellt seinen Nachfolgeplan vor und übergibt die Geschäftsführung an M. Jahnel und A. Pietschmann.

2008

Das neue europäische Logistikzentrum der Adam Hall GmbH in Neu-Anspach, Hessen, ist fertig.

2017

Der neue Logistikpark macht die Lagerfläche jetzt 14.000 Quadratmeter groß.



2022

LD Systems® hat das modulare Allround-Produkt Intelligent Line-Array MAI-LA® auf den Markt gebracht.

Cameo® beleuchtet den 70. Geburtstag der Queen mit über 600 Cameo®-Beleuchtungsgeräten im Buckingham Palace.

1975

Adam Hall hat „Adam Hall Ltd.“ in einem kleinen Gebäude in Southend-on-Sea in der Nähe von London, England, gegründet.



Palmer®

1990

Die Marke Palmer® – 1980 von Martin Schmitz gegründet – ist seit 1990 Teil der Adam Hall-Familie.



DEFENDER®

1997

Defender® Kabelschutzsysteme, eine neue Marke, kommt ins Portfolio dazu.

LDsystems

2004

LD Systems®, eine neue Eigenmarke, hat das Angebot erweitert.

cameo®

2011

Cameo®, eine neue Marke, hat das Angebot um LED-Beleuchtung erweitert.

Gravity®

2015

Gravity®, eine neue Premium-Stativmarke, wurde eingeführt, um das Unternehmensportfolio zu erweitern.



2018

Das neue Experience Center in der deutschen Zentrale wird mit einem Showroom, einem Auditorium und einem Firmenrestaurant eröffnet.

Ein weiterer Meilenstein in der Firmengeschichte: die erfolgreiche Gründung von Adam Hall North America Inc.

2025

Die Adam Hall Group hat ihren Show Space in High Wycombe, Großbritannien, erfolgreich eröffnet.

Adam Hall feiert sein 50-jähriges Jubiläum.



1.5 Unsere Unternehmenspolitik

Als stetig wachsendes, global ausgerichtetes Unternehmen sind wir uns unserer Verantwortung bewusst – gegenüber unseren Kunden, unseren Geschäftspartnern und natürlich auch unseren mittlerweile über 350 Mitarbeitern (Stand 2024) weltweit. In der Musik- und Veranstaltungstechnik-Branche gelten eigene, spezifische Erfordernisse und Befindlichkeiten. Als Hersteller und Vertrieb mit fast 50 Jahren Erfahrung gestalten wir die Branche täglich mit – immer auf der Basis zwischenmenschlicher Beziehungen zu unseren Kunden und Partnern. Dazu zählen Werte wie Vertrauen und Integrität, Teamwork und Zusammenarbeit mit Partnern, Transparenz und offene Feedbackkultur, Kundenorientierung, Übernahme von Verantwortung sowie die gesellschaftliche Verantwortung und das Engagement. Unserem umfassenden Servicegedanken kommen wir – neben dem Unternehmenssitz in Neu-Anspach – mittlerweile an internationalen Service-Center-Standorten in Spanien, Polen, in der Schweiz sowie in Großbritannien nach.

1.5.1 Unsere Positionierung am Markt

Bei der Adam Hall GmbH steht die hohe Qualität der hergestellten und vertriebenen Produkte an erster Stelle. Qualität ist jedoch eine Basiserwartung – insbesondere bei Produkten, die das Gütesiegel „Design & Engineering Made in Germany“ tragen. Als Hersteller und Vertrieb setzen wir auf das Feedback unserer Kunden und bieten ganzheitliche, serviceorientierte Lösungen, die unseren Kunden deutlich erkennbare Mehrwerte verschaffen:

- Wir orientieren uns an den Bedürfnissen unserer Kunden.
- Wir entwickeln Innovationen, mit denen sich unsere Kunden im Wettbewerb abheben.
- Wir stehen in ständiger Interaktion mit unseren Kunden.
- Wir individualisieren unsere Produkte und schaffen starke Marken mit eigenständigem Charakter.

1.5.2 Viele Marken, eine Identität

Ob portable Beschallungsanlagen, kreative LED- und Lasereffekte, robuste Kabelbrücken oder flexible Stative: Die Produkte und Marken der Adam Hall GmbH sind innovativ und einzigartig – und doch stets Teil einer übergeordneten Marken- und Unternehmensidentität: Sozial und kommunikativ im Miteinander, dynamisch und intelligent in der Produktentwicklung, zuvorkommend und agil im Service, zielstrebig und kraftvoll in der Marken- und Unternehmensführung. Diese Eigenschaften zeichnen uns als Unternehmen, Hersteller und Vertrieb sowie alle unsere Marken aus. Und darauf können sich unsere Kunden verlassen – ganz gleich, ob sie nur ein Kabel, eine DI-Box oder eine komplette Bühnen- bzw. Objektausstattung aus einer Hand benötigen.

1.5.3 Unsere Personalpolitik

„Come as you are“ - Mit diesem modernen Verständnis der Mitarbeiterführung legen wir gezielt auf den Menschen und nicht ausschließlich auf Fähigkeiten und Talente wert. Bei uns ist jeder zunächst Mensch und so willkommen, wie er oder sie ist! Unsere offene Feedbackkultur und unsere gelebte Firmenkultur des Miteinanders schätzen wir besonders. Unsere Verhaltensregeln sind in unserem Code of Conduct festgehalten.

1.5.3.1 Arbeit und Gesundheit

Das Mitarbeiter-Wohlbefinden ist uns sehr wichtig. Neben den Gratisgetränken Kaffee, Tee und Wasser legen wir großen Wert auf die tägliche Ernährung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. In unserem Betriebsrestaurant „Come Together“ wird daher jeden Tag ausgewogene, vitaminreiche, vielfältige und leckere Kost in Gastronomiequalität kreiert. Im Betriebsrestaurant wird zusätzlich eine individuelle Wohlfühlatmosphäre geschaffen, welche zu zwanglosen Gesprächen einlädt.

Um die Gesundheit am Arbeitsplatz weiter zu stärken, bieten wir ein betriebliches Gesundheitsmanagement an und fördern ein umfangreiches Sportprogramm, z. B. kostenlose Rücken- oder Yoga-Kurse, die Mitgliedschaft in einem nahegelegenen Fitness-Studio oder die Teilnahme an Volksläufen. Unsere Arbeitsplätze selbst sind modern

und ergonomisch gestaltet. Unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern werden regelmäßig Schulungen zum Thema Arbeitsschutz angeboten.

1.5.3.2 Beruf und Familie

Die Vereinbarkeit von Beruf, Freizeit und Familie ist seit jeher ein fester Bestandteil der Unternehmenskultur der Adam Hall GmbH. Die vertraglich festgelegte Arbeitszeit ist bei uns ein konkreter Richtwert, auf den sich unsere Mitarbeiter verlassen können. Damit unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihren Beruf, die Familie und die Freizeit besser in Balance bringen können, bieten wir zur besseren Umsetzung verschiedene zeitlich und örtlich flexible Arbeitszeitmodelle an:

Gleitzeit: Die Kernarbeitszeit variiert je nach Abteilung und Position und reicht bis zu einer 100 % flexiblen Vertrauensarbeitszeit.

Teilzeit: Wir bieten Stellen in Teilzeit an und passen die Wochenarbeitszeit abhängig von Bedürfnissen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und des Unternehmens bei Bedarf flexibel an.

Homeoffice & mobiles Arbeiten: Wir ermöglichen unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wo möglich, das Arbeiten von flexiblen Arbeitsorten, also z. B. von zuhause oder unterwegs. Dafür statten wir unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit entsprechenden Arbeitsgeräten aus.

Weitere flexible Arbeitsmodelle: Unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wird weiterhin die Möglichkeit für mobiles Arbeiten geboten. Sollten sich die Lebensumstände unserer Kollegen durch eine befristete Auswanderung ins Ausland ändern, versuchen wir, sie dabei zu unterstützen, z. B. durch Entsendung. Aktuell arbeiten wir zusätzlich an neuen Modellen wie Shared-Desk-Möglichkeiten oder „Workation“-Optionen.

Urlaub: Urlaubszeiten werden flexibel und einvernehmlich zwischen den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und dem Unternehmen abgestimmt. Dabei nehmen wir Rücksicht auf Eltern mit schulpflichtigen Kindern und entsprechenden Schulferien. Zusätzlich gewährt die Adam Hall GmbH ihren Mitarbeitern mehr Urlaubstage als gesetzlich festgesetzt.

1.5.3.3 Entwicklung und Karriere

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter möchten wir gerne im unternehmerischen und individuellen Sinn unterstützen, um diese bei unserem schnellen Wachstum mitzunehmen. Ein breites Spektrum an Entwicklungsmöglichkeiten trägt dazu bei. Das beginnt beim Englischkurs und führt über spezielle, fachspezifische Workshops bis hin zu gemeinsamem Austausch im Ideen Café oder beim „Meet & Greet“.

Durch die Möglichkeit, an internationalen Messen, internen Events und Branchentagungen teilzunehmen, möchten wir einen regen Austausch mit der ganzen Welt pflegen. Es ist auch möglich, an einem unserer internationalen Standorte zu arbeiten. Wir begrüßen die daraus entstehenden globalen Synergien.







1.6 Unsere Unternehmensstruktur

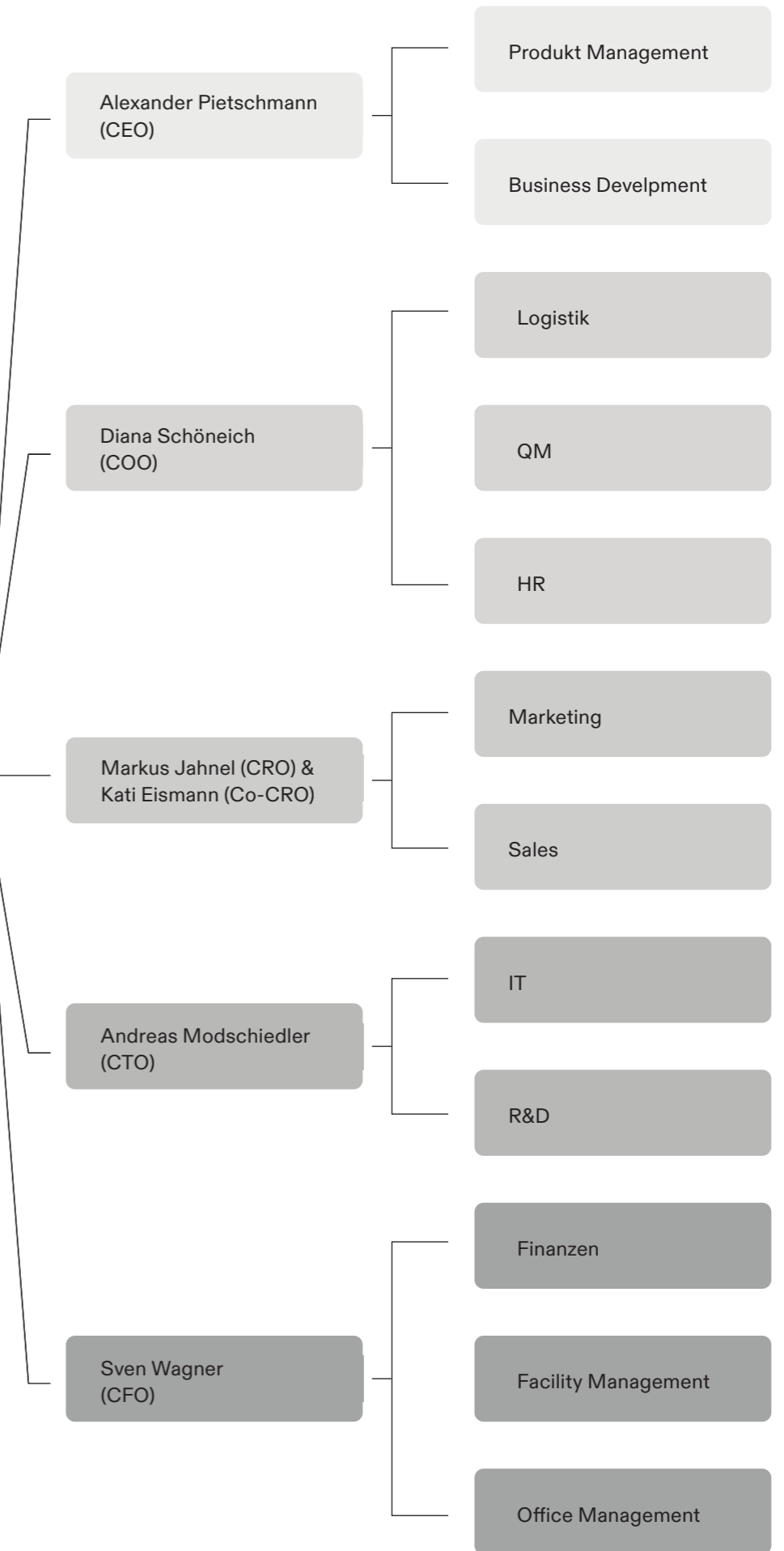
Ohne unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wäre die Adam Hall GmbH nicht das, was sie heute ist. Jeder trägt in seinem täglichen Tun und mit der Übernahme von Verantwortung in seinem Gebiet zum Erfolg des Unternehmens bei. Durch unsere Unternehmensstruktur wird dies erst ermöglicht. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden in Entscheidungsprozesse mit eingebunden. Durch unsere hohe Teamfähigkeit als Unternehmen können Probleme oft auf dem kleinen Dienstweg geklärt und Lösungen gemeinschaftlich erarbeitet werden. So erreichen wir jeden Tag aufs Neue unser bestes Ergebnis.



Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Die Adam Hall GmbH wird von unseren Geschäftsführern Alexander Pietschmann (CEO) und Markus Jahnel (CRO), zusammen mit den vier weiteren Personen im C-Level Diana Schöneich (COO), Sven Wagner (CFO), Andreas Modschiedler (CTO) und Kati Eismann (Co-CRO) geführt. Die verschiedenen Ressorts sind unter Ihnen formal aufgeteilt.

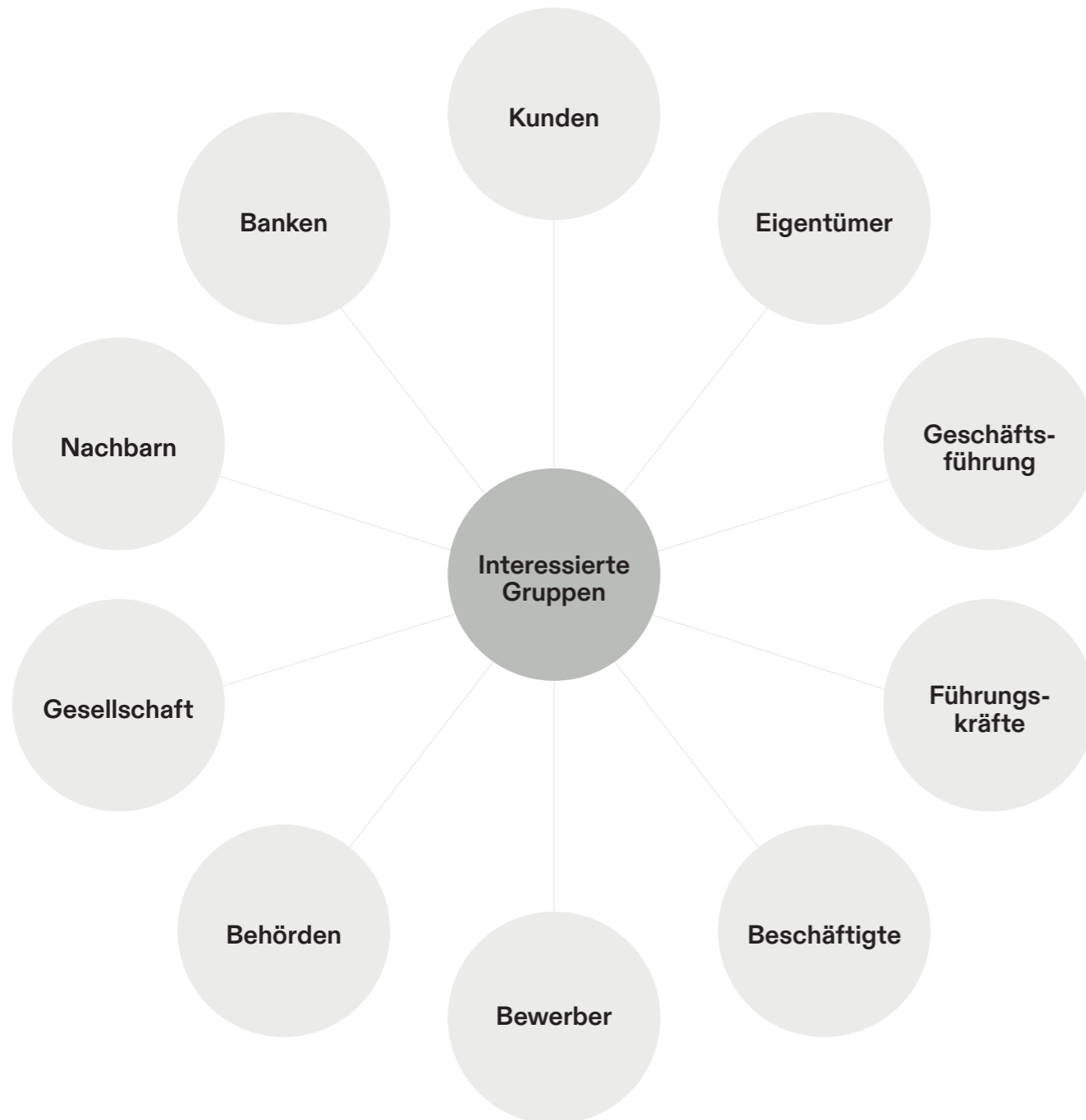
 <p>Alexander Pietschmann CEO / Managing Director</p>	 <p>Diana Schöneich COO</p>
 <p>Kati Eismann Co-CRO</p>	 <p>Markus Jahnel CRO / Managing Director</p>
 <p>Andreas Modschiedler CTO</p>	 <p>Sven Wagner CFO</p>



1.7 Unsere Stakeholder

Mit unserem Handeln haben wir einen Einfluss auf verschiedene Stakeholder in unserem Umfeld. Diese haben unterschiedliche Anforderungen an uns, denen wir allen gerecht werden müssen. Beispielsweise erwarten unsere Kunden ein nachhaltiges und verantwortungsvolles Wirtschaften mit Ressourcen, einen klimapositiven CO₂-Fußabdruck, schadstofffrei Produkte, wenig Verpackungsabfall sowie eine lange Reparierbarkeit von Produkten. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben vor allem den Wunsch nach Beteiligungsmöglichkeiten, einem hohen Informationsgehalt und die Identifikation mit ihrer Arbeit sowie den, aus dem Nachhaltigkeitsgedanken entstehenden Benefits.

Unsere Geschäftsführung und unsere Eigentümer möchten primär die Verantwortung für nachfolgende Generationen übernehmen und ein Umweltmanagementsystem, welches in Einklang mit der Unternehmensstrategie steht, implementieren. Auch die öffentliche Hand stellt Anforderungen an uns. Behörden erwarten von uns die Einhaltung aller Gesetze, Pflichten und Normen. Banken bewerten im Rahmen von Finanzierungen ebenfalls die Nachhaltigkeit des Unternehmens.



2. Unsere Produkte und Dienstleistungen

Unsere Marken und Produkte sind in zahlreichen Branchen und Bereichen im Einsatz. Ob auf Konzertbühnen, in Theatern, Clubs und Fernsehstudios, in Museen, Konferenzzentren, Unternehmenszentralen, in der Industrie oder auf öffentlichen Plätzen. Aus diesem Grund bieten wir ein breites Leistungs- und Produktportfolio, abgestimmt auf eine ebenso vielfältige Kundenstruktur.

Unsere Marken

2.1.1 Palmer

Musiker schätzen schon seit Jahrzehnten den unverfälschten Klang, den sie mit den Produkten von Palmer® erzielen können. Ob live oder im Studio. Bei den DI-Boxen, Line Isolators, Speaker-Simulatoren, Controllern, Studio-Monitoren und vielen weiteren Klanghelfern wird stets höchster Wert auf Soundreinheit und einfache Handhabung gelegt.

2.1.2 Cameo

Nichts fasziniert die Menschen so sehr wie spektakuläres Licht. Dafür engagieren sich professionelle Light-Designer, -Techniker und andere „Lumen Beings“ mit hohem Enthusiasmus. Cameo entwickelt innovative und energieeffiziente Beleuchtungslösungen in Deutschland für Bühnen, Events und Architektur. Mit dem Slogan „For Lumen Beings“ verbindet die Marke Fachleute und Enthusiasten weltweit und fördert den Austausch von Ideen und Wissen. Die Produktpalette umfasst Moving Heads, Scheinwerfer, LED Fresnels, Laser und Effektmaschinen.

2.1.3 LD Systems

LD Systems entwickelt maßgeschneiderte Audiolösungen für Veranstaltungstechniker, DJs, Musiker und Installateure. Der Slogan „Your Sound. Our Mission“ verkörpert das Streben nach perfektem Klang, Benutzerfreundlichkeit und langlebigem Design. Die Produktpalette umfasst mobile PA-Systeme, Lautsprecher, Installationslösungen sowie drahtlose Mikrofon- und In-Ear-Systeme, die für ihre Zuverlässigkeit und innovative Technik bekannt sind.

Mit einem Fokus auf deutsche Entwicklung und höchste Standards in Klang und Ästhetik setzt LD Systems auf Produkte, die selbst anspruchsvollste Erwartungen erfüllen.

2.1.4 Defender

Wer Veranstaltungen durchführt, trägt eine besondere Verantwortung für Mensch und Material. Denn Kabel und Schläuche können schnell zur Stolperfalle werden oder selbst beschädigt werden. Die Lösung, made in Germany: DEFENDER® Kabelbrücken mit ihrem innovativen, rutschfesten Oberflächendesign. Sie schützen Kabel und Leitungen in unterschiedlichen Belastbarkeitsstufen, bis hin zur Befahrbarkeit mit Schwerlastern. Die hoch robusten Kabelschutz-Systeme bestehen aus besonders strapazierfähigem, recyclebarem TPU (thermoplastisches Polyurethan). Sie sind außerdem, mit ihren sicher verriegelnden Deckeln und selbstreinigenden Scharnieren, leicht zu handhaben. Hohe Qualitätsanforderungen, welche regelmäßig vom TÜV-SÜD streng kontrolliert werden. Außerdem bietet DEFENDER® auch Einzelanfertigungen und speziell nach Wunsch entwickelte Systemlösungen an.

2.1.5 Gravity

Die in Deutschland entwickelten Stativlösungen vereinen höchste Materialqualität und Zuverlässigkeit mit durchdachten Funktionen und einem ästhetischen Design, das Profi-Techniker, Musiker und Content Creator gleichermaßen anspricht. Von cleveren Halterungen für Tablets und Action-Kameras bis zur Touring-Serie für den professionellen Rental-Markt – mit seinem umfassenden Portfolio bietet Gravity® treue Begleiter für nahezu jede Anwendung.

2.1.6 Adam Hall Hardware

Der anspruchsvolle Casemaker benötigt strapazierfähige, zuverlässige und präzise Teile, um seine professionellen Flightcases nach den besonderen Wünschen seiner Kunden hochwertig und dabei wirtschaftlich anfertigen zu können. Adam Hall® Hardware ist Pionier auf diesem Gebiet und entwickelt in Deutschland seit den 1970ern eine allumfassende Auswahl an Case-Komponenten. Vom 19“ Rack-Zubehör über neuartige Holz- und Kunststoffplatten mit besonderen Eigenschaften bis hin zu jeder Art von Verschluss, Ecke, Griff und Aluminiumprofil.

2.1.7 Adam Hall Stage Equipment

Bühnentechniker und Musiker nutzen bei Veranstaltungen eine Vielzahl von Geräten, Zubehör und Materialien, die dem Publikum nicht unbedingt auffallen, die aber unabdingbar sind. Ohne verlässliche, hochwertige Kabel, Stromverteiler und Stecker gibt es kein reibungsloses Konzert, keine Theateraufführung und kein Installationsprojekt. Auch Bühnenzubehör und Verbrauchsmaterial, wie Molton, Gaze-Netzgewebe oder Gaffer-Tape, sind, neben vielen anderen Tools, auf der Bühne oder einer Festinstallation essenziell. Adam Hall® Stage Equipment bietet ein breites Sortiment dieser „stillen Helden“.

2.1.8 Adam Hall Cables

Kabel sind so viel mehr als nur ein Signalleiter - sie bilden das zentrale System und die Lebensdauer eines jeden Anlagensystems. Ein emotionaler Träger, der seine Arbeit meist unscheinbar im Hintergrund verrichtet und doch eine entscheidende Rolle für die Qualität einer Liveshow, Studioproduktion oder Festinstallation spielt. Ob zwischen einer Gitarre und dem Verstärker, einer Endstufe und einem Lautsprecher oder einer Lichtkonsole und einem Scheinwerfer.

2.2 Unsere Rohstoffe

„Damit unsere Kunden ein sicheres und hochwertiges Produkt erhalten, halten wir uns streng an gesetzliche Vorgaben zum Produktdesign. Unsere Produkte werden hierzu vor der finalen Auslieferung nochmals von uns geprüft. Im Herstellungsprozess setzen wir auf hochwertige Ausgangsmaterialien.“

2.3 Unsere Produktion

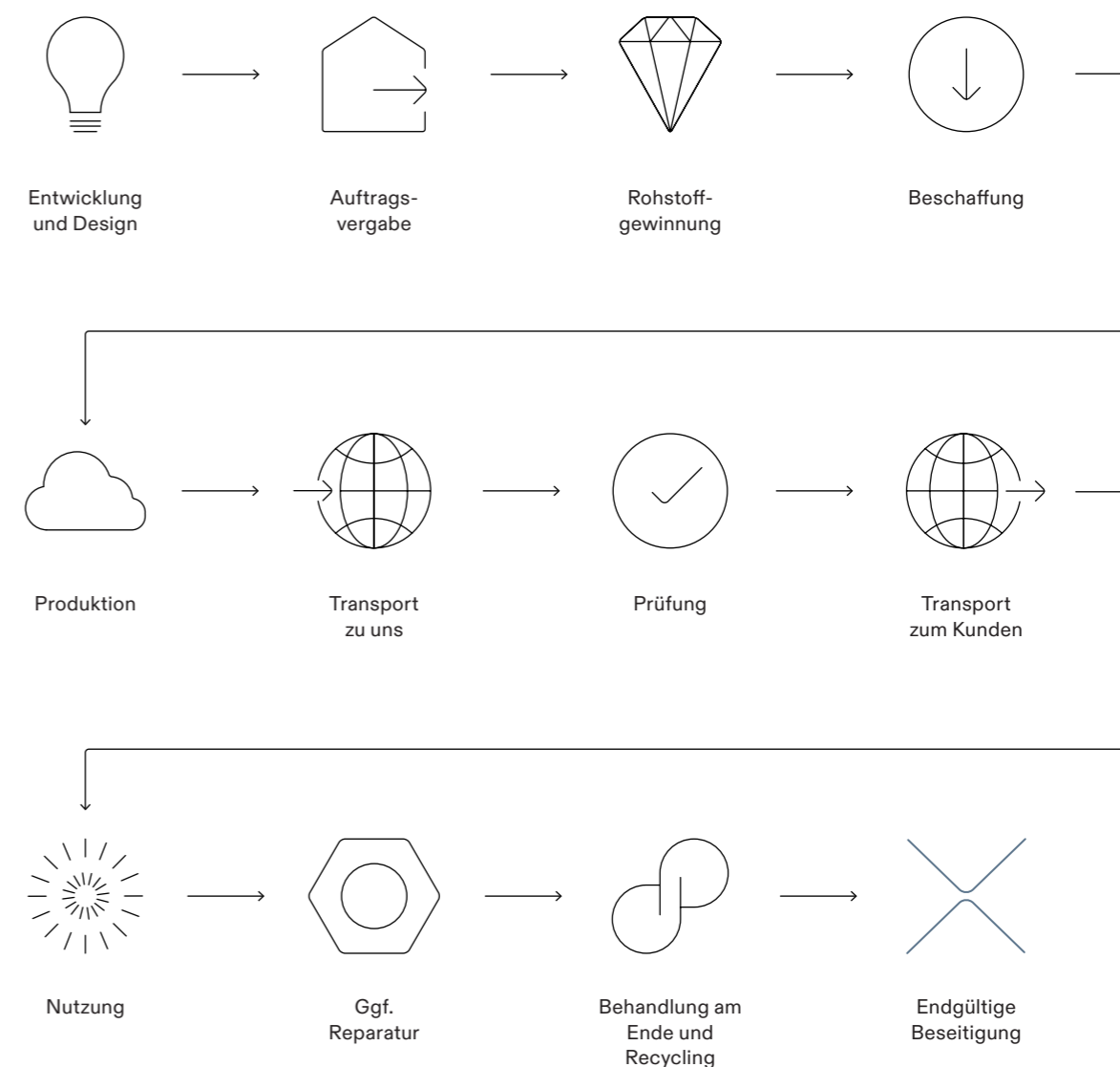
Bei unserer Produktion arbeiten wir mit unseren langjährigen Lieferanten zusammen. Mit diesen pflegen wir eine enge Geschäftsbeziehung, was sich positiv auf unsere Produkte auswirkt. Unsere Produkte entwickeln wir in einer engen Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten. Die Produktion wird dann durch unsere Lieferanten durchgeführt und von uns überwacht.

2.4 Unser Service

Je länger ein Produkt genutzt wird, desto nachhaltiger wird es. Aus diesem Grund bieten wir einen Reparaturservice für unsere Produkte im eigenen Haus an. So können unsere Produkte noch lange weiter genutzt werden. Dies schont Ressourcen. Damit unsere Kunden auch das für sie richtige Produkt wählen, dieses ordnungsgemäß nutzen können und so Retouren vermieden werden, legen wir großen Wert auf eine kompetente, persönliche Beratung. Auch im Onlinehandel sind Verkaufshilfen zur richtigen Produktwahl zu finden. Weiterhin bieten wir einen Projekt Service, Produkt-Trainings, Value Added Service, OEM/ODM Service und Financial Services an.

2.5 Unser Wertschöpfungskreislauf

Bevor unsere Produkte unsere Kunden erreichen, haben sie bereits einen langen Prozess hinter sich. Unsere Produkte beginnen mit der Entwicklung und dem Design-Prozess unserer R&D-Abteilung. Nachdem für die Produkte die geeigneten Hersteller gefunden wurden, kümmern sich diese um die Beschaffung der Rohstoffe für unsere Produkte. Im Anschluss kann ein Musterprodukt erstellt werden, welches dann zu unserem Entwicklungsteam geschickt wird. Mit dem Muster werden alle Tests durchgeführt und Änderungswünsche angemerkt. Diese werden anschließend unseren Produktionspartnern mitgeteilt. Danach geht das Produkt in die Massenproduktion und wird im Anschluss zu uns gesendet. Hier werden erneut Qualitätstests durchgeführt. Erst danach werden unsere Produkte an den Kunden zur Verwendung gesendet. Treten während der Lebensdauer Probleme auf, können unsere Techniker vor Ort diese meist durch Reparaturen lösen. Ist das Gerät am Ende seiner Lebensdauer angelangt, liegen unseren Produkten Informationen zur Behandlung des Produktes am Ende seines Lebens bei. Hierbei sind auch Hinweise für die korrekte Entsorgung angegeben.



Unsere Umweltpolitik

Mehr als nur Show - Die Umweltpolitik der Adam Hall Group

Für einen erfolgreichen Wandel zu einer nachhaltigeren Welt muss auch die Event- und Livebranche aktiv Verantwortung tragen. Angesichts der klimatischen und umweltrelevanten Herausforderungen ist es dringend geboten, dass die Branche diese Veränderung kreativ anführt, indem sie ihre Arbeitsweisen und Strukturen neugestaltet, aber auch Nachhaltigkeit in Live-Formaten erlebbar macht.

Als weltweit agierender Hersteller von professioneller Eventtechnik und AV-Lösungen ist unsere Mission, durch Veranstaltungstechnik Emotionen zu verstärken, Raum für soziales Miteinander zu schaffen und damit auch soziale Nachhaltigkeit zu fördern. Wir sind uns bewusst, dass unser Tun Auswirkungen auf die Umwelt und die Gesellschaft hat. Daher haben wir klare Leitlinien für ökologische, soziale und wirtschaftliche Verantwortung bei der Adam Hall GmbH aufgestellt. Unsere Nachhaltigkeitsprinzipien:

- **Ressourceneffizienz:** Wir setzen auf kluge Ressourcennutzung, gehen sparsam mit Energie, Wasser und natürlichen Ressourcen um und fördern erneuerbare Energien.
- **Abfallmanagement:** Wir arbeiten stetig an der Vermeidung und Reduzierung von Abfall, entsorgen ihn ordnungsgemäß und fördern Recycling und Wiederverwendung.
- **Produktverantwortung:** Wir setzen uns dafür ein, Produkte zu entwickeln und herzustellen, die aus umweltfreundlichen und langlebigen Materialien bestehen, welche sich einfach recyceln lassen. Ihre Konstruktion und dadurch einfache Reparierbarkeit unterstützen die nachhaltige Nutzung unserer Produkte.
- **Lieferkette:** Die global vernetzte Metall- und Elektronikproduktion erfordert eine nachhaltige Lieferkettenpolitik, der wir uns verpflichten. Aufgrund dessen arbeiten wir mit Lieferanten zusammen, die umweltbewusst Rohstoffe beschaffen und sozial und ökologisch verträgliche Arbeitspraktiken verfolgen.
- **Umweltbewusstsein:** Wir informieren unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und wichtige Interessengruppen regelmäßig über Umweltthemen und ermutigen sie dazu, aktiv zum Umweltschutz beizutragen. Wir nutzen unsere interne Kommunikation, Aktionen und Schulungen dazu, unser aller Bewusstsein für unsere Umwelt zu stärken.
- **Compliance und kontinuierliche Verbesserung:** Die Einhaltung von Vorschriften sowie die fortlaufende Verbesserung unseres Umweltmanagementsystems und unserer Umweltleistung, insbesondere in Bezug auf unsere CO₂-Bilanz, sind für uns selbstverständlich.

Wir setzen nicht nur auf Worte, sondern auf Taten. Die EMAS-Validierung hilft uns, Erfolge transparent zu machen, klare Ziele zu setzen und diese weiterhin ambitioniert zu verfolgen.

4. Unser Managementsystem

Unser Umweltmanagementsystem basiert auf den Anforderungen der internationalen Norm ISO 14001:2015 sowie der europäischen EMAS-Verordnung. Es handelt sich dabei um ein lebendiges System, das die Unternehmensentwicklungen berücksichtigt und bei Änderungen angepasst wird.

4.1 Umweltmanagementbeauftragter

Für den Aufbau und die Pflege unseres Umweltmanagementsystems haben wir zwei Umweltmanagementbeauftragte benannt. Diese stehen unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für alle Fragen rund um den Umweltschutz und die Nachhaltigkeit zur Verfügung. Sie berichten an die Geschäftsleitung und koordinieren die dazugehörigen Prozesse.

4.2 Umweltkernteam

Das Umweltkernteam betreut seine Umweltziele gewissenhaft. Bei größeren Fragen und Entscheidungen setzt sich das Team zusammen, um gemeinsam an einer Lösung zu arbeiten und diese abzustimmen. Ins Kernteam ist jeweils eine stellvertretende Person pro relevantem Fachbereich berufen worden. Zusätzlich unterstützen die Teammitglieder den Umweltmanagementbeauftragten.

4.3 Team Green

Das Team Green ist eine Gruppe von interessierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Über das Team können verschiedene Personen am Prozess beteiligt werden. Hierbei werden vor allem öffentlichkeitswirksame Aktionen realisiert und Umweltthemen bearbeitet, die alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter betreffen.

4.4 Umwelthandbuch

Unser Umwelthandbuch stellt eine wichtige Hilfestellung für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dar und steht im Intranet für alle zur Verfügung. In dem Umwelthandbuch werden die Verantwortlichkeiten und Rollen verständlich dargestellt. Weiterhin behandelt es alle relevanten Normen und Anforderungen, die den Umweltbereich betreffen. Auch Verfahrens- und Arbeitsanweisungen werden im Handbuch aufgezeigt.

4.4.1 Abfallwegweiser

Der Abfallwegweiser stellt eine knappe Entscheidungshilfe zur korrekten Abfallsortierung dar. Der Wegweiser ist im Intranet sowie als Print an den wichtigsten Abfallentstehungsorten zu finden.

4.4.2 Abfallsteckbriefe

Die Abfallsteckbriefe stellen eine Spezifizierung des Abfallwegweisers dar. Die Abfallarten werden in den Steckbriefen genauer erklärt und sind im Intranet sowie als Print an den wichtigsten Abfallentstehungsorten zu finden.

4.5 Schulungen

Für das Gelingen des Umweltmanagements ist es wichtig, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Prozess einzubinden und dahingehend zu schulen. Hierfür wurde ein Schulungskonzept erarbeitet. Hierbei fokussieren wir uns im ersten Schritt zunächst auf die erweiterten Schulungen zur Gefahrenabwehr. Weiterhin möchten wir eine explizitere Schulung in Bezug auf Abfall bereitstellen.

4.6 Interne Audits

In unseren regelmäßigen, internen Audits werden die aktuellen Sachstände ermittelt und Verbesserungsmaßnahmen festgelegt. Potenzielle Probleme werden frühzeitig erkannt und Maßnahmen zur Behebung der Probleme ergriffen.

4.7 Interne Kommunikation

Für unsere interne Kommunikation möchten wir verschiedene Optionen anbieten. Allgemein informieren wir unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über regelmäßige Intranet-Posts und Rundmails über den aktuellen Stand und Teilnehmungsformate. Für direkte Anmerkungen oder Ideen haben wir daher auch eine eigene Mail-Adresse eingerichtet.

Um die Belegschaft mit einzubeziehen, sollen Teilnehmungsformate wie bspw. Workshops oder Umfragen durchgeführt werden.

Für die Organisation von Projekten mit niedriger Priorität soll ein Team (Team Green) regelmäßig zusammenkommen und die Planung durchführen. Zusätzlich kann es Impulsgeber für das Kernteam sein. Das Team Green ist für alle Interessierten geöffnet, ist aber mit einer gewissen Verpflichtung für den Zweck verbunden.

Das Kernteam ist die zentrale und festgelegte Organisationsgruppe, die hochpriorisierte Projekte gemeinschaftlich umsetzt und die Umweltmanagementbeauftragten unterstützen. Sie haben eine Verpflichtung für den Zweck und tragen die Verantwortung in zentralen Bereichen des Umweltmanagements.

Für die Verbesserung des Bewusstseins in der Firma sowie im Bereich der internen Kommunikation wurde ein Jour fixe mit dem Bereich Unternehmenskommunikation eingeführt. Zusätzlich wurden im Jahr 2025 mehrere öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen durchgeführt.

Frühjahr 2025

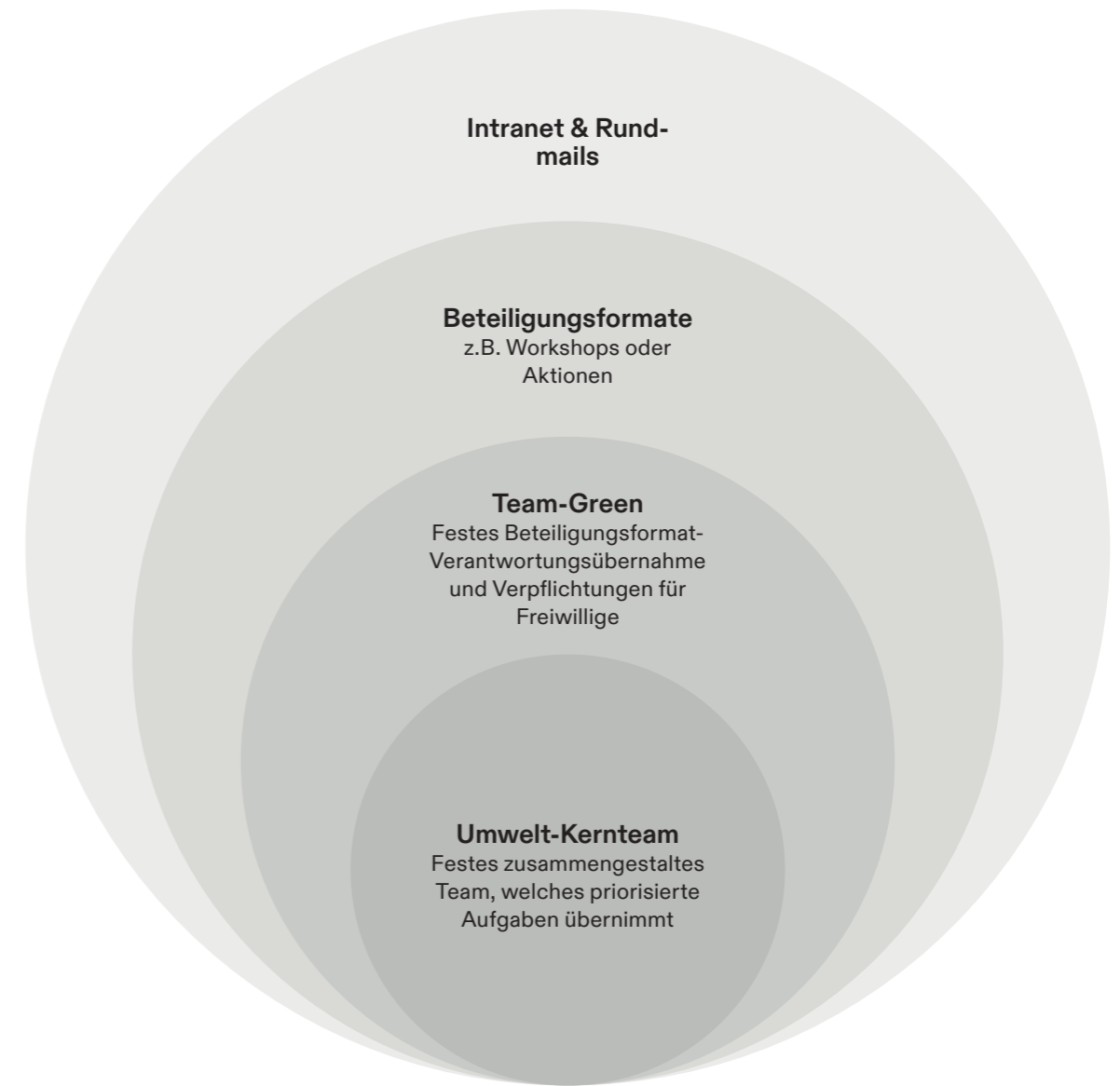
- Hosting des Vortrags „Die Reise zum Klima“ von Naturfotograf Markus Mauthe im Experience Center der Adam Hall GmbH (organisiert von der Ortsgruppe des BUND)

Sommer 2025

- Workshop mit dem Team Green zu einer unternehmensweiten Nachhaltigkeitsumfrage zur Status-quo-Analyse und Definition eines gemeinsamen Verständnisses für den Nachhaltigkeitsbegriff über wissenschaftlich anerkannte Definitionen hinaus
- Erstellung der Umfrage und des Fragebogens sowie Vorbereitung der internen Kommunikation
- Spende (Erlös aus einer Tombola im Rahmen der 50-Jahr Feier am 04. Juli 2025) an Live Music Now (Initiative zur Förderung von Konzerten und musikalischen Beiträgen in sozialen Einrichtungen)
- Veröffentlichung des Kochbuchs „EAT TOGETHER“, das im Rahmen Diversity Day 2024 als internes Projekt für Teilhabe und gesteigertes Bewusstsein für Diversität umgesetzt wurde

Herbst 2025

- Teilnahme an der Aktion „Stadtradeln 2025“ mit einem Unternehmensteam
- Teilnahme am World Cleanup Day 2025
- Teilnahme am Format „Taurus Klimatage“ mit Vortrag über Biodiversität an unserem Deutschen Unternehmensstandort
- Interne und externe Kommunikation aller Aktionen (im Intranet + auf den Social Media Kanälen der Adam Hall GmbH)



5. Umweltaspekte – Unsere Maßnahmen – Unsere Ziele – Unsere Strategie

Übersicht aller Umweltaspekte

Wir als Adam Hall GmbH nehmen mit unserem täglichen Handeln Einfluss auf verschiedene Umweltaspekte. Diese haben unterschiedliche Umweltauswirkungen und sind auch unterschiedlich stark in ihrer Bedeutung (siehe Tab. 2). Um die Bedeutsamkeit einzuordnen, haben wir unsere Umweltaspekte anhand von verschiedenen Kriterien bewertet. Hierzu wurde die folgende Bewertungsmatrix verwendet, welche die zu bewertenden Kriterien der EMAS-Anhänge abbildet.

	-2	-1	0	1	2
Potenzielle Schädigung/Nutzen	Starke Schädigung	geringe Schädigung	neutral	kleiner Nutzen	großer Nutzen
Zustand Umwelt	Sehr schlecht	schlecht	neutral	okay	gut
Ausmaß des Aspekts/Auswirkung	Sehr stark	stark	neutral	kaum	gar nicht
Anzahl/Häufigkeit der Auswirkung	oft	über-durchschnittlich	durchschnitt	selten	nie
Unumkehrbarkeit	Nein	Schwer	moderater Aufwand	ja - mit Aufwand	ja - leicht
Liegen Vorschriften vor	Nein				ja
Stakeholder-Meinung	Sehr schlecht	schlecht	neutral	okay	gut

Tab. 1: Bewertungsmatrix für die Bedeutung der Umweltaspekte

UMWELTASPEKT	DIREKT	INDIREKT	NOTFALL	BEDEUTUNG
Stromverbrauch	●			Bedeutend
Wärmebereitstellung	●			Bedeutend
Wasserverbrauch	●			Unbedeutend
Papierverbrauch	●			Bedeutend
Büromaterial	●			Unbedeutend
Einkauf von Elektro- und Elektronikgeräten	●			Bedeutend
Abfälle	●			Bedeutend
Biologische Vielfalt	●			Bedeutend
Mobilität der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	●	●		Sehr bedeutend
Internes Catering	●			Bedeutend
Klimatisierung	●			Bedeutend
Lärmemission	●			Unbedeutend
Transport der Produkte		●		Sehr bedeutend
Produktentwicklung		●		Sehr bedeutend
Produktion bei den Herstellern		●		Sehr bedeutend
Brände			●	Bedeutend
Explosionen & wassergefährdende Stoffe			●	Bedeutend

Tab. 2: Übersicht über die Bedeutsamkeit unserer Umweltaspekte
 Rot: sehr bedeutend (±10 bis ±14 Punkte), Gelb: Bedeutend (±4 bis ±9 Punkte), Grün: Unbedeutend (-3 bis +3 Punkte)

5.1 Stromverbrauch

Direkter Umweltaspekt: ● Indirekter Umweltaspekt:

Bedeutung:
Unbedeutend
mittel
sehr bedeutend

Im Rahmen unserer täglichen Arbeit, egal ob im Büro, im Lager oder in den Laboren, benötigen wir Strom. Durch die Produktion des Stroms kommt es zur Emission von CO₂. Diese Emissionen beeinflussen den Klimawandel.

5.1.1 Unsere etablierten Energie-Maßnahmen

PV-Anlage

Ein wesentlicher Bestandteil auf unserem Weg zur Klimaneutralität am deutschen Standort ist unsere 10.000 m² große Photovoltaik-Anlage (PV-Anlage) auf dem Dach des Logistikgebäudes unserer Unternehmenszentrale. Im Frühjahr 2021 wurde die bereits bestehende 6.500m² große Anlage im Zuge der Erweiterung unserer Logistik um 3.500m² ergänzt. Mit dieser Erweiterung haben wir neue Lagerkapazitäten geschaffen und es besteht die Möglichkeit, einen Großteil unseres Energiebedarfs durch unsere eigene Stromgewinnung abzudecken. Die PV-Anlage produziert rund 800.000 kWh Strom pro Jahr. Diese Menge deckt in Phasen mit hohem Stromverbrauch etwa 70 % unseres Strombedarfs ab.

Ökostrom

Den zusätzlich benötigten Strom (ca. 30 %) beziehen wir seit Januar 2023 von LichtBlick. Es handelt sich hierbei um zertifizierten Ökostrom. Dadurch ist es uns möglich, unseren Strombedarf zu 100 % durch ökologische Quellen zu decken und etwa 400 Tonnen CO₂ pro Jahr einzusparen.

Umstellung auf LED-Beleuchtung

Um noch mehr Energie zu sparen, wurde die konventionelle Beleuchtung fast vollständig durch LED-Beleuchtung abgelöst. Neben dem geringen Energieverbrauch zeichnen sich LED-Lampen durch eine lange Lebensdauer aus.

5.2 Wärmebereitstellung

Direkter Umweltaspekt: ● Indirekter Umweltaspekt:

Bedeutung:
Unbedeutend
mittel
sehr bedeutend

Im Winter müssen unsere Gebäude geheizt werden. Durch die Wärmebereitstellung entstehen zwangsläufig CO₂-Emissionen, welche sich nachteilig auf das Klima auswirken.

5.2.1 Unsere etablierten Wärme-Maßnahmen

Holz hackschnitzelheizung

Mit der Anbindung an die Nahwärmeversorgung der Stadt Neu-Anspach über eine Hackschnitzelanlage - als Alternative zu fossiler Energie - sorgen wir für einen umweltgerechten Wärmeenergieverbrauch. Holz als nachwachsender Rohstoff sorgt für einen geringeren CO₂-Fußabdruck im Vergleich zu konventionellen Brennstoffen und gilt als nahezu „klimaneutral“, weil das CO₂, welches beim Verbrennen freigesetzt wird, während des Pflanzen-Wachstums gebunden wurde.

5.3 Wasser und Wasserverbrauch

Direkter Umweltaspekt: ● Indirekter Umweltaspekt:

Bedeutung:
Unbedeutend
mittel
sehr bedeutend

Zu einem Arbeitsumfeld gehören zwingend Sanitäreanlagen, welche in unserem Fall unsere Wasserverbräuche darstellen. Weiterhin wird Wasser zur Bewässerung der Außenanlagen sowie in den Teeküchen und dem Betriebsrestaurant verwendet. Unsere Verwendung von Wasser am Standort beeinflusst die Wasserverfügbarkeit in geringem Maß.

5.3.1 Unsere etablierten Wasserspar- Maßnahmen

In der Bauplanung des Gebäudes wurden technische Lösungen im Sanitärbereich zur Wassereinsparung verbaut. Unsere Toilettenanlagen verfügen daher über ein Wasserspar-Taste. Teilweise wurden auch automatisierte und wassersparende Wasserhähne verbaut.

5.3.2 Unsere geplanten Wasserspar- und Wasserschutz-Ziele

Umstellung auf ökologische Reinigungsmittel

Zum aktuellen Zeitpunkt befinden wir uns in der Pilot- bzw. Testphase des neuen Reinigungsmittels. Weiterhin konnten die Reinigungsintervalle angepasst werden. Die neuen Bedingungen wurden zusätzlich in die Ausschreibung des neuen Reinigungsvertrages aufgenommen.

Ziel:
Schädliche Umweltauswirkung durch die Umstellung auf ökologische Reinigungsmittel verringern (100 %)

Bis wann:
Q3 - 2025

Maßnahme:
→ Vorgabe für den Bestellprozess der Reinigungsmittel festlegen
→ Anweisung an die Beschaffung und das Reinigungspersonal

Nutzung von Leitungswasser statt Wasserflaschen

Das Ziel konnte durch die Einführung von Wasserspendern und die Verteilung von Glasflaschen an die Mitarbeiter abgeschlossen werden.

Ziel:
Pfundflaschen durch Trinkwasserspender inkl. Mehrwegflasche für alle Büroarbeitsplätze ersetzen
Bis wann:
Q1 - 2025

Maßnahme:
→ Jeder Mitarbeitende erhält eine Mehrwegflasche. Diese kann an einem Trinkwasser-Automaten mit gesprudelm oder stillem (gekühltem) Wasser aufgefüllt werden.

5.4 Papierverbräuche

Direkter Umweltaspekt: ● Indirekter Umweltaspekt:

Bedeutung: 

In unseren Prozessen und täglichen Abläufen kommt es an vielen Stellen zur Verwendung von Papier, Pappen und Kartonagen, z. B. durch Ausdrücke, Verpackungen oder Printmedien. Durch die Produktion dieser Materialien wirken wir indirekt auf den Flächenverbrauch durch den Holzeinschlag, auf den Wasserverbrauch und die Entstehung von CO₂-Emissionen ein und begünstigen diese.

5.4.1 Unsere etablierten Papierspar- Maßnahmen

Digitalisierung der Büroarbeit

Durch den Beginn der Umstellung auf digitale Arbeitsweisen benötigen wir bereits jetzt weniger Papier als vor unseren Digitalisierungsmaßnahmen. Hier besteht jedoch immer noch Optimierungspotenzial, welches wir auch in Zukunft in Angriff nehmen möchten, um weitestgehend papierlos zu werden.

5.4.2 Unsere geplanten Papierspar-Ziele

Papierverbrauch im Logistikbereich durch Digitalisierung senken
Zum aktuellen Zeitpunkt wurde ein System zur Durchführung digitaler Unterschriften eingeführt, das sich derzeit in einer Pilotphase befindet. Sollte das System die gewünschten Effekte erzielen, wird eine Ausweitung auf das

gesamte Unternehmen geprüft. Aktuell wird das System in der Abteilung Versand getestet. Der Papierverbrauch konnte bisher um ca. 50 % reduziert werden. Zusätzlich wurde unser Druckerpapier bereits vor mehreren Jahren durch zertifiziertes Umweltpapier ersetzt

Ziel:
Papierverbrauch im Logistikbereich um 10 % im Vergleich zu den Vorjahreswerten (2021-2023) durch die Digitalisierung senken

Bis wann:
Q4 - 2026

Maßnahme:
→ Einführung der digitalen Unterschrift
→ Transportscheine vermehrt digitalisieren
→ digitale Lieferscheinoption der Speditionen nutzen
→ vermehrte digitale Ablage

5.5 Büromaterial

Direkter Umweltaspekt: ● Indirekter Umweltaspekt:

Bedeutung: 

Neben der Verwendung von Papier wird in unserem täglichen Ablauf auch Büromaterial verwendet. Dieses wirkt sich auf die Ressourcenverfügbarkeit und den Klimawandel durch CO₂-Emissionen in der Produktion sowie die Abfallentstehung am Lebensende der Produkte aus.

5.5.1 Unsere etablierten Büromaterialsparer- Maßnahmen

Digitalisierung der Büroarbeit

Die Umstellung auf eine möglichst papierlose, digitale Arbeitsweise führt in der Folge auch zu einem geringeren Verbrauch an Büromaterialien. Die Reduzierung erfolgt daher simultan zur weiteren Digitalisierung der Prozesse.

5.6 Einkauf und Nutzung von Elektro- und Elektronikgeräten

Direkter Umweltaspekt: ● Indirekter Umweltaspekt:

Bedeutung: 

Für die Umsetzung unserer Digitalisierungsoffensive müssen neue Geräte wie bspw. Laptops, aber auch Messinstrumente angeschafft werden. Auch elektrische Werkzeuge und Geräte wie bspw. unsere Lagerfahrzeuge müssen für den laufenden Betrieb angeschafft werden. Dies hat einen Einfluss auf die Ressourcenverfügbarkeit sowie indirekt auf den Klimawandel.

5.6.1 Unsere etablierten Maßnahmen für den Einkauf von Elektro- und Elektronikgeräten

Bei unseren Elektronik-Geräten wie Laptops, Docking Stations und Firmen-Smartphones handelt es sich um Leasinggeräte. Die Leasingverträge haben jeweils eine Laufzeit von drei Jahren. Nach Ablauf dieser Zeit besteht teilweise die Möglichkeit, die Leasinggeräte abzukaufen. Um unnötige Lieferwege und damit Emissionen zu vermeiden, werden die Elektronikartikel immer in einer größeren Zahl und in Wellen bestellt.

5.7 Abfälle

Direkter Umweltaspekt: ● Indirekter Umweltaspekt:

Bedeutung: 

In den verschiedensten Arbeitsprozessen kommt es zu einer Abfallentstehung. Dieser Abfall hat, je nach Sorte und Entsorgungs- bzw. Recyclingmöglichkeiten verschiedene Einflüsse, die über die Entstehung von CO₂-Emissionen bis hin zum Flächenverbrauch reichen. Bei der Entsorgung halten wir uns streng an gesetzliche Standards und Vorgaben.

5.7.1 Unsere etablierten Abfall-Maßnahmen

Abfallwegweiser und Steckbriefe – Information der Mitarbeitenden

Die Abfalltrennung kann nur gelingen, wenn alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, bei denen Abfall anfällt, ausreichend über die fachgerechte Entsorgung informiert sind. Hierfür haben wir neben dem Abfallwegweiser, einer übersichtlichen Trennhilfe für alle Abfallsorten, zusätzlich entsprechende Abfallsteckbriefe eingeführt, welche die Abfälle und deren Entsorgung nochmals genauer beschreiben.

Verpackungswesen

Wer Produkte verkauft, muss diese auch verpacken. Beim Wieder-Auspacken entsteht zwangsläufig Abfall. Deshalb befassen wir uns in diesem Zusammenhang mit der Minimierung von Verpackungsmaterial und dem Einsatz von Recyclingmaterial. Beispielsweise für die Verpackung von Einzel- und Ersatzteilen steigen wir bereits schrittweise auf Plastikbeutel mit dem Global Recycled Standard (GRS) um.

Die Anforderungen des GRS umfassen unter anderem eine korrekte Spezifikation von verwendeten Substanzen und Materialien sowie die Einhaltung korrekter Arbeitsbedingungen (nach UN- und ILO-Konventionen). Ferner sollen ökologische Risiken minimiert werden, indem z. B. die Anwendung von Chemikalien innerhalb des Produktionsprozesses reguliert ist. Darüber hinaus ist ein zentrales Kriterium: Produkte, die das Label tragen, müssen die Verwendung von mindestens 50 % Recyclingmaterial nachweisen, das zumeist aus Produktions- und Konsumabfällen kommt. Das wirkt sich positiv auf das Schließen von Materialkreisläufen aus.

Unsere Produkte - Verwendung von Recyclingmaterial

Auf Produktebene nähern wir uns mit den Kabelbrücken unserer Brand Defender bereits einer nachhaltigen Kreislaufwirtschaft an. DEFENDER® Kabelbrücken werden in Deutschland gefertigt. Alle Produkte bestehen aus sehr stabilem TPU (thermoplastischem Polyurethan), das zu über 70 % aus recycelten Kunststoffen hergestellt wird. Das Polyurethan wird recycelt und aufbereitet, um es anschließend im Spritzgussverfahren wieder zu verarbeiten. Weiterhin können einige unserer Produkte bereits in Umverpackungen mit einem Recyclingkunststoffbestandteil

versenden.

Unsere Produkte - langlebig und reparaturfähig

Unsere Produkte streben generell an, so konzipiert zu sein, dass sie energieeffizient, langlebig und reparabel sind. Diese Aspekte reduzieren die Umweltbelastung durch Produktions-, Nutzungs- und Entsorgungs-Prozesse. Blickt man auf die Historie der Eventbranche zurück, wird deutlich, dass viele Produkte bereits seit langem einem nachhaltigen Gedanken folgen, wie bspw. unsere Flightcases. Diese sind äußerst langlebig, stabil, und aus Holz gefertigt. Die Schutzhüllen für Equipment, Musikinstrumente, u.v.m., sind zum Teil schon mehrere Jahrzehnte im Einsatz. Auch bei Verstärkern, Lautsprechern oder anderen Audiotools galt schon immer die Devise „reparieren statt wegwerfen“. Diesem Ansatz bleiben wir dank unseres Reparatur- und Garantie-Services bei der Adam Hall GmbH weiterhin treu.

Für eine nachhaltigere Zukunft ist jedoch wichtig, dass wir uns als Unternehmen mit immer tiefgreifenderen Fragestellungen beschäftigen. Dazu gehören Technologiefragen wie die Verbesserung der Energieeffizienz bei Scheinwerfern und anderen elektronischen Geräten, neue Ideen zu Materialien für eine höhere Recyclingfähigkeit einzelner Bestandteile wie Kunststoffen und seltenen Metallen in Produkten sowie erste Gedanken zu neuen Geschäftsmodellen in Richtung Kreislaufwirtschaft und Leasing-Modellen.

Spende von Druckerbatterien

Unsere Druckerbatterien werden seit 2025 an die gemeinnützige Organisation „Umweltbox“ gespendet. Der Erlös wird von der Organisation an Einrichtungen für bedürftige Kinder weitergeben.

5.8 Biologische Vielfalt

Direkter Umweltaspekt: ● Indirekter Umweltaspekt:

Bedeutung: Unbedeutend mittel sehr bedeutend

Durch die Errichtung unseres Headquartiers mussten zwangsläufig naturnahe Flächen versiegelt werden. Dies hat neben dem Flächenverbrauch einen Einfluss auf die Biodiversität vor Ort.

5.8.1 Unsere etablierten Umwelt-Maßnahmen

Gründach und Fassadenbegrünung

Dachbegrünungsmaßnahmen haben viele positive Wirkungen. Neben der mikroklimatischen Funktion, der Luftreinigung und der Wasserrückhaltefunktion bereichern sie die Artenvielfalt und führen zu einem natürlichen Temperatur-, Witterungs- und Lärmschutz. Durch die Begrünung von Dächern können aktiv die Folgen von stark verdichteten Flächen kompensiert werden. Diese Flächen sind auf eine Begrünung des Daches angewiesen.

Aus diesen Gründen wurde eine extensive Dachbegrünung auf dem Verwaltungsgebäude, dem Experience Center sowie den Lagerhallen umgesetzt. Hierzu wurden verschiedene Sedum-Arten verwendet. Zusätzlich wurden an der Lagerhalle und dem Verwaltungsgebäude Rankgitter angebracht und mit insektenfreundlichen Pflanzen wie Blauregen bepflanzt.

Bienen

An unserem Standort in Neu-Anspach beherbergen wir seit 2021 rund 30.000 Bienen. Sie leben in mehreren Stöcken auf einem Wiesenstück hinter unserem Hauptgebäude und tragen ihren wichtigen Teil zur Biodiversität in der Region bei. Hauptverantwortlich für unsere Bienen sind drei unserer Kollegen, die dadurch ihr Hobby, die Imkerei, für einen guten Zweck auf unseren Grundstücken ausüben können.

Biodiverse Wildblumenwiese

Durch die Verlängerungen der Mähintervalle und die anschließende Entfernung des Mähguts wird der Boden natürlich ausgemagert. Durch die Ausmagerung von Flächen können Wildkräuter und andere Blütenpflanzen in echte Konkurrenz zu stark konkurrenzfähigen Pflanzen wie Gräsern treten. Ein höherer Blühpflanzenanteil führt automatisch zu einer erhöhten Artenvielfalt, vor allem durch Insekten und in der Folge Vögel. In unserer Fläche lassen sich bereits jetzt eine Vielzahl von Wildkräutern wie bspw. Wiesenklees, wilde Möhre oder Löwenzahn nachweisen.

5.9 Mobilität der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Direkter Umweltaspekt: ● Indirekter Umweltaspekt: ●

Bedeutung: Unbedeutend mittel sehr bedeutend

Ein Unternehmen ohne Mitarbeitende kann nicht existieren. Für die Erfüllung unserer Aufgaben stellt die Mobilität der Mitarbeitenden einen zentralen Punkt dar, hat allerdings aber auch Auswirkungen auf den Klimawandel durch den Ausstoß von CO₂-Emissionen sowie den Ressourcenverbrauch. Beispiele sind hierbei der Verbrauch von fossilen Kraftstoffen, wie Benzin, Diesel und Kerosin bei Auto- oder Flugreisen sowie der Stromverbrauch bei Nutzung von E-Autos oder der Bahn.

5.9.1 Unsere etablierten Mobilitätsmaßnahmen

Dienstreisen

Bei Dienstreisen kommt es zwangsläufig zu mobilitätsbezogenen CO₂-Emissionen. Für unsere Dienstreisen sind daher in unserer Dienstreisen-Richtlinie verschiedene Maßnahmen festgehalten. Zum einen sind Dienstreisen nach Möglichkeit mit der Bahn durchzuführen, da diese im Vergleich zum Kfz bzw. zum Flugzeug deutlich emissionsärmer ist. Flugreisen werden zusätzlich nur in Ausnahmefällen und wenn es absolut nötig ist, genehmigt. Ist eine Flugreise nötig, muss ein Platz in der Economy-Class gebucht werden. Bei Langstreckenflügen ist ein Upgrade auf Economy Plus möglich.

Dienstwagen

Seit 2024 können nur noch E-Fahrzeuge oder Diesel-Fahrzeuge als Dienstwagen ausgewählt werden. Hybride-Fahrzeuge können nicht mehr gewählt werden. Bei der Auswahl der Modelle haben wir entsprechende Obergrenzen für den CO₂-Ausstoß festgelegt. Der Fahrzeugpool des Standortes Neu-Anspach wird zunehmend durch reine E-Fahrzeuge ersetzt.

Elektrifizierung der Mobilität

Nachhaltige Mobilität wird zukünftig darüber mitbestimmen, wie schnell der Klimawandel voranschreitet. Weil immer mehr Menschen den Schritt vom Verbrenner-Motor zum E-Auto oder Hybrid machen, stellen wir unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Geschäftspartnern und Besuchern Lademöglichkeiten für E-Autos und E-Bikes auf unserem Parkplatzgelände zur Verfügung.

Im Sommer 2023 standen insgesamt 22 Ladepunkte für E-Autos sowie ein abgetrennter Ladebereich für E-Bikes zur Verfügung. Um das Lade-Management zu automatisieren und die Nutzung der Ladesäulen über eine App komfortabler zu gestalten, arbeiten wir seit Herbst 2022 mit dem aufstrebenden Frankfurter Start Up innocept mobility zusammen, welches sich auf Softwarelösungen für die Optimierung von Ladeprozessen für Unternehmen spezialisiert hat.

Fahrräder

In unserer elektronisch gesicherten Fahrradabstellanlage können Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihr Fahrrad sicher parken. Weiterhin stehen unseren Alltagssportlern auch Duschen sowie Umkleiden zur Verfügung.

Eine weitere Maßnahme im Sinne der nachhaltigen Mobilität ist unsere Kooperation mit „JobRad“. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben die Möglichkeit, beim Fachhändler ihrer Wahl über uns als Arbeitgeber ein „normales“ Zweirad oder auch ein E-Bike subventioniert zu leasen. Durch unsere neu gegründete Betriebssportgruppe fürs Fahrradfahren im Rahmen des „Adam Hall Sports Club“ werden unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zusätzlich zum Umstieg aufs Fahrrad motiviert.

Um unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Umstieg auf das Fahrrad, auch im privaten Umfeld, zu motivieren, nehmen wir an der Kampagne „Stadtradeln“ teil. Hierbei geht es darum, möglichst alle Wege in einem Zeitfenster von drei Wochen mit dem Fahrrad zurückzulegen. Hierbei steht nicht nur der Klimaschutz, sondern auch die Gesundheit unserer Kolleginnen und Kollegen im Vordergrund. Durch angebotene Fahrradtouren im Adam Hall SportsClub „Fahrrad-Club“ möchten wir zusätzlich zum Umstieg motivieren und ein sportliches Zusatzangebot im Sinn des BGM schaffen.

5.10 Internes Catering

Direkter Umweltaspekt: ● Indirekter Umweltaspekt:

Bedeutung:  Unbedeutend mittel sehr bedeutend

Für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist es wichtig, mit gutem Essen und Getränken versorgt zu werden, denn nur wer gutes Essen bekommt, kann gute Arbeit leisten. Unser Verbrauch an Lebensmitteln und Getränken hat einen Einfluss auf die CO₂-Emissionen, den Wasser-

verbrauch, den Einsatz von Düngemitteln und den Flächenverbrauch. Zusätzlich fallen auch immer wieder Lebensmittelabfälle an.

5.10.1 Unsere etablierten Lebensmittel-Maßnahmen

Pflanzliche Option

Jeden Tag bietet unser Betriebsrestaurant ein vegetarisches oder veganes Gericht an, das gleichzeitig auch immer das günstigste Gericht auf der Karte ist. Zusätzlich gibt es eine abwechslungsreiche Salatbar, an welcher sich unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihren Salat nach persönlichen Vorlieben zusammenstellen können. Dieses Angebot soll einen Anreiz bieten, häufiger auf Fleisch zu verzichten.

Bioabfall

Damit die anfallenden Lebensmittelreste sinnvoll verwertet werden können, sortieren wir streng unseren Bioabfall des Betriebsrestaurants. Durch die Bereitstellung der Bio-tonne können die Bioabfälle vom Entsorger weiterverarbeitet werden.

Zero-Waste-Ansatz

Unser Betriebsrestaurant „Come Together“ ist Teil der Initiative „Restlos“, welche es sich zur Aufgabe gemacht hat, Lebensmittelverschwendung entgegenzuwirken. Dadurch werden z. B. aus zu viel vorbereiteten Lebensmitteln für Gerichte vom Vortag am nächsten Tag neue Gerichte kreiert und immer nur so viel nachgelegt, wie auch Bedarf besteht, um so wenige Lebensmittel wie möglich zu verschwenden. Aufgrund der gesetzlichen Mehrweg-Vorschrift für Gastronomiebetriebe in Deutschland können Gerichte in unserem Betriebsrestaurant seit Januar 2023 auch „To-Go“ in einer Mehrwegalternative mitgenommen werden. Dafür vertrauen wir auf die nachhaltigen Mehrweg-Pfandsysteme eines namenhaften Herstellers.

5.11 Klimatisierung

Direkter Umweltaspekt: ● Indirekter Umweltaspekt:

Bedeutung:  Unbedeutend mittel sehr bedeutend

Durch die Klimatisierung in Büroräumen wird zum einen Strom verbraucht, zum anderen mit Kältemitteln gearbeitet. Kommt es zu einer Leckage, hat dies Folgen wie den Klimawandel und die Umwelt. Für die regelmäßigen Wartungen und die Anlage selbst halten wir uns streng an gesetzliche Vorgaben (bspw. Dichtheitsprüfungen).

5.12 Lärmemissionen

Direkter Umweltaspekt: ● Indirekter Umweltaspekt:

Bedeutung:  Unbedeutend mittel sehr bedeutend

Unsere täglichen Abläufe können nicht vollständig geräuschlos ablaufen, daher haben wir beim Bau unseres Gebäudes auf eine gewisse Schallsisolierung geachtet. Aufgaben, welche besonders laut sind, werden in den dafür vorgesehenen Laboren durchgeführt. Hierbei halten wir uns an die gesetzlichen Vorgaben. Um unsere Auswirkungen zu minimieren, finden An- und Auslieferung prinzipiell nur werktags zwischen frühestens 7:00 Uhr und spätestens 19:00 Uhr statt. Lärmemissionen können einen Einfluss auf die biologische Vielfalt haben.

5.13 Transport der Produkte

Direkter Umweltaspekt: Indirekter Umweltaspekt: ●

Bedeutung:  Unbedeutend mittel sehr bedeutend

Der Großteil unserer Produkte wird in Asien gefertigt. Um unnötige Transporte zu vermeiden und die Qualität der Produkte sicherzustellen, führen wir für eine Vielzahl unserer Produkte eine zusätzliche unabhängige Qualitätsprüfung nach dem Stand der Technik direkt nach der Produktion im Werk durch. Erst wenn diese bestanden

wurde, werden die Waren nach Deutschland in unser Headquarter geliefert, wo eine weitere Stichprobenkontrolle stattfindet. Bei positivem Ergebnis der Stichprobenkontrolle werden unsere Produkte am Markt bereitgestellt. Dieser Prozess sichert zum einen unseren Qualitätsanspruch an unsere Produkte und zum anderen vermeiden bzw. minimieren wir damit überflüssige Transporte und entsprechende CO₂-Emissionen. Im Anschluss kann die Ware an unsere Kunden ausgeliefert werden. Bei den vorgelagerten Lieferprozessen werden neben Lkws als Zubringer auch Transportschiffe und Flugzeugfrachten genutzt. Bei dem nachgelagerten Transportprozess nutzen wir zunächst meist Lkws. Beim Versand innerhalb der EU arbeiten wir mit Speditionsfirmen zusammen, die eine klimaneutrale Lieferung vertraglich bestätigen. Durch die vor- und nachgelagerten Lieferprozesse fallen CO₂-Emissionen an, welche den Klimawandel beeinflussen.

5.13.1 Unsere etablierten Transport-Maßnahmen

Um den ökologischen Fußabdruck möglichst gering zu halten, haben wir für unsere nachgelagerte Transportkette innerhalb Europas mit unserem Logistikdienstleister einen Liefervertrag zur bilanziellen Klimaneutralität abgeschlossen. Dazu werden die Emissionen mit sauberen Energieprojekten kompensiert.

5.13.2 Unsere geplanten Transport-Maßnahmen

Im Rahmen der Transportanalyse wurden bereits Expertenkreistreffen durchgeführt. Hierbei wurden ein Grundgerüst sowie die Forschungsfragen für die Analyse festgesetzt. Das Grundgerüst wurde von der Geschäftsführung freigegeben. Im Rahmen der Grundgerüst-Erarbeitung haben sich weitere Analysefragestellungen ergeben, welche zusätzlich abgeprüft werden sollen. Durch die Erweiterung wird die Transportketten-Analyse zu einer Analyse für eine vollständig nachhaltige Lieferkette. Das bedeutet, dass nicht nur der Faktor CO₂ betrachtet werden soll, sondern auch ökonomische und soziale Faktoren. Durch die Erweiterung wird die Analyse in der Folge die Nachhaltigkeitsstrategie stark unterstützen können.

Transportketten-Analyse

Ziel:

Überblick über die CO₂-Emissionen in der Transportkette erhalten und CO₂-Einsparpotenziale dieser feststellen

Bis wann:

Q4 - 2026

Maßnahme:

- Analyse der aktuellen vorgelagert und nachgelagerten Transportkette
- Bilanzierung der CO₂-Emissionen über ein Berechnungstool

5.14

Produktentwicklung

Direkter Umweltaspekt: Indirekter Umweltaspekt: ●

Bedeutung:  Unbedeutend mittel sehr bedeutend

Um unseren Kunden immer neue und innovative Lösungen zu präsentieren, beschäftigt die Adam Hall GmbH eine Vielzahl an Produktentwicklern und Produktdesignern. In der Produktionsentwicklung behalten unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Nachhaltigkeit zunehmend im Auge. Nachhaltige Produkte sollen daher ressourcenschonend und energiesparend designt sein. Durch die Verwendung unserer Produkte wird in den meisten Fällen Strom verbraucht. Durch die CO₂-Emission aus dem Strom haben die Produkte einen Einfluss auf den Klimawandel. Durch ein sinnvolles Produktdesign sollen unsere Produkte lange reparierbar bleiben, umso das Lebenszyklusende des Produktes möglichst lange hinauszuzögern. Weiterhin achtet unsere Entwicklungsabteilung auf die Verarbeitung von hauptsächlich ungefährlichen Stoffen.

5.14.1

Unsere etablierten Produktentwicklungsmaßnahmen

Bereits heute prüfen wir, ob unsere Produkte umweltfreundlicher und nachhaltiger gestaltet werden können. Hierbei wird beispielsweise bei der Produktlinie Defender auf hochwertiges Recyclingmaterial gesetzt. Weiterhin prüfen wir im Bereich der Verpackungen, ob alternative

und recyclingfreundlichere Materialien zum Einsatz kommen können.

5.14.2

Unsere geplanten Ziele für die Produktentwicklung

Einführung eines Reparaturindexes

Der Reparaturindex wird für uns in Zukunft ein wichtiges Werkzeug werden. Zunächst wurden Abteilungen, die später zur Arbeit hinzugezogen werden, durch eine Präsentation über das anstehende Projekt informiert. Danach begann die Literaturrecherche, welche sich primär am französischen Vorbild orientiert. Auf Basis dessen konnte eine Rohform der Bewertungsmatrix erstellt werden, welche im nächsten Schritt von relevanten Abteilungen, innerhalb eines Beteiligungsprozesses geprüft wird. Zusätzlich soll hierbei ein Raum geschaffen werden in welchen Anmerkungen und Wünsche ins Projekt eingebracht werden können, um den Index auf unser Unternehmen maßzuschneidern.

Ziel:

Verringerung der Umweltaspekte unserer Produkte und Schonung von Ressourcen durch die Bewertung und Verbesserung der Reparierbarkeit/ Servicebarkeit im Entstehungsprozess von neuen Produkten durch die Einführung einer Guideline inkl. eines Reparaturindexes

Bis wann:

Q4 - 2027

Maßnahme:

- Analyse der bestehenden Produkte
- Gründung einer Projektgruppe für interne reparatur-spezifische Zusammenarbeit
- Ggf. Einbindung von externen Stakeholdern
- Orientierung an emergierenden Verordnungen und Gesetzen
- Schulung und Wissensaufbau für die Beteiligten
- Einführung eines Reparaturindexes

Analyse/ Studie über den aktuellen Materialeinsatz in unseren Produkten

Im Rahmen unseres Materialziels wurde mit einer Literaturrecherche begonnen, welche sich auch der Unterstützung durch KI bedient. Hierbei werden alle Daten und Fakten zusammengetragen und anschließend entspre-

chenden Fachkollegen zur Prüfung vorgelegt. Aus der Recherche soll sich eine leicht verständliche Materialübersicht ergeben. Einen ersten Testlauf bezüglich einer nachgelagerten Materialauswahl konnten wir bereits jetzt umsetzen, da sich hier explizit auf die Verpackung eines Produktes konzentriert wurde. Verpackungen machen einen Großteil des Abfalls aus. Hierbei werden traditionell auch geschäumte Kunststoffe wie EPE verwendet. Für ein neues Produkt unserer Lichtmarke Cameo konnte nun eine Verpackung entwickelt werden, welche zum Großteil aus Pappe besteht und EPE vollständig ersetzt.

Ziel:

Analyse/ Studie über den aktuellen Materialeinsatz unserer Produkte für eine potenzielle Optimierung und CO₂-Fußabdruck-Bilanzierung anhand von repräsentativen Produktgruppen

Bis wann:

Q4 - 2027

Maßnahme:

- Materialanalyse der bestehenden Produkte/ Produktgruppen
- Aufzeigen von alternativen Materialansätzen
- CO₂-Fußabdruck-Bilanzierung durchführen mit Hilfe von Berechnungstools

5.15

Produktion bei unseren Herstellern

Direkter Umweltaspekt: Indirekter Umweltaspekt: ●

Bedeutung:  Unbedeutend mittel sehr bedeutend

Viele unserer Hersteller haben ihren Firmensitz in Asien. Mit ihnen arbeiten wir trotz der großen Entfernung eng zusammen. Um ein besseres Gefühl für neue Produkte zu erhalten, müssen diese unseren Entwicklern vor der Massenproduktion physisch vorliegen. Dies ist durch die Entfernung immer mit CO₂-Emissionen verbunden. Während der Produktion unserer Produkte selbst und der Produktion der einzelnen Komponenten und Bestandteile entsteht zusätzlich CO₂. Hierdurch haben die Produkte einen Einfluss auf den Klimawandel. Weiterhin werden zur Produktion Wasser und Ressourcen benötigt, was auf deren Verfügbarkeit einen Einfluss hat.

5.15.1

Unsere etablierten Maßnahmen für die Produktherstellung

Für unsere Herstellung arbeiten wir mit unseren langjährigen Lieferanten zusammen. Um den richtigen Lieferanten für das geplante Produkt auszuwählen und um gewisse nachhaltige Standards einhalten zu können, gibt es das Adam Hall GmbH Lieferantenhandbuch.

Das Lieferantenhandbuch wird zum aktuellen Zeitpunkt von einem Gremium aus verschiedenen Fachabteilungen überarbeitet. Hierbei werden unter anderem auch zukünftige EU-Vorgaben nochmals explizit dargestellt, um unsere Lieferanten diesbezüglich bestmöglich zu unterstützen.

5.16

Notfallsituation – Brand

Notfallsituation: ●

Bedeutung:  Unbedeutend mittel sehr bedeutend

In einem Brandfall kommt es zu unkontrollierten Verbrennungen von verschiedenen Materialien. Dies hat nicht nur einen schweren Einfluss auf die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und das Unternehmen, sondern auch auf die Umwelt. Durch die Emission von CO₂ und anderen Verbrennungsgasen hat ein Brandereignis einen Einfluss auf den Klimawandel und die biologische Vielfalt. Um die Auswirkungen einzuschränken, sind Regelungen zur Brandvermeidung sowie Regelungen für den Brandfall getroffen worden.

5.16.1

Unsere etablierten Brandschutzmaßnahmen

Brandschutzkonzept

Einige unserer verwendeten Rohstoffe sind brennbar. Dazu gehören unter anderem Batterien und Akkumulatoren sowie Verpackungsmaterialien. Zur Prävention haben wir ein ausgearbeitetes Brandschutzkonzept, welches stetig aktualisiert wird. Alle Bauten verfügen über technische Lösungen für einen Brandfall, wie bspw. Sprinkleranlagen. Risikobereiche, wie bspw. das Gefahrgutlager,

sind hierbei besonders geschützt. Auch Rauch- und Wärmeabzüge, Feuerlöscher und geeignete Flucht- und Rettungswege sowie ausgewiesene Sammelplätze tragen zur Sicherheit bei. Eine Gruppe von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist weiterhin als Brandschutzhelfer ausgebildet. Im Rahmen von regelmäßigen Brandschutzübungen werden alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf den Ernstfall vorbereitet.

Sammelstelle für Batterien und Akkumulatoren

Für alle defekten Batterien und Akkumulatoren befindet sich auf dem Gelände ein separates, freistehendes kleines Lager. Die Batterien und Akkumulatoren werden sortenrein in dafür vorgesehenen Behältern gesammelt. Dies reduziert die Brandlast enorm.

Als Verbesserung wurden in diesem Jahr die Bestandsfeuerlöscher durch PFAS-freie Feuerlöscher ersetzt. Zusätzlich wurden im Schmalganglager Brandmeldeanlagen mit Pollern geschützt. Im großen Gefahrgutraum konnte eine Lüftungsanlage nachgerüstet werden, um einen kontinuierlichen Luftaustausch sicherzustellen. Weiterhin konnte unseren Kolleginnen und Kollegen eine neue Gefahrstoff-Grundlagenschulung angeboten werden.

5.17 Notfallsituation – Explosion & wassergefährdende Stoffe

Notfallsituation: ●

Bedeutung:

In unserem Betrieb lagern wir hochentzündliche Medien. Um das Risiko zu minimieren, haben wir verschiedene technische Anpassungen vorgenommen, um einen Einfluss auf die Umwelt, den Klimawandel und die biologische Vielfalt vor Ort zu verhindern.

5.17.1 Unsere etablierten Explosionsmaßnahmen

Das Gefahrgutlager/Explosionsgefahr

Im Gefahrgutlager befinden sich hochentzündliche und leicht brennbare Flüssigkeiten wie bspw. Lösemittel. Die Gebinde werden in Auffangbehältern gelagert, welche ein doppelt so großes Fassungsvermögen aufweisen wie die Gebinde selbst. Unser großer Gefahrgutraum besitzt zusätzlich eine explosions sichere Elektroinstallation.

Um allen Kolleginnen und Kollegen die Bedeutung des Themas immer wieder im täglichen Arbeiten ins Gedächtnis zu rufen, wurde hierfür eine Grundlagenschulung durchgeführt. Die verwendeten Grafiken wurden an den entsprechenden relevanten Stellen mehrfach und dauerhaft ausgehängt.

5.18 Sonstige Nachhaltigkeitsziele

5.18.1 Klimaneutralität

Ein wichtiges Ziel der Adam Hall GmbH ist die vollständige, bilanzielle Klimaneutralität. Diese planen wir durch die Umsetzung von vielen verschiedenen und kleinen sowie großen Maßnahmen bis zum Jahr 2045.

5.18.2 Nachhaltigkeitsreport

Um unsere Auswirkungen besser zu verstehen, arbeiten wir an der Analyse unserer Prozesse und der fachlichen Einordnung. Dazu zählt auch der Nachhaltigkeitsbericht im Jahr 2026 über das Jahr 2025. Hierbei möchten wir unsere größten Hebel identifizieren und unseren Einfluss analysieren.

Durch die gesetzlichen Änderungen und die schwierige gesamtwirtschaftliche Lage musste sich betriebsbedingt

für einen Aufschub des Reportings entschieden werden. Allerdings wurde bereits eine doppelte Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt, welche nun in viele andere Projekte einfließt.

5.18.3 Implementierung der Nachhaltigkeitsstrategie

Damit die Adam Hall GmbH vollständig nachhaltig agieren kann, ist es wichtig, dass das Thema Nachhaltigkeit in alle Prozesse und in die Abläufe und Gedankenmuster der Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern implementiert wird. Durch ein gesteigertes Bewusstsein bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern können Änderungen von Verhaltensweisen und ein gegenseitiges Aufmerksam machen bewirkt werden.

Hierzu wurde eine Mitarbeiterumfrage zur Erhebung der aktuellen Gesamtsituation in die Wege geleitet. Die Strategie wurde zusätzlich an ein anderes Projekt im Bereich der Prozessoptimierung gekoppelt und somit auf die Priorität eines C-Level-Teilprojektes angehoben. Das Hauptprojekt hat einen Zeitraum bis zum Ende des Geschäftsjahres 2030. Dies führt dazu, dass es in diesem Projekt zu Verzögerungen kommt, jedoch die Tiefe und Wichtigkeit deutlich größer werden. Die Nachhaltigkeitsstrategie wird durch diesen Schritt untrennbar mit der Unternehmensstrategie verheiratet.

Ziel:

Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie für die Adam Hall GmbH im Einklang mit der Unternehmensstrategie 2030

Bis wann:

Q4 - 2030

Maßnahme:

- Nachhaltigkeit definieren
- Nachhaltigkeitskriterien für Prozesse festlegen
- Ziele für Prozesse festlegen
- Nachhaltige Verhaltensweisen schulen
- Evaluierung der Entscheidungsprozesse
- Verkoppelung der Nachhaltigkeitsstrategie mit der PowerLane der Unternehmensstrategie 2030

ÜBERSICHT ALLER ZIELE

In der folgenden Tabelle werden unsere geplanten Nachhaltigkeitsziele nochmals übersichtlich zusammengefasst dargestellt (Tab. 3).

ASPEKT	DEFINIERTES ZIEL	MASSNAHME	TERMIN	SACHSTAND
Wasser Abfall	Pfandflaschen durch Trinkwasserspender inkl. Mehrwegflasche für alle Büroarbeitsplätze ersetzen	→ Einführung von persönlichen Mehrwegflaschen für die Mitarbeiter → Einführung von Sprudelautomaten/ Wasserspendern	Q1 - 2025	Abgeschlossen
Wasser	Schädliche Umweltauswirkung durch die Umstellung auf ökologische Reinigungsmittel verringern (100 %)	→ Vorgabe für den Bestellprozess der Reinigungsmittel festlegen → Anweisung an die Beschaffung und das Reinigungspersonal	Q3 -2025	Abgeschlossen
Allgemein	Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie für die Adam Hall GmbH im Einklang mit der Unternehmensstrategie 2030	→ Nachhaltigkeit definieren → Nachhaltigkeitskriterien für Prozesse festlegen → Ziele für Prozesse festlegen → Nachhaltige Verhaltensweisen schulen → Evaluierung der Entscheidungsprozesse → Verkopplung der Nachhaltigkeitsstrategie mit der PowerLane der Unternehmensstrategie 2030	Q4- 2030	In Bearbeitung
Papier	Papierverbrauch im Logistikbereich um 10% im Vergleich zu den Vorjahreswerten (2023) durch die Digitalisierung senken	→ Einführung der digitalen Unterschrift → Transportscheine vermehrt digitalisieren → digitale Lieferscheinoption der Speditionen nutzen → vermehrte digitale Ablage	Q4 -2026	In Bearbeitung
Transport	Überblick über die CO ₂ -Emissionen in der Transportkette erhalten und CO ₂ -Einsparpotenziale dieser feststellen	→ Analyse der aktuellen vorgelagert und nachgelagerten Transportkette → Bilanzierung der CO ₂ -Emissionen über ein Berechnungstool	Q4 - 2026	In Bearbeitung
Entwicklung	Analyse/ Studie über den aktuellen Materialeinsatz unserer Produkte für eine potenzielle Optimierung und CO ₂ -Fußabdruck-Bilanzierung anhand von repräsentativen Produktgruppen	→ Materialanalyse der bestehenden Produkte/ Produktgruppen → Aufzeigen von alternativen Materialansätzen → CO ₂ -Fußabdruck-Bilanzierung durchführen mit Hilfe von Berechnungstools	Q4 - 2027	In Bearbeitung
Entwicklung	Verringerung der Umweltaspekte unserer Produkte und Schonung von Ressourcen durch die Bewertung und Verbesserung der Reparierbarkeit/ Servicebarkeit im Entstehungsprozess von neuen Produkten durch die Einführung einer Guideline inkl. eines Reparaturindex	→ Analyse der bestehenden Produkte → Gründung einer Projektgruppe für interne reparaturspezifische Zusammenarbeit → Ggf. Einbindung von externen Stakeholdern → Orientierung an bestehenden Verordnungen und Gesetzen → Schulung und Wissensaufbau für die Beteiligten → Einführung eines Reparaturindex	Q4 - 2027	In Bearbeitung

Im Rahmen der EMAS-Validierung wurden Kennzahlen erhoben.

6. UNSERE KENNZAHLEN

6.1 Unsere Basisdaten

Zu unseren Basisdaten zählen alle Daten, die die Bezugsdaten zu unseren Input- und Output-Daten darstellen. Hierzu zählen Daten, die durch das Nachhaltigkeitsmanagement nur langsam bis gar nicht veränderbar sind, wie beispielsweise unsere Standortfläche, der Jahresumsatz oder die Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Siehe Tab. 4). Die Materialströme konnten über das Auswertungsprogramm PowerBI nur für die Jahre 2022, 2023 und 2024 ausgewertet werden.

DATENBASIS	2022	2023	2024	EINHEIT
Wertschöpfung	135,0	167,3	169,0	[Mio. €]
Gesamtbelegschaft	253,0	296,0	332,0	[MA]
Standortfläche	34.420,0	34.420,0	34.420,0	[m ²]
Versiegelte Fläche	25.342,5	25.342,5	25.342,5	[m ²]
Naturnahe Fläche	9.077,5	9.077,5	9.077,5	[m ²]
Netto-Grundfläche	24.024,1	24.024,1	24.024,1	[m ²]
Materialstrom (Import)	7.387,2	6.158,7	6.912,7	[t]
Materialstrom (Export)	10.526,0	11.049,0	10.520,0	[t]
Jahressonnenstunden Hessen	2.025,0	1.720,0	1.675,0	[h]

Die Zahlen (mit Ausnahme der Umweltdaten) werden generell von der Covid-19-Pandemie beeinflusst. Durch die Beschränkungen im Rahmen des Infektionsschutzes wurden viele Veranstaltungen weltweit abgesagt oder verschoben, was einen starken Einfluss auf die Eventbranche hatte. Als Folge dessen mussten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Kurzarbeit geschickt werden und je nach Möglichkeit ihre Tätigkeit aus dem Homeoffice erledigen. Dies führt zum Beispiel zu verringerten Stromverbräuchen. Im Jahr 2023 kehrten die Kollegen nach und nach wieder vollumfänglich aus dem Homeoffice in die Büroarbeit zurück. Zusätzlich konnte im Geschäftsjahr 2022/2023 ein Umsatz-Rekordergebnis erzielt werden.

Auch unsere Mitarbeiterzahlen haben sich in den Jahren 2022 bis 2024 erhöht. Im Jahr 2022 wurde mehr Ware importiert als 2023. Gleichzeitig wurde 2023 allerdings mehr Ware exportiert als 2022. Dies könnte daran liegen, dass 2023 mehr Ware aus dem Bestand verkauft wurde. Zusätzlich wurde bei den Importdaten nur das Gewicht der Güter aufgenommen. Beim Export wurde die Sendung inklusive der Holzpalette ermittelt, daher kann es hier zu Abweichungen kommen.

6.2 Unsere absoluten Kennzahlen

6.2.1 Input

Zu den Input-Kennzahlen zählen Faktoren, die dem Unternehmen von Außerhalb zugeführt werden. Dazu zählen energetische Kennwerte wie Strom, Treibstoffe oder Wärme. Aber auch verbrauchte Materialien werden abgebildet. Der Stromverbrauch setzt sich dabei aus dem Strom aus externem Bezug, aus dem Eigenverbrauchsstrom (PV-Anlagen) und dem Stromverbrauch unserer E-Autos zusammen.

INPUT	2022	2023	2024	EINHEIT
Wasser	3.130,00	3.044,00	2.712,00	[m3]
Stromverbrauch [gesamt]	893.534,00	1.012.938,58	1.168.649,32	[kWh]
Externer Bezug	555.327,00	693.353,58	854.414,32	[kWh]
Gesamte Eigenerzeugung	796.057,00	732.157,00	693.530,00	[kWh]
davon selbst genutzt	338.207,00	319.585,00	314.235,00	[kWh]
davon eingespeist	457.850,00	412.572,00	379.295,00	[kWh]
Energieverbrauch durch Wärme [gesamt]	1.062.619,00	976.123,00	884.849,00	[kWh]
Erdgas	0,00	0,00	0,00	[kWh]
Heizöl	0,00	0,00	0,00	[kWh]
Nahwärme (Holzhackschnitzel aus lokalem Bezug)	1.062.619,00	976.123,00	884.849,00	[kWh]
Energieverbrauch durch Mobilität [gesamt]	99.368,89	108.755,73	120.946,48	[kWh]
Diesel	92.033,14	84.785,25	110.436,89	[kWh]
Otto-Kraftstoff	7.335,75	21.736,27	10.033,06	[kWh]
Stromverbrauch von E-Fahrzeugen	0,00	2234,21	476,53	[kWh]
Summe aus allen Energieträgern	2.055.521,89	2.097.817,31	2.174.444,80	[kWh]

Der Wasserverbrauch ist über die Jahre 2022 und 2023 verhältnismäßig konstant. Im Jahr 2024 wurde weniger Wasser verbraucht als in den Vorjahren. Dies könnte an den Wetterverhältnissen liegen, da weniger Wasser für die Außenbereiche verwendet werden musste.

Die Stromversorgung zeigt Schwankungen. Unser Stromverbrauch setzt sich dabei aus den Faktoren externer Strombezug, PV-Anlagen und E-Mobilität zusammen. Vor allem der externe Strombezug und die PV-Anlagen stehen in einem engen Verhältnis, was ebenfalls durch die Jahressonnenstunden beeinflusst wird. 2022 war ein deutlich sonnenreicheres Jahr als 2023 oder 2024. Dadurch lassen sich auch die Verringerung der Energieproduktion im Jahr 2023 und 2024 und die Erhöhung des externen Strombezugs in den Jahren 2023 und 2024 erklären. Zusätzlich steigt der Gesamtstromverbrauch von 2023 auf 2024. Dies lässt sich durch den Wert der E-Mobilität erklären, da die Zahl der E-Fahr-

zeuge unserer Mitarbeiter stetig wächst und durch die bisher kostenfreie Lademöglichkeit für Betriebszugehörige der Trend verstärkt wird. Der externe Stromverbrauch der elektrischen Poolfahrzeuge im Jahr 2024 ist hingegen drastisch gesunken, da diese ebenfalls hauptsächlich am Headquarter und weniger außerhalb geladen wurden.

Die sich verringerende Nutzung von Wärmeenergie lässt sich durch die Temperaturen im Winter erklären. Diese wurden im Zeitraum 2022-2024 jährlich milder, wodurch Heizkosten verringert werden konnten.

Als Hersteller von Veranstaltungstechnik wurde die Adam Hall GmbH durch die Beschränkungen für Veranstaltungen stark in ihrem Handeln während der Covid-19-Pandemie eingeschränkt. Durch die gesunkene Nachfrage nach Veranstaltungstechnik wurden daher weniger Fahrten mit den Poolfahrzeugen unternommen, um beispielsweise Material von den verschiedenen Lagern zu überführen oder um Messen zu besuchen. Im Jahr 2022 wurde zusätzlich die Zahl der Benzinfahrzeuge reduziert. Der Wert für Benzin reduziert sich ab hier jedes Jahr. Im Jahr 2024 ist allerdings ein Ausweichen auf die Dieselfahrzeuge erkennbar. Ab dem Jahr 2023 hat sich die Situation wieder auf ein Standardmaß eingependelt.

INPUT MATERIAL	2022	2023	2024	EINHEIT
Druckerpapier	2,94	2,69	2,84	[t]
Kartonagen	47,71	44,55	50,29	[t]
Verpackungsmaterial (Kunststoff)	26,02	12,56	24,38	[t]
Verpackungsmaterial (sonstiges)	55,01	58,61	56,49	[t]

Zusätzlich werden pro Jahr rund 200-400 Elektronikartikel wie Laptops oder Smartphones neu angeschafft. Dies ist abhängig von der Mitarbeiterzahl. Hierbei werden Sammelbestellungen getätigt. Der Wert von 2024 liegt bei ca. 550 Elektroartikeln, die durch den Austausch der Leasing-Drucker zu erklären sind.

In unseren Prozessen ist es aktuell häufig nötig, Informationen in gedruckter Form bereitzustellen. Neben Lieferscheinen umfasst das auch Bedienungsanleitungen oder Unterlagen für die Speditionen sowie Begleitscheine. Die Zahl der Ausdrucke ist dabei unter anderem abhängig vom Mengenstrom.

Durch eine Umstellung im Druckersystem konnte keine vollständige Auswertung des Papierverbrauchs durchgeführt werden. Die angegebene Zahl bezieht sich auf die Hochrechnung aus den verfügbaren Daten von September 2024 bis Dezember 2024. Der Durchschnitt aus den Daten wurde durch die Anzahl der Monate geteilt und dann mit 12 multipliziert. Der gestiegene Wert für das Druckerpapier lässt sich auch durch die gesteigerten Werte im Verpackungsmaterial erklären, da mehr Ware verpackt wurde und somit auch mehr Begleitdokumente mitgeschickt werden mussten.

6.2.2 Output

Zu den Output-Kennzahlen zählen Faktoren, die das Unternehmen verlassen. Hierzu zählen vor allem Abfälle und Emissionen (Tab. 7).

OUTPUT - ABFÄLLE	2022	2023	2024	EINHEIT
Ungefährliche Abfälle	176,94	196,51	201,65	[t]
Altpapier, Pappe, Kartonagen	67,95	73,39	62,82	[t]
Metalle	8,57	13,87	13,43	[t]
Altholz	49,51	56,02	68,08	[t]
Bio-Abfälle/ Speiseabfälle	6,12	6,72	7,08	[t]
Restabfall	31,04	31,76	37,45	[t]
Fettabscheider	12,00	12,00	12,00	[t]
Gefährliche Abfälle	10,13	5,06	7,75	[t]
Batterien und Akkumulatoren	0,96	0,00	1,32	[t]
Elektronik gefährlich	9,17	5,06	6,44	[t]
Abfälle gesamt	187,07	201,56	209,40	[t]

Tab. 7: Output-Kennzahlen vom Headquarter 2022, 2023 und 2024

Die Abfallsorten Altglas, Textilien, Speisefett sowie ungefährliche Elektronik und Alkalibatterien fallen jährlich in unbedeutenden Mengen an und haben einen Anteil von unter 1% des gesamten Abfallaufkommens. Auch Sperrmüll-Abfälle fallen an, sind aber ebenfalls auf einem geringen Niveau und daher unwesentlich.

OUTPUT - EMISSIONEN	2022	2023	2024	EINHEIT
CO₂-Emissionen	55.912,89	58.372,36	58.203,64	[kg]
Weitere Emissionen				
> SO ₂ aus Verbrennungsprozessen	11,00	11,93	13,35	[kg]
> NO _x aus Verbrennungsprozessen	40,67	39,72	48,99	[kg]
> Staub aus Verbrennungsprozessen	1,78	1,90	2,16	[kg]

Tab. 8: Emissions-Kennzahlen vom Headquarter 2022, 2023 und 2024

Staub aus sonstigen Prozessen und VOC-Emissionen fallen nicht an. Insgesamt steigen die absoluten Werte des Abfalls von 2022 bis 2024 an. Dies kann mit den gestiegenen Umsatzzahlen und den gestiegenen Importzahlen zusammenhängen. Unsere Batterieabfälle werden in einem separaten Bereich außerhalb des Gebäudes gelagert. Die Batterieabfälle werden ca. einmal im Jahr abgeholt. Im Jahr 2023 wurden keine Batterien und Akkumulatoren an den Entsorger übergeben.

6.3 Unsere relativen Kennzahlen

Um unsere Kennzahlen besser einordnen zu können und Schwankungen erklärbarer zu machen, haben wir unsere absoluten Zahlen mit anderen Werten in Relation gesetzt. Der Bezug wird aus der Einheit des relativen Wertes erkennbar. Durch einen relativen Bezug können auch in Zukunft unsere Werte besser verglichen werden.

INPUT - RELATIV	2022	2023	2024	EINHEIT
Wasser	12,4	10,3	8,2	[m ³ / MA]
Stromverbrauch [gesamt]	6.618,77	6.054,62	6.915,08	[kWh/ Mio. €]
> Externer Bezug	4.113,53	4.144,37	5055,71	[kWh/ Mio. €]
> Gesamte Eigenerzeugung	33,1	30,5	28,9	[kWh/m ² netto]
davon selbst genutzt	2.505,24	1.910,25	1.859,38	[kWh/ Mio. €]
davon eingespeist	3.391,48	2.466,06	2.244,35	[kWh/ Mio. €]
Energieverbrauch durch Wärme [gesamt]	7.871,25	5.834,57	5.235,79	[kWh/ Mio. €]
Nahwärme	44,2	40,6	36,8	[kWh/ m² netto]
Energieverbrauch durch Mobilität [gesamt]	736,07	650,06	715,66	[kWh/ Mio. €]
Diesel	8,74	7,67	10,50	[kWh / t (Export)]
Otto-Kraftstoff	0,70	1,97	0,95	[kWh / t (Export)]
Verbrauch von E-Fahrzeugen	0,00	0,20	0,05	[kWh / t (Export)]
Summe aus allen Energieträgern	15.226,1	12.539,3	12.866,54	[kWh/ Mio. €]

Tab. 9: Relativer Verbrauch von Gütern und Material

MATERIALIEN - RELATIV	2022	2023	2024	EINHEIT
Druckerpapier	0,02	0,02	0,02	[t / Mio. €]
Elektronik (Laptops, Handys etc.)	1,55	0,60	1,65	[Stück / MA]
Kartonagen	0,35	0,27	0,30	[t / Mio. €]
Verpackungsmaterial (Kunststoff)	0,19	0,08	0,14	[t / Mio. €]
Verpackungsmaterial (Sonstiges)	0,41	0,35	0,33	[t / Mio. €]

Tab. 10: Relativer Verbrauch von Material

OUTPUT - RELATIV	2022	2023	2024	EINHEIT
Ungefährliche Abfälle	1.310,65	1.174,58	1.193,20	[kg / Mio. €]
Altpapier, Pappe, Kartonagen	503,33	438,70	371,72	[kg / Mio. €]
Metalle	63,48	82,92	79,47	[kg / Mio. €]
Altholz	366,74	334,85	402,84	[kg / Mio. €]
Bio-Abfälle	45,33	40,17	41,89	[kg / Mio. €]
Restabfall	229,93	189,84	221,60	[kg / Mio. €]
Sperrmüll	11,26	10,58	0,00	[kg / Mio. €]
Fettabscheider	47,43	40,54	36,14	[kg / Mio. €]
Gefährliche Abfälle	75,05	30,22	45,87	[kg / Mio. €]
Batterien und Akkumulatoren	7,10	0,00	7,79	[kg / Mio. €]
gefährliche Elektronik	67,96	30,22	38,08	[kg / Mio. €]
Abfälle [gesamt]	1.385,70	1.204,79	1.239,07	[kg / Mio. €]

Tab. 11: Relative Produktion von Abfällen [Anteil pro Gesamtabfallgewicht]

Die Abfallsorten Altglas, Textilien, ungefährliche Elektronikartikel und Speisefettabfälle haben eine sehr geringe Menge und werden daher nicht explizit aufgeführt (<5 kg/ Mio. €).

OUTPUT - RELATIV	2022	2023	2024	EINHEIT
CO₂-Emissionen	414,17	348,91	344,40	[kg / Mio. €]
SO ₂ aus Verbrennungsprozessen	0,08	0,07	0,08	[kg / Mio. €]
NOX aus Verbrennungsprozessen	0,30	0,24	0,29	[kg / Mio. €]
Staub aus Verbrennungsprozessen	0,01	0,01	0,01	[kg / Mio. €]

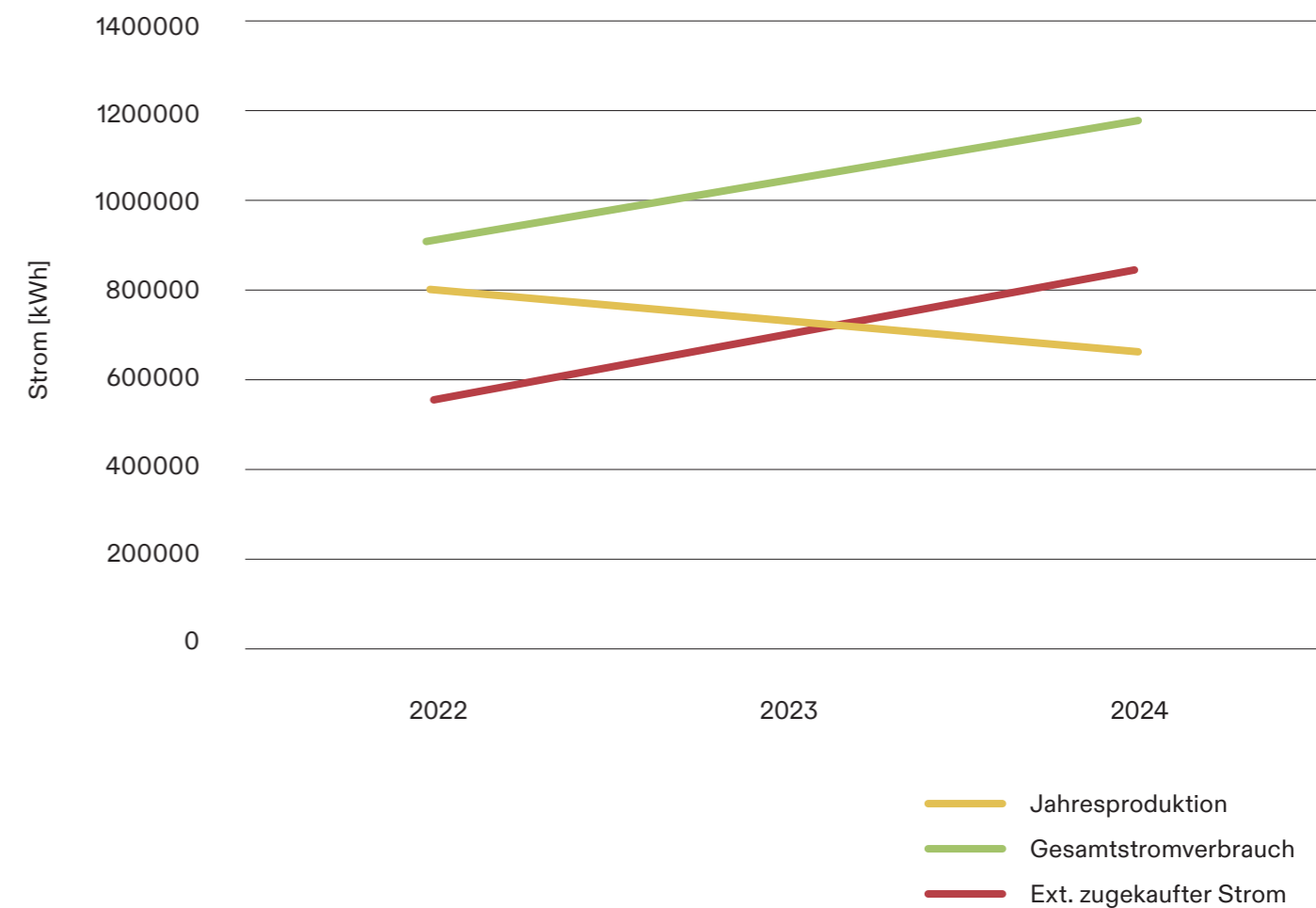
Tab. 12: Relative Produktion von Emissionen

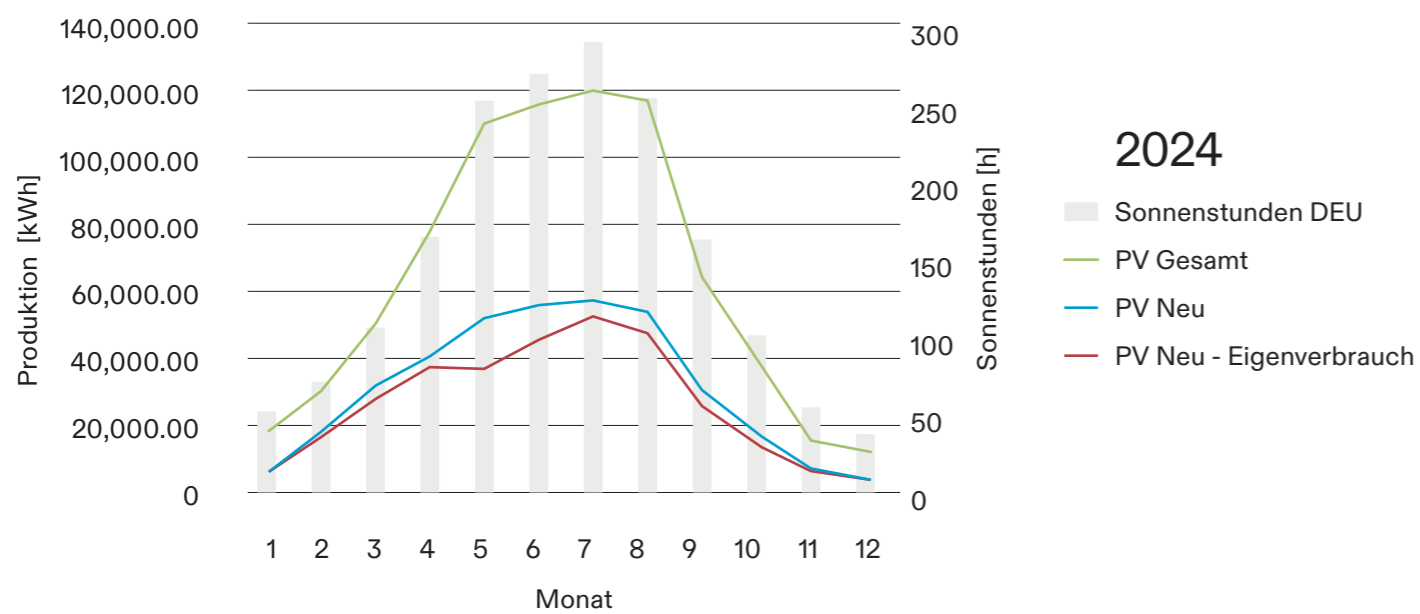
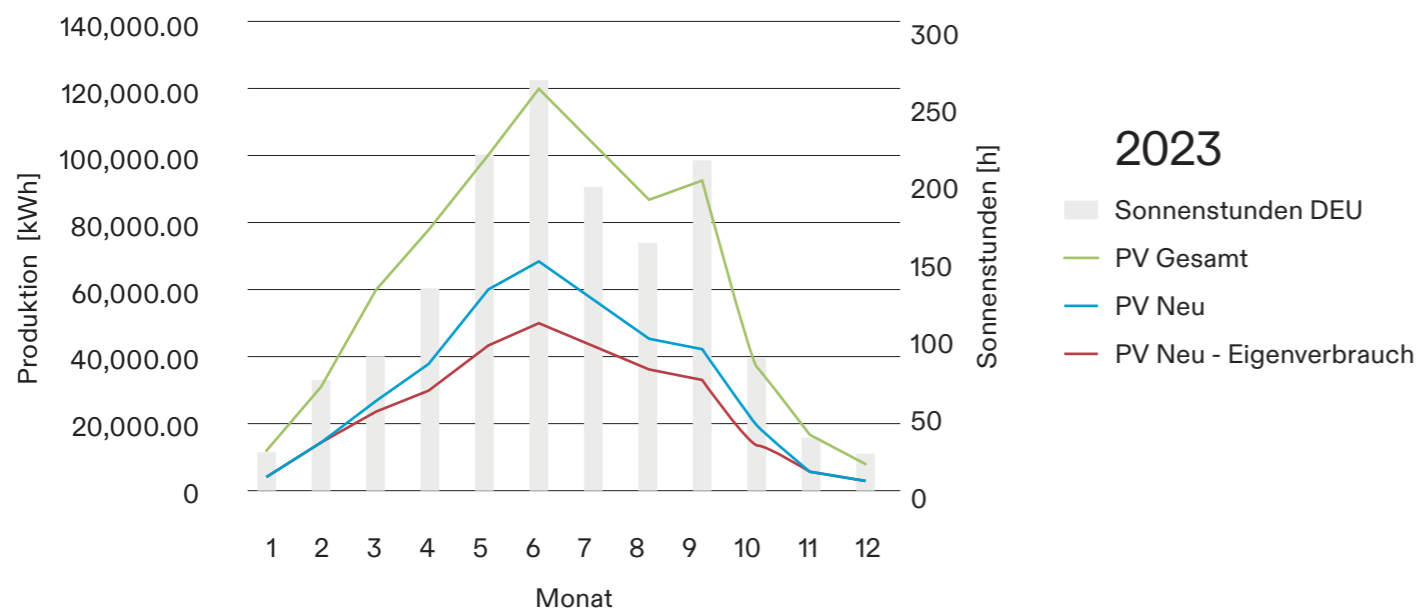
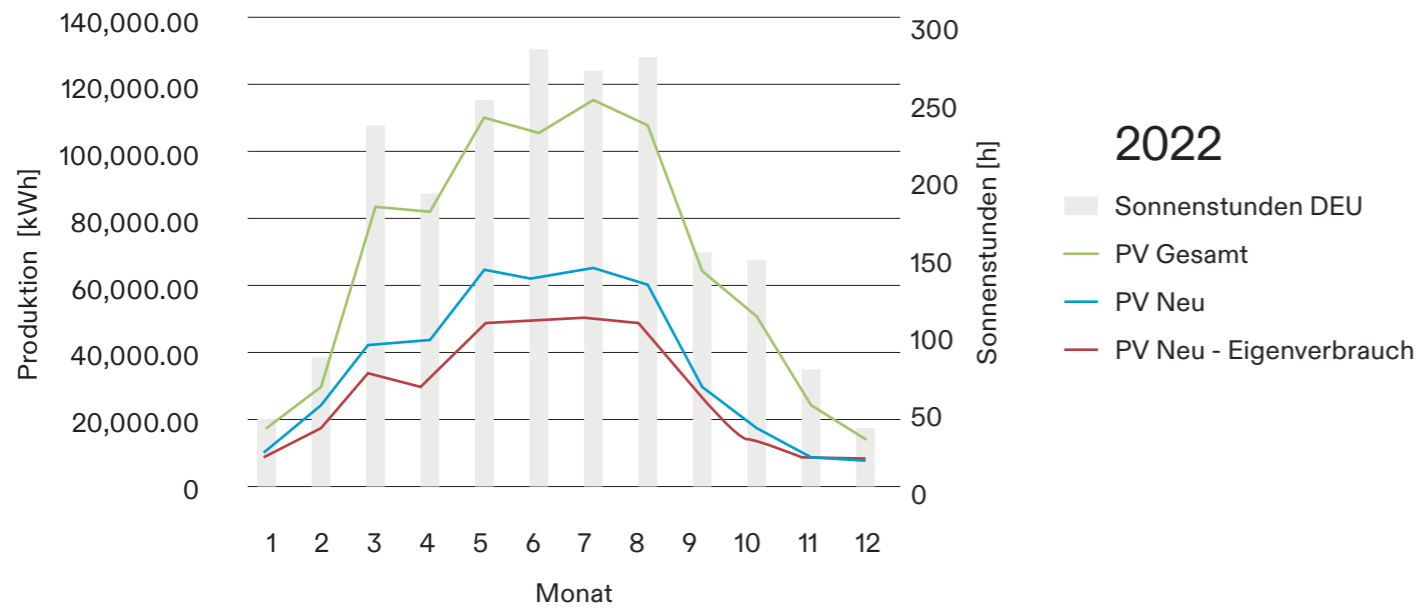
Ein paar unserer Daten wollen wir zusätzlich graphisch darstellen.

6.3.1 PV-Anlage

Die Produktionsdaten der PV-Anlage und die monatlichen Sonnenstunden (Deutschland) wurden graphisch dargestellt. Vergleicht man unsere Produktionswerte und die Aufteilung von eingespeistem und selbst genutztem Strom der Neu-Anlage, so ist ein Eigenverbrauch von über 70 % zu erkennen. Die Alt-Anlage ist eine 100-prozentige Einspeiseanlage. In Summe ergibt sich so ein Eigenverbrauch von über 40 %.

2022-2024

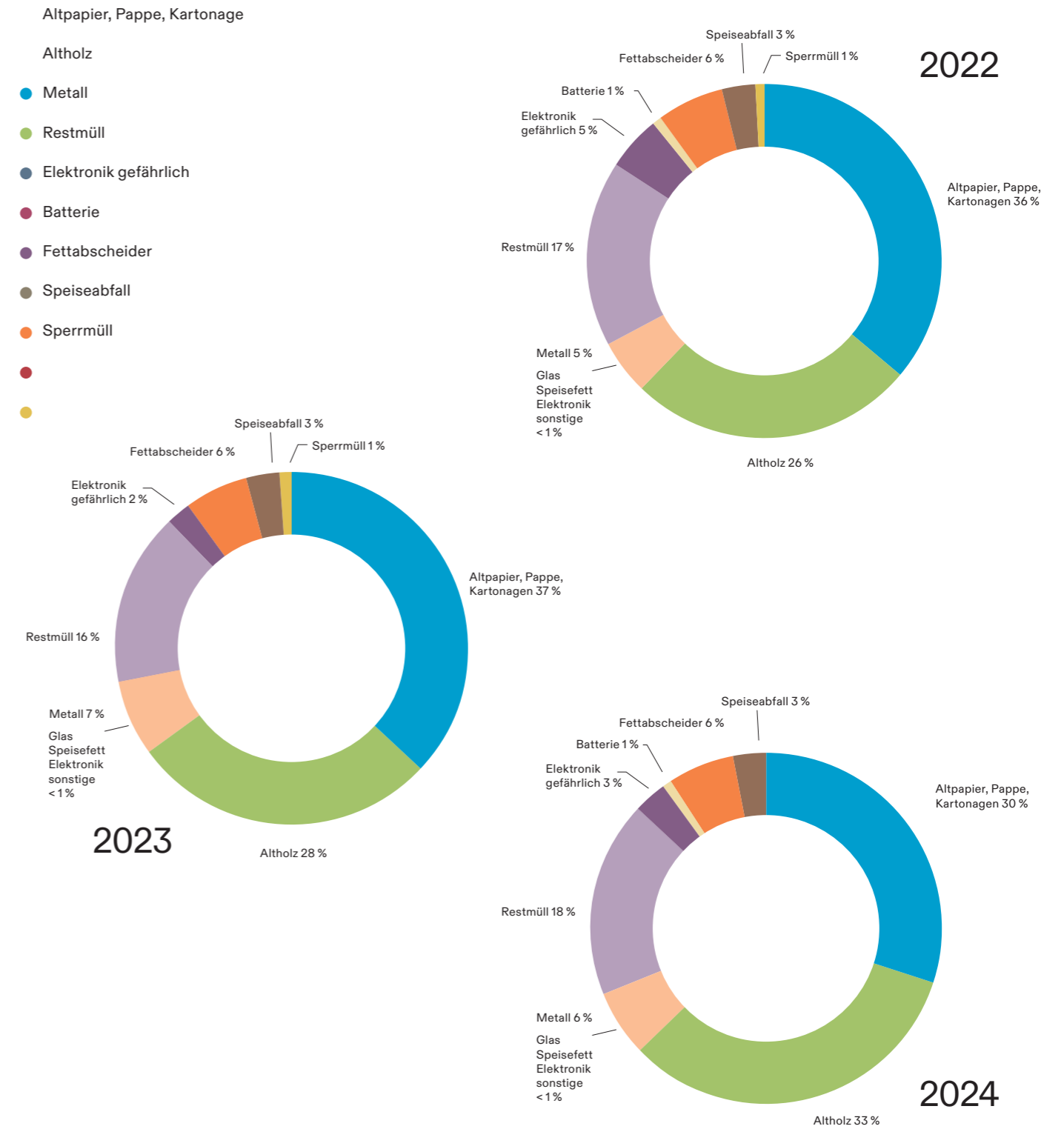




Grafik 7: Produktion der PV-Anlagen und unser Eigenverbrauch im Vergleich zu den Sonnenstunden in Deutschland 2022-2024

6.3.2 Abfälle

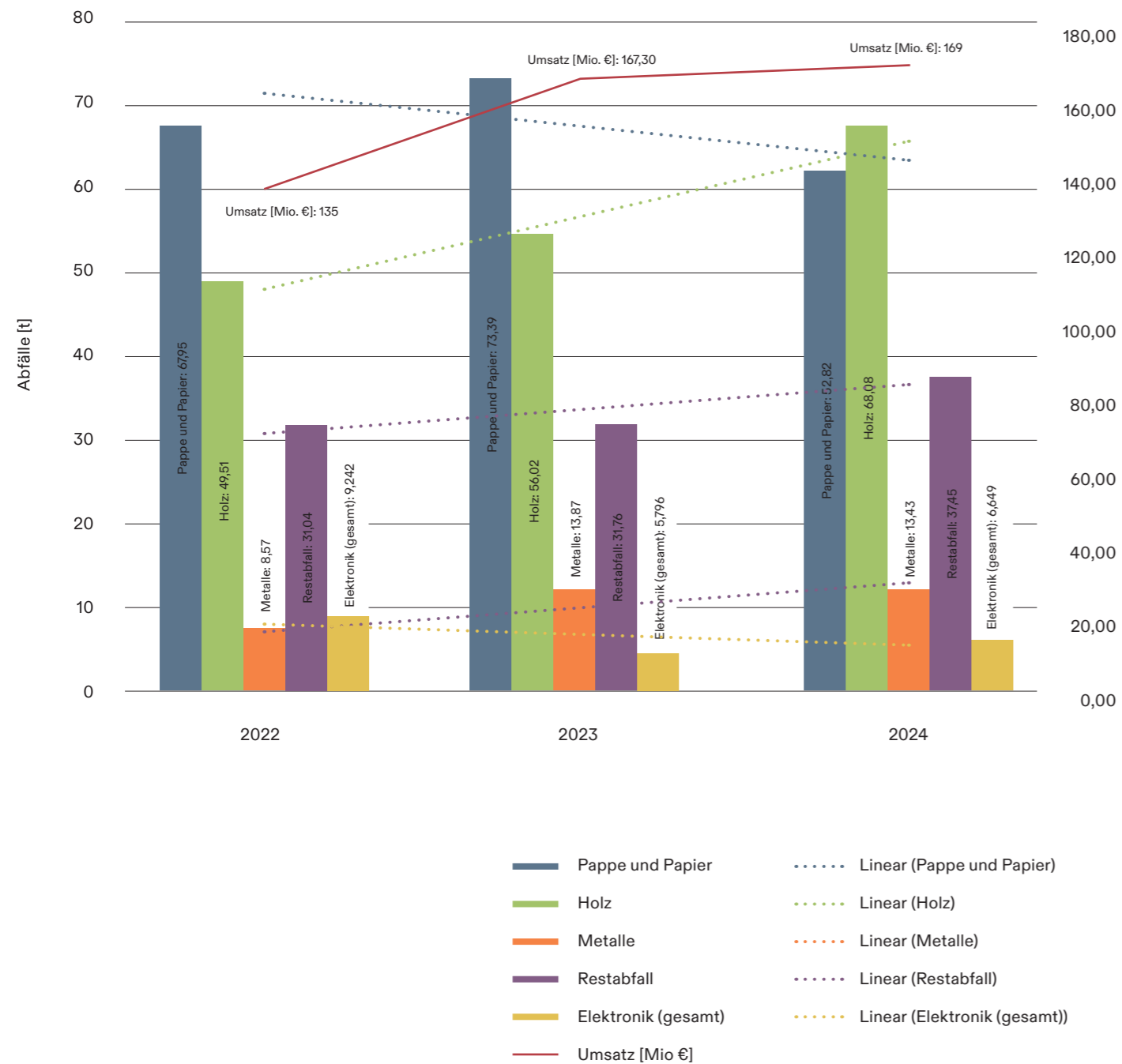
Unsere Abfallmengen wurden gegen die Gesamtabfallmasse aufgetragen. Daraus ergeben sich die prozentualen Anteile der Abfallarten für die Jahre 2022 bis 2024 (siehe Grafik 8).



Grafik 8: Anfallende Abfälle (2022-2024)

Zusätzlich wurden die Abfallmengen der drei Jahre zum Vergleich aufgetragen (Grafik 9). Bei allen den Abfallgruppen Holz, Metall und „Restmüll“ ist ein steigender Trend zu beobachten (siehe Trendlinien). Bei den Abfallgruppen Pappe und Elektronik sinkt der der Trend. Der Anstieg von Metall und der Abfall der Elektronikwerte könnte zusammenhängen, da ggf. zu verschrottende Ware besser in die Sektionen getrennt wird.

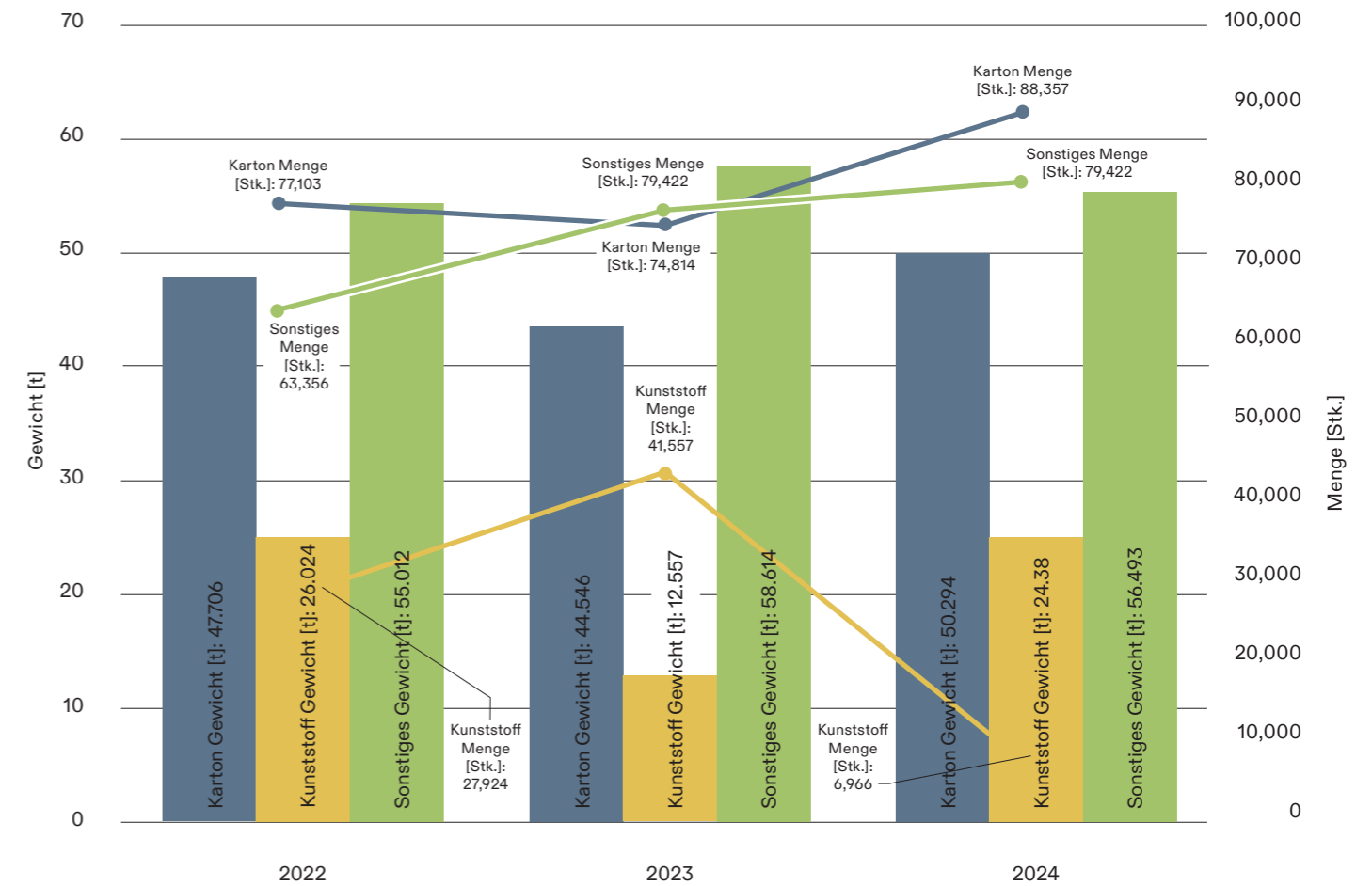
Abfälle 2022-2024



6.3.3 Verpackungsmaterial

Für den Verbrauch wurden neben den verbrauchten Mengen auch die Tonnagen in Tonnen berechnet. Um einen besseren Überblick zu erhalten, wurde das Gesamtgewicht der Verpackungsmaterialien in Balken angegeben. Die Stückzahl ist als Linie dargestellt.

Verpackungsmittel



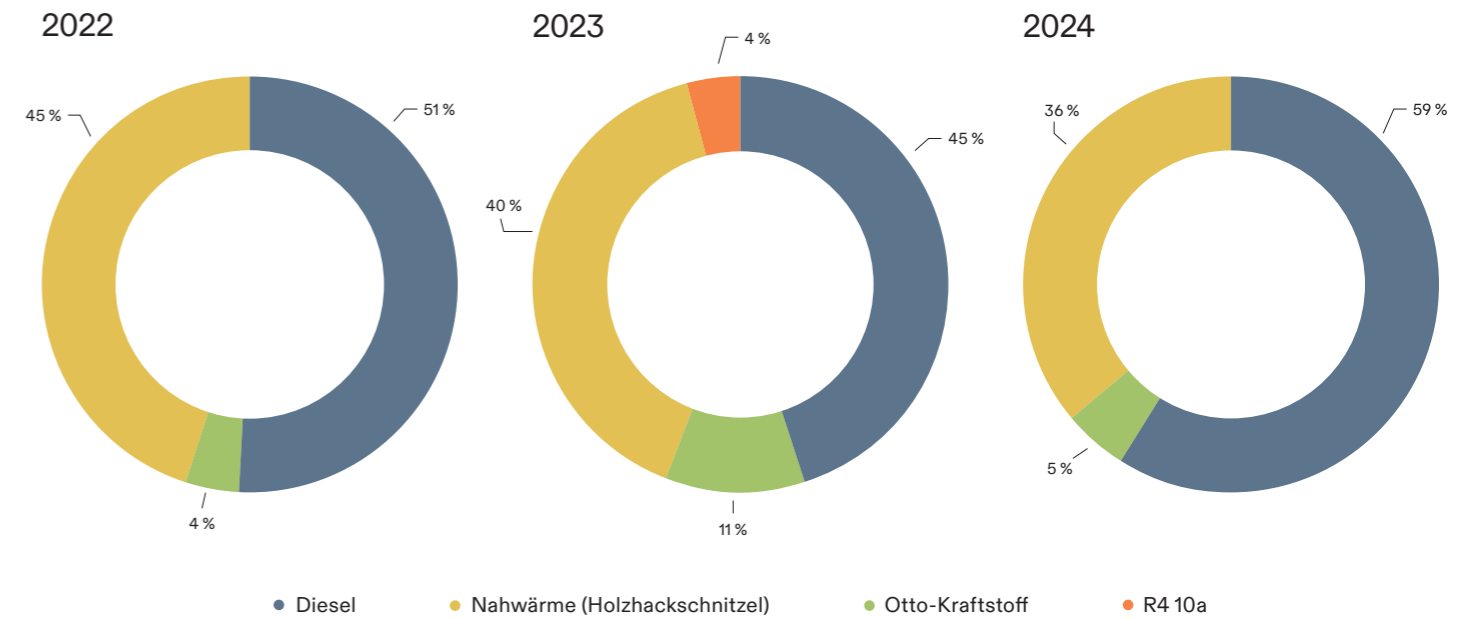
6.4 Unsere Emissionswerte – nach GEMIS

Für die Berechnung der Emissionswerte für den Standort Neu-Anspach wurden die Faktoren des Globalen Emissions-Modells integrierter Systeme (GEMIS V. 5.0) zur Berechnung verwendet. GEMIS ist ein frei verfügbares Computermodell mit integrierter Datenbank zur Lebensweg- und Ökobilanzierung und Stoffstromanalyse sowie den CO₂-Fußabdruck für Energie-, Stoff- und Verkehrssysteme. Die Global Warming Potentials der Kältemittel wurden über infraseriv Höchst ermittelt. Der CO₂-Umrechnungsfaktor für den extern bezogenen Strom wurde in der Jahresendabrechnung angegeben und daher übernommen. Der CO₂-Umrechnungsfaktor für die Nahwärmeversorgung wurde bei der Stadt Neu-Anspach abgefragt.

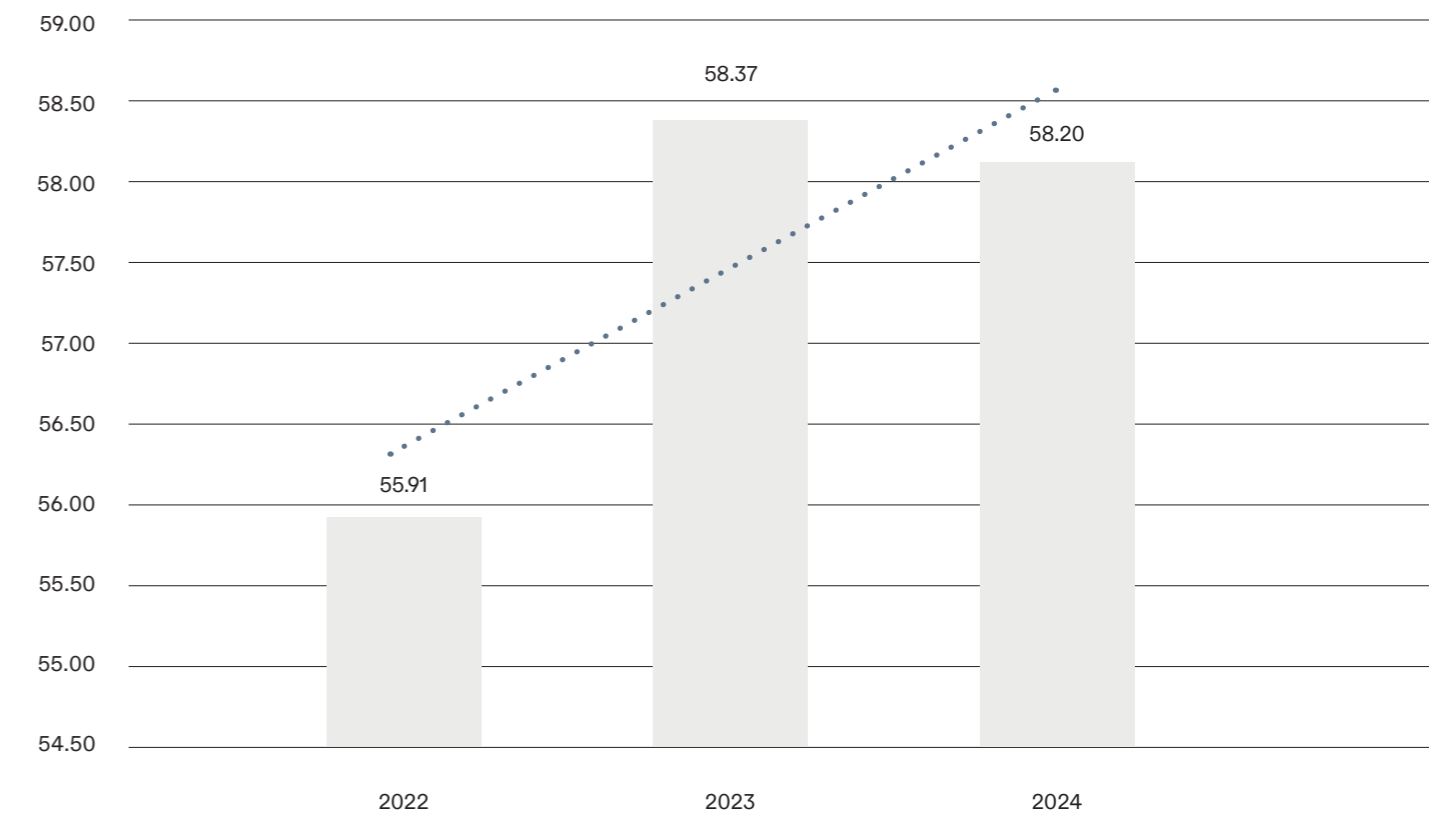
Die CO₂-Emissionen werden im Folgenden grafisch dargestellt. Die Emissionen aus der Wärmeversorgung tragen dabei zum größten CO₂-Anteil bei. Die Heizenergie wird aus der Holzverbrennung aus regionalem Bezug gewonnen.

CO ₂ -Äquivalente aus ...	Umrechnungs-faktor [g/kWh]	2022	2023	2024	W
Strom	0	0	0	0	[kg]
Diesel	308,6	28.401	26.165	34.081	[kg]
Otto-Kraftstoff	309,3	2.269	6.723	3.103	[kg]
Nahwärme	23,8	25.243	23.188	21.020	[kg]
R407C	1774,0	0	0	0	[kg]
R410a	2088,0	0	2.297	0	[kg]
GESAMT		55.912,89	58.372,36	58.203,64	[kg]
SO ₂ -Emissionen aus ...	Umrechnungs-faktor [g/kWh]	2022	2023	2024	Einheit
Diesel	0,110	10,1	9,3	12,1	[kg]
Otto-Kraftstoff	0,120	0,9	2,6	1,2	[kg]
GESAMT		11,00	11,93	13,35	[kg]
NO _x -Emissionen	Umrechnungs-faktor [g/kWh]	2022	2023	2024	Einheit
Diesel	0,430	39,6	36,5	47,5	[kg]
Otto-Kraftstoff	0,150	1,1	3,3	1,5	[kg]
GESAMT		40,67	39,72	48,99	[kg]
PM-Emissionen	Umrechnungs-faktor [g/kWh]	2022	2023	2024	Einheit
Diesel	0,018	1,7	1,5	2,0	[kg]
Otto-Kraftstoff	0,017	0,1	0,4	0,2	[kg]
GESAMT		1,78	1,90	2,16	[kg]

Prozentuale Verteilung



CO₂-Emissionen [gesamt]



7. Bezug zum Referenzdokument

Durch unseren NACE-Code (46.43 und 46.69.1) fallen wir offiziell nicht unter die Referenzdokumentenpflicht. Trotzdem haben wir unsere Bestrebungen, mit denen des Referenzdokumentes für die branchenspezifische Umweltleistungsindikatoren und Leistungsrichtwerte für die Elektro- und Elektronikgeräteindustrie verglichen und vom Referenzdokument vorgeschlagene Einzelmaßnahmen ergänzt.

8. Relevante Gesetzesvorschriften

Für unser Unternehmen haben folgende Umweltvorschriften besondere Relevanz:

- Kreislaufwirtschaftsgesetz und Gewerbeabfallverordnung
- Verpackungsgesetz
- Batteriegesezt und Elektrogesezt
- Gefahrstoffrecht (REACH, RoHS, POP etc.)
- Energiegesetze
- Produktgestaltungs- und Herstellungsrichtlinien
- Brandschutzvorgaben (HBO)
- Klimarelevante Gesetze (z.B. F-Gas-VO)
- Wasserhaushaltsgesetz
- Gesetze aus den Bereichen des europäischen Green Deals

Die Rechtsvorschriften werden bei uns eingehalten und regelmäßig kontrolliert.

9. Dialog

Als Umweltteam der Adam Hall GmbH ist es unser Ziel, das Unternehmen nachhaltiger zu machen und umweltfreundlicher zu gestalten. Zusammen arbeiten wir daran, unsere Produkte und unser Unternehmen stetig zu verbessern, Meilensteine der Nachhaltigkeit zu setzen, die Umwelt zu erhalten und der Natur etwas zurückzugeben.

Unser Bestreben ist es dabei, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aktiv in den Prozess einzubinden, sie regelmäßig zu schulen und zu informieren, um das Umweltmanagementsystem lebendig zu gestalten. Durch die gemeinschaftliche Umsetzung unseres Maßnahmenkatalogs bleiben die Kommunikationswege zwischen den Mitarbeitenden und insbesondere den Umweltbeauftragten, den Führungskräften und den Geschäftsführern, offen und die Zusammenarbeit verschiedener Teams für ein gemeinsames Ziel wird gestärkt. Zusammen können wir heute die Welt von Morgen gestalten. Das Umweltteam steht für Fragen und Anregungen jederzeit zur Verfügung.



Umweltteam

Alexander Pietschmann
Michael Rösch
Nina Schlepper
Alexander Studte
Constanze Faulenbach
Mario Eckert
Silvia Klemm
Robin Henlich
Patrick Koch

sustainability@adamhall.com

Die nächste konsolidierte Umwelterklärung wird Ende 2026 vorgelegt

10. Erklärung des Umweltgutachters

Der Unterzeichner, Bernhard Schwager, EMAS-Umweltgutachter mit der Registrierungsnummer DE-V-0416, akkreditiert oder zugelassen für den Bereich 46.43 und 46.69.1 (NACE-Code), bestätigt, begutachtet zu haben, ob der Standort, wie in der Umwelterklärung der Organisation

Adam Hall GmbH
Adam-Hall-Str. 1
61267 Neu-Anspach

angegeben, alle Anforderungen der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. November 2009 über die freiwillige Teilnahme von Organisationen an einem Gemeinschaftssystem für Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung (EMAS), aktualisiert durch Verordnung (EU) 2017/1505 und Verordnung (EU) 2018/2026, erfüllen.

Mit der Unterzeichnung dieser Erklärung wird bestätigt, dass

- die Begutachtung und Validierung in voller Übereinstimmung mit den Anforderungen der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009, aktualisiert durch Verordnung (EU) 2017/1505 und Verordnung (EU) 2018/2026 durchgeführt wurden,
- das Ergebnis der Begutachtung und Validierung bestätigt, dass keine Belege für die Nichteinhaltung der geltenden Umweltvorschriften vorliegen,
- die Daten und Angaben der Umwelterklärung der Organisation ein verlässliches, glaubhaftes und wahrheitsgetreues Bild sämtlicher Tätigkeiten der Organisation innerhalb des in der Umwelterklärung angegebenen Bereichs geben.

Diese Erklärung kann nicht mit einer EMAS-Registrierung gleichgesetzt werden. Die EMAS-Registrierung kann nur durch eine zuständige Stelle gemäß der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 erfolgen. Diese Erklärung darf nicht als eigenständige Grundlage für die Unterrichtung der Öffentlichkeit verwendet werden.

Neu-Anspach, den 28.10.2025

Bernhard Schwager
Umweltgutachter

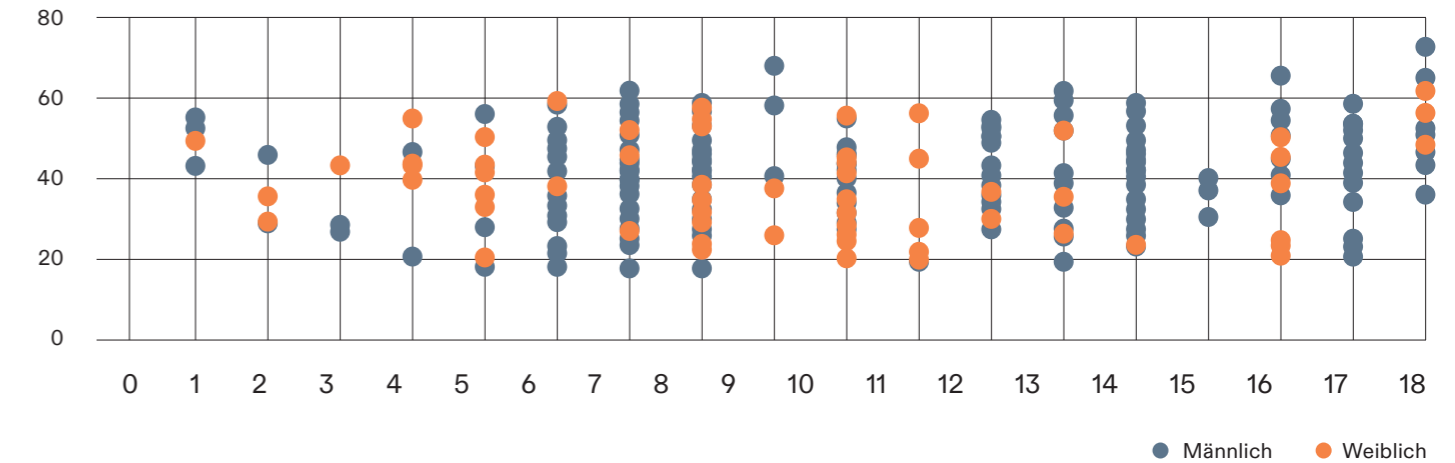
11. Appendix

Mitarbeiterstruktur

Unsere Mitarbeiterstruktur soll in diesem Abschnitt noch etwas genauer dargestellt werden. Hierzu möchten wir sowohl das Verhältnis von Frauen und Männern sowie die Altersverteilung und den Arbeitsabteilung darstellen. Die Abteilungen und Aufgabengebiete wurden zu Abteilungsklassen zusammengefasst und nummeriert. Die Abteilungsklassen wurden gegen das Alter der Mitarbeiter aufgetragen, sodass zur Übersicht eine Punktwolkenabbildung entsteht.

C-Level	1	Marketing	10
Business Development	2	Office Management	11
Customer Service	3	Produkt Management	12
Finanzbuchhaltung	4	QM	13
Human Resources	5	R & D	14
IT	6	Returns	15
Lager	7	Sales	16
Logistik	8	Technical Service	17
Maintenance	9	VAS	18

2024



Bei der Adam Hall GmbH arbeiten ca. 3,57-mal mehr männliche Personen als weibliche Personen. Der typische Adam Hall Mitarbeiter ist ca. 40 Jahre alt und arbeitet in der Entwicklungsabteilung oder dem Lager. Möglich wären auch die Marketingabteilung oder die Logistikabteilung. Die typische Adam Hall Mitarbeiterin ist im Schnitt ca. 38 Jahre alt und arbeitet vorwiegend im Marketing-, Sales- oder Human-Resource-Bereich.

Demografische Struktur 2024

