

inSites

Unlocking Insights from the World of Placemaking

No.6

THINK OUTSIDE THE BOX

Nachhaltige Ideen für eine neue Supply Chain



umdasch

THE STORE MAKERS

EINLEITUNG

Wo Trends auf Flächen treffen

inSites ist das neue Online-Format von umdasch The Store Makers. Es beschäftigt sich mit Entwicklungen, Trends und Innovationen bei der Schaffung von Räumen. Der Name ist Programm: Das Format will tiefe Einblicke (Insights) in verschiedene Orte (Sites) geben – seien es Retailflächen, Büros, Foodcourts oder andere spannende Räume der Begegnung. inSites zeigt, was die Placemaking-Industrie bewegt: Es deckt Hintergründe auf, beleuchtet komplexe Themen und rückt jene Menschen in den Fokus, die sich täglich damit beschäftigen, Räume noch funktionaler, ästhetischer, nachhaltiger – kurz: noch besser zu gestalten.

2024 ist inSites grün

Nachhaltigkeit zieht sich als Schwerpunkt-Thema durch die inSites des Jahres 2024. Dabei dreht sich alles um den umdasch Sustainability Guide. Dieser wurde von den Store Makers nach dem umdasch Messeauftritt auf der EuroShop 2023 erstellt. Unter dem Motto „Plant an idea“ waren die Besucher des wichtigsten Branchentreffens für den Handel aufgerufen, ihre Ideen für einen zukunftsfähigen Point of Sale am umdasch Sustainability Tree festzuhalten.

Viele spannende und wertvolle Inputs konnten gesammelt werden, aus denen ein umfangreicher Guide mit sechs Nachhaltigkeitsschwerpunkten entstanden ist – mit der wichtigsten Ressource im Zentrum: dem Menschen. Denn erfolgreiche, nachhaltige Räume entstehen nur durch gemeinsames Handeln.

Ihre Store Makers von umdasch wünschen inspirierende Lesemomente!

EXECUTIVE SUMMARY

Die sechste Ausgabe des umdasch Online-Formats inSites setzt sich in vier Kapiteln mit dem Thema Lieferkette auseinander. Dabei geht es um die Frage, welche konkreten Lösungen zu einem nachhaltigeren Supply-Chain-Prozess beitragen und was dies für Unternehmen wie umdasch The Store Makers und deren Kunden bedeutet.

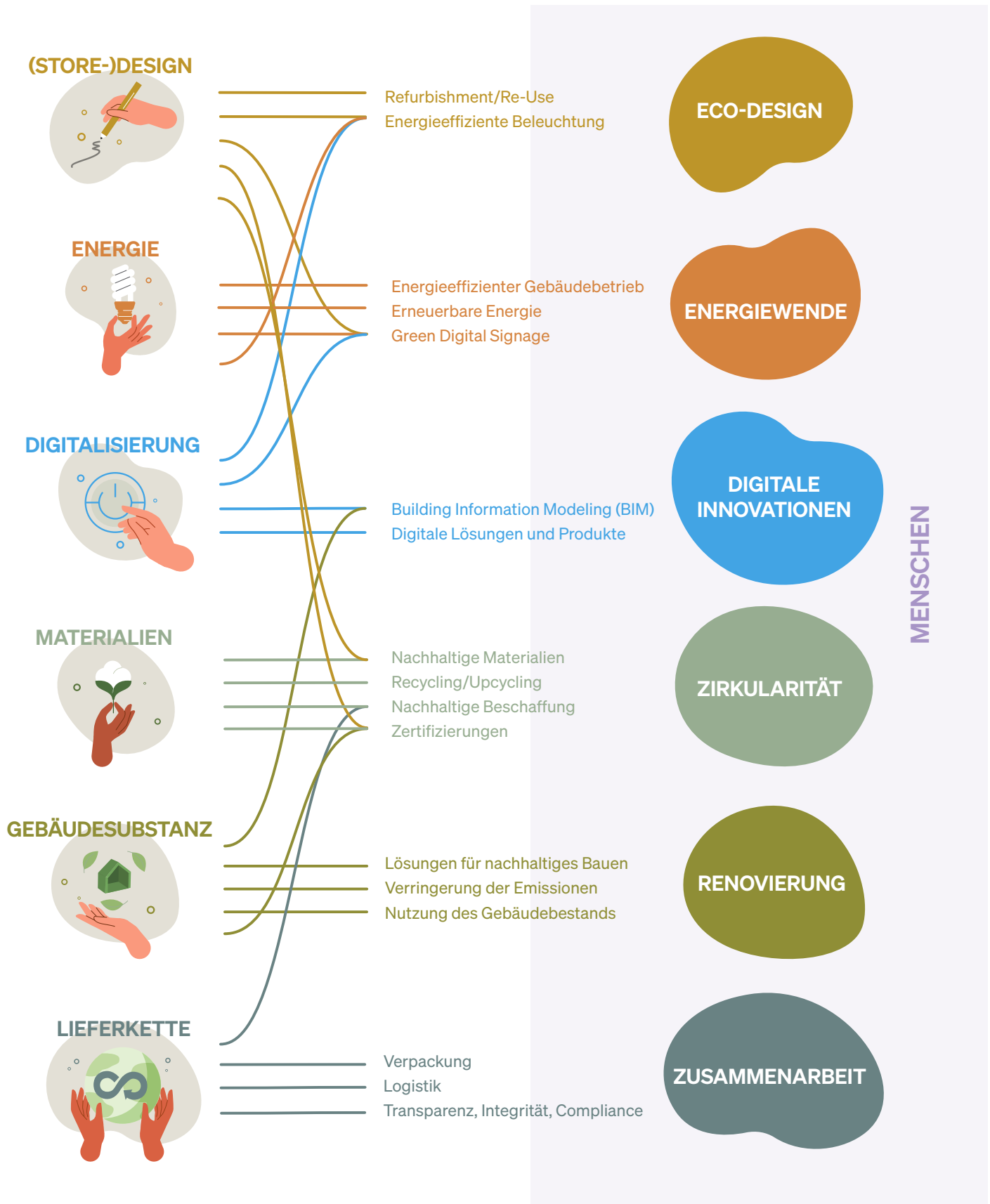
Die Lieferkette ist wie ein verzweigtes Netzwerk, wo bereits kleinste Veränderungen große Auswirkungen haben können. Setzt man beispielsweise auf eine [nachhaltige Beschaffung](#), bedeutet das nicht nur, sorgfältig bei der Lieferantenauswahl vorzugehen, sondern auch die eigenen Standards und Richtlinien zu definieren.

Konkrete, sichtbare Maßnahmen können zum Beispiel durch die Optimierung der [Verpackung](#) erzielt werden. Etwa, indem Verpackungsmaterialien reduziert und nachhaltige Ressourcen bevorzugt werden, aber auch indem jeder Zentimeter der Verpackung selbst möglichst effizient genutzt wird. Das wiederum wirkt sich auf die [Logistik](#) mit allen dahinterliegenden Prozessen aus. [Transparenz](#), [Integrität und Compliance](#) sind schließlich die drei Kernthemen, die die Basis nachhaltiger Aktivitäten in der Supply Chain bilden und durch Standards einen gemeinsamen Rahmen für alle bilden.

UMDASCH SUSTAINABILITY GUIDE

Der Weg zu nachhaltigen (Einzelhandels-)Umgebungen

Die sechs Schwerpunkte stehen nicht für sich allein, sondern greifen ineinander. Folgen Sie den Linien im Guide, um zu sehen, welche Themen den Bereich „Lieferkette“ beeinflussen. Diese Linien führen Sie zu den einzelnen Unterkapiteln des Trend Papers.



NACHHALTIGE BESCHAFFUNG

Nachhaltig versorgt: Über Chancen und Herausforderungen in der Beschaffung

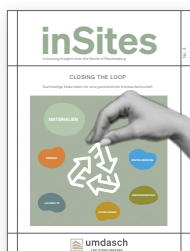
Die Einhaltung nachhaltiger Praktiken und der Umstieg auf umweltfreundliche Alternativen sind ein zentraler Baustein einer nachhaltigen Unternehmensstrategie. Für ein produzierendes Unternehmen wie umdasch The Store Makers bedeutet die Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeit auch, sich damit bereits in der Beschaffung ganz intensiv zu befassen.

Edin Music, Senior Procurement Manager bei umdasch The Store Makers, hat in Ausgabe 4 von inSites erläutert, dass die nachhaltige Beschaffung ein zentraler Bestandteil in der Unternehmensstrategie der Ladenbauspezialisten ist. Dazu gehört die sorgfältige Wahl der Lieferanten, der Einsatz von recycelten Materialien, die Reduktion von Verpackungsmaterial sowie die Optimierung von Transportwegen zur Senkung der CO₂-Emissionen.



Zertifizierungen als verlässlicher Nachweis

Bei umdasch The Store Makers spielt der Werkstoff Holz eine zentrale Rolle. In der Beschaffung wird daher darauf geachtet, dass das Holz aus legal und nachhaltig bewirtschafteten Wäldern stammt und die entsprechenden Zertifizierungen wie FSC oder PEFC sowie Umweltstandards wie die EU Timber Regulation oder die ab Ende 2025 geltende EU Deforestation Regulation erfüllt. Bei der Auswahl von Lieferanten achtet das Procurement-Team von umdasch The Store



NÄHERE INFOS IM INSITES NO. 4



Das ganze Interview lesen Sie
in Ausgabe 4 von inSites.

NACHHALTIGE BESCHAFFUNG

Makers daher nicht nur auf Kosten und Qualität, sondern vor allem auch ganz genau auf die Einhaltung verschiedener Nachhaltigkeitskriterien.

„Nachhaltigkeit bedeutet nicht nur, die richtigen Materialien auszuwählen, sondern auch Verantwortung in der gesamten Lieferkette zu übernehmen.“

Gerhard Fuchs
Operations Director
umdasch The Store Makers

Regelmäßige Lieferantenaudits und klare Vereinbarungen wie der Supplier Code of Conduct (mehr dazu im Kapitel „Transparenz, Integrität und Compliance“) garantieren zusätzlich, dass die Nachhaltigkeitsprinzipien konsequent eingehalten werden. Dies geschieht auch vor dem Hintergrund immer strengerer regulatorischer Anforderungen.



NÄHERE INFOS IM INSITES NO. 1



In der ersten Ausgabe von inSites finden Sie eine Übersicht über Zertifizierungen im Store Design.

Gerhard Fuchs, Operations Director bei umdasch The Store Makers, erläutert: „Kundenanforderungen und auch neue gesetzliche Rahmenbedingungen schaffen Standards, die Unternehmen hinsichtlich



Nachhaltigkeit einhalten müssen. Die gesetzlichen Vorgaben bilden die Basis unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten – sie sind nicht verhandelbar.“

Gleichzeitig, so Fuchs weiter, bilden sie eben nur die Basis, denn im Zentrum steht die Überzeugung, dass jeder noch so kleine Beitrag und jede Extrameile im Bezug auf Nachhaltigkeit entscheidend sind. „Wir haben jetzt die Zügel in der Hand, die Zukunft für kommende Generationen im Hinblick auf das Leben auf diesem Planeten wesentlich mitzugestalten. Als Unternehmen ist es daher unsere Pflicht, aktiv und so gut es geht nach besseren Alternativen Ausschau zu halten – egal in welchem Bereich.“

NACHHALTIGE BESCHAFFUNG

Digitalisierung fördert die Prozessoptimierung

Die digitale Transformation bietet auch in der Beschaffung große Chancen. Mithilfe von Prognosealgorithmen können Materialbedarfe präziser vorhergesagt und Prozesse effizienter gestaltet werden. So reduzieren sich Überbestände und Abfälle.

Allerdings stoßen Unternehmen und ihre Beschaffungs-Teams bei der Verfügbarkeit nachhaltiger Materialien wie zertifiziertem Holz, recycelten Rohstoffen oder emissionsarmen Technologien trotz digital gestützter Beschaffung manchmal an ihre Grenzen. „Der Zugang zu nachhaltig beschafften Materialien ist begrenzt, was zu Engpässen in der Materialversorgung führen kann und eine erhebliche Herausforderung darstellt – besonders mit Blick auf die Erreichung der Nachhaltigkeitsziele“, zeigt Fuchs eine große Challenge in der nachhaltigen Beschaffung auf.

Flexibilität versus Nachhaltigkeit

Ein strategischer Fokus auf Nachhaltigkeit bietet Unternehmen die Chance, einen längst notwendigen Kulturwandel zu vollziehen. Das mag zwar Herausforderungen im operativen Geschäft mit sich bringen, hat aber langfristige Zukunft – für Unternehmen, für die Umwelt und auch für zukünftige Generationen auf dem Planeten.

„Nur wenn alle Stakeholder an einem Strang ziehen – von Mitarbeitern über Management bis zu Eigentümern und externen Partnern, können wir nachhaltige Beschaffung erfolgreich umsetzen“, ist Fuchs überzeugt. Die Integration von Nachhaltigkeit erfordert also mehr als Prozesse: Es braucht Überzeugung und Zusammenarbeit.



„Unser Ziel lautet Net Zero bis 2040. Unsere Aktivitäten in der gesamten Supply Chain tragen zur Erreichung dieses Ziels bei.“



GERHARD FUCHS
OPERATIONS DIRECTOR
UMDASCH THE STORE MAKERS

VERPACKUNG

KLARE KANTE(N)

WIE NACHHALTIGE VERPACKUNG PROZESSE UND UMWELT VERBESSERN KANN

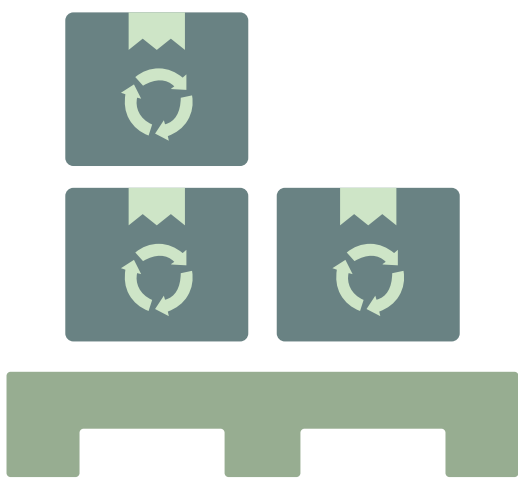
Verpackung und Logistik gehen im Supply Chain-Prozess Hand in Hand. Nachhaltige Verpackungslösungen bieten nicht nur ökologischen Mehrwert, sondern tragen auch maßgeblich zur Prozessoptimierung in der Supply Chain bei. Bei umdasch The Store Makers verfolgt man eine Verpackungsstrategie, die auf nachhaltige Materialien und intelligente Lösungen setzt, um Verpackungsmittel und Transporte zu reduzieren – und so eine gesamtheitlich nachhaltigere Logistik zu schaffen.

Wie das alles gelingen soll? Der Reihe nach: „Unser Fokus bei nachhaltigen Verpackungsmaterialien liegt in der Möglichkeit, diese nach dem Entsorgen wieder dem Kreislauf zuführen zu können – Eigenschaften, die insbesondere Kartonagen und recycelter Kunststoff erfüllen“, erklärt Ivan Cvitkusic, der als Packaging Manager bei umdasch The Store



Makers federführend die Verpackungslösungen des Ladenbauunternehmens transformieren möchte. „Grundsätzlich suchen wir nach dem idealen Verhältnis aus Robustheit, geringem Gewicht und der Möglichkeit, die Verpackungsmaterialien mit anderen Werkstoffen zu verbinden, um Vorteile beim Transport zu erzielen“, zählt er weiter auf.

Bei Verpackung stellt sich immer auch die Frage nach der Entsorgung. Neben dem Bezug nachhaltiger Materialien ist die Reduktion auf wenige unterschiedliche Materialien entscheidend, damit möglichst viele Anteile einer Verpackung gemeinsam entsorgt werden können. Noch bevor es zur Entsorgung kommt, wird bei umdasch die Wiederverwendbarkeit von Verpackungsmaterial in Betracht gezogen.



VERPACKUNG

Weniger Vielfalt, mehr Effizienz

Cvitkusic und seine Kolleg*innen haben in der Analyse festgestellt, dass im Bestreben, möglichst viele Verpackungsvarianten für unterschiedliche Produkte bereitzustellen, das Problem und die Lösung liegen, um die Menge an Verpackungsmaterialien zu reduzieren. Wurde bisher auf viele unterschiedliche Formate gesetzt, um Verpackungsmittel nicht zu verschwenden, ist ihre Herangehensweise nun, die Vielfalt an Formaten an ein- und demselben Karton abbilden zu können: Nämlich durch variable Kartongrößen.

„Wir arbeiten nun ein Konzept aus, das eine Vielfalt an Formaten bietet, aber mit einer reduzierten Menge an Verpackungsmaterialien auskommt.“

„Damit soll im Endeffekt jede Verpackungsherausforderung nachhaltig und ohne Mehrkosten gelöst werden“, gibt Cvitkusic Einblick in seine Arbeit. Dazu zählt auch die Einführung von Standardkartons, die flexibel an verschiedene Warengrößen angepasst werden können.

Ein weiterer Schritt ist der Aufbau einer Kartonproduktion im Logistikzentrum von umdasch The Store Makers in Hasendorf mit dem Ziel passgenaue Kartons für die jeweiligen Anforderungen herstellen zu können. Somit wird nur so viel Verpackung verbraucht, wie notwendig, was auch den Verbrauch an Füllmaterial sowie Hilfsmitteln wie Kantenschutz stark reduziert. Die nachhaltige Lösung wird somit auch zu einer effizienteren.

Herausforderungen als Chance sehen

Die Umstellung auf nachhaltige Verpackungsmaterialien und die Reduktion an Verpackungsmitteln bringt auch individuelle Herausforderungen mit sich. Zum Beispiel schwierigere Verfügbarkeit und höhere Anschaffungskosten oder auch erheblichen organisatorischen Mehraufwand durch Umstellungen im Warenwirtschaftssystem, wo Artikelnummern und Verpackungsprozesse verknüpft sind.

Doch der Aufwand lohnt sich. „Verpackung ist oft das Erste, was Kunden wahrnehmen. Eine nachhaltige, ansprechende Verpackung wird nicht nur



Individuell angepasste Verpackungen leisten einen wertvollen Beitrag für die gesamte Supply Chain. Die Investition in modernste Lösungen ist für umdasch The Store Makers ein wichtiger Schritt, um Optimierungspotenziale in der Verpackung bestmöglich auszuschöpfen.

VERPACKUNG

den Erwartungen gerecht, sondern stärkt auch das Markenimage“, so Cvitkusic. Besonders im B2C-Bereich ist die Verpackung ein wichtiges Aushängeschild – doch auch im B2B gewinnt sie an Bedeutung.

Nachhaltige Verpackungslösungen tragen insgesamt nicht nur zur Kreislaufwirtschaft bei. Sie verbessern auch die Effizienz und senken langfristig Kosten in der Logistik. Damit wird Verpackung mehr als nur ein funktionales Element: Sie wird zur strategischen Chance für Unternehmen.

Eine rundum optimierte Logistik ist natürlich auch aus Kundensicht ein großer Vorteil. Die Rechnung ist simpel: Wenn verpackte Güter effizienter gestapelt werden können, sind schnellere Lieferzeiten zu insgesamt besseren Konditionen möglich. Eine Verbesserung im Sinne einer Reduktion unterschiedlicher Verpackungsmaterialien und –mittel hat ebenso bessere Prozesse und nachhaltigeres Verhalten zur Folge, etwa durch die Verringerung von Abfall.



IVAN CVITKUSIC
PACKAGING MANAGER
UMDASCH THE STORE MAKERS

Kurzinterview mit Ivan Cvitkusic:



1. Was sind die größten Vorteile nachhaltiger Verpackungslösungen?

↳ Nachhaltige Verpackungen sparen Ressourcen, fördern die Kreislaufwirtschaft und stärken das Image eines Unternehmens. Zudem können sie langfristig Kosten reduzieren.

2. Welche Herausforderungen sehen Sie bei der Umstellung?

↳ Der Zugang zu nachhaltigen Materialien ist eingeschränkt, und die Anschaffungskosten sind meist höher. Außerdem erfordert die Umstellung eine Anpassung in Warenwirtschaftssystemen und hat damit einen erheblichen organisatorischen Aufwand zur Folge.

3. Wie beeinflusst Verpackung die Wahrnehmung eines Unternehmens?

↳ Verpackung ist oft der erste Berührungspunkt mit einem Unternehmen. Eine hochwertige, nachhaltige Verpackung steigert das Qualitätsempfinden und erfüllt die wachsenden Erwartungen am Markt.

4. Welchen Mehrwert bieten nachhaltige Verpackungslösungen den Kunden von umdasch The Store Makers?

↳ Im Zentrum stehen sicherlich die wirtschaftlichen Vorteile durch Kosteneffizienz und optimierte Prozesse. Effizienz im Transport spart Wege und Zeit. Verringerung von Abfall schützt die Umwelt und vereinfacht die Weiterverarbeitung am Lieferort.

LOGISTIK

JE KLEINER DER FUSS, DESTO KLEINER SEIN ABDRUCK

Die Logistik eines Unternehmens spielt eine Schlüsselrolle in der nachhaltigen Gestaltung der Supply Chain. Sie verbindet zahlreiche Schnittstellen – vom Transport bis zur Lagerung – und birgt enorme Potenziale, um Effizienz und Nachhaltigkeit zu steigern. Sebastian Isak, Head of Logistics Multistore Solutions bei umdasch The Store Makers, gibt spannende Einblicke in aktuelle Entwicklungen und Strategien.

In der Logistik stehen Prozessoptimierungen im Fokus, die nicht nur den Arbeitsaufwand reduzieren, sondern auch das Transportwesen positiv beeinflussen. „Unser Ziel ist es, den CO₂-Fußabdruck im gesamten Logistiknetzwerk signifikant zu senken“, so Isak. Ein entscheidender Hebel dafür ist die Verpackung: Der Einsatz von Verpackungs- und Füllmaterialien wird auf das Nötigste reduziert.

Über die Rolle recycelter Alternativen und die Herausforderungen und Aufgaben nachhaltiger Verpackungslösungen wurde im vorherigen Kapitel bereits näher eingegangen. Flexiblere Verpackungsgrößen schaffen dazu effizientere Lagermöglichkeiten und sparen Ressourcen – wortwörtlich an allen Ecken und Kanten.



Digitalisierung als Treiber der Transformation

Digitalisierung spielt in der Logistik eine zentrale Rolle, um Effizienz und Ergebnis zu optimieren. Vieles konnte innerhalb eines Logistikprozesses durch Scanvorgänge bereits digitalisiert und damit vereinfacht werden. Um etwa die Effizienz in der Ladungsträgerdokumentation und bei Transportbestellungen zu steigern, testet umdasch digitale Technologien und Automatisierungsprozesse, beispielsweise in Form bildbasierter Dimensionserfassung mithilfe von Machine-Learning-Algorithmen, wie Isak verrät.

LOGISTIK

Nun geht diese Entwicklung weiter in Richtung gänzlicher Automatisierung durch intelligente Kamerasysteme und die Arbeit mit digitalen Zwillingen ganzer Logistikstandorte. „Wir sehen in modernen digitalen Lösungen größtes Potenzial, das Zusammenwirken zwischen Verpackung und Lagerfläche signifikant zu optimieren“, meint Isak.



SEBASTIAN ISAK
HEAD OF LOGISTICS
UMDASCH THE STORE MAKERS



NÄHERE INFOS IM INSITES NO. 3



Über den Zusammenhang von digitalen Zwillingen und Ladenbau lesen Sie mehr in der dritten Ausgabe von inSites.

Perfekt abgestimmt, maßgeschneidert und völlig digital. Logistik steuert auf eine aufregende Phase der digitalen Transformation zu. Daten werden auch hier zum wertvollen Gut, wie Isak weiter ausführt: „Um die CO₂-Emissionen in der Logistik nachhaltig zu reduzieren und eine fundierte Aussage über unsere Fortschritte machen zu können, benötigen wir eine verlässliche Datengrundlage.“

Diese wird mit Hilfe einer speziellen Transportmanagementsoftware erhoben, die unter anderem auch die Vergabeprozesse im Transportwesen vereinfacht und transparenter gestaltet.

3 Fragen an Sebastian Isak

Welche Rolle spielt Digitalisierung in der Logistik?

↳ Die Digitalisierung bietet enormes Potenzial, um Effizienz und Nachhaltigkeit zu steigern. Projekte wie die bildbasierte Dimensionserfassung oder digitale Zwillinge ermöglichen präzisere Prozesse und optimale Nutzung von Lagerflächen.

Wie adressieren Sie die Herausforderungen im Bereich Verpackung?

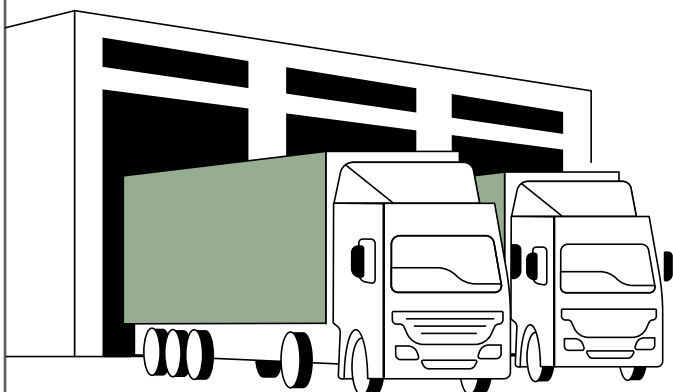
↳ Wir reduzieren den Einsatz von Verpackungsmaterialien auf das Notwendige und setzen auf flexible Größen, die die Lagerung und den Transport effizienter machen.

Wie bewerten Sie alternative Antriebe in der Logistik?

↳ E-Mobilität eignet sich besonders für kurze Strecken, wenn der Strom aus erneuerbaren Quellen stammt. Bei langen Strecken gibt es noch Hürden, etwa in Bezug auf Reichweite und Wirtschaftlichkeit.

LOGISTIK

„Wir sehen in modernen digitalen Lösungen größtes Potenzial.“



Nachhaltige Transportmittel: Herausforderungen und Chancen

Besonders die Wahl der Transportmittel fällt beim Thema nachhaltiger Logistik sofort ins Auge und wirft schnell die Frage nach alternativen Transportmethoden und „grünen“ Antriebsarten auf, die die Transportbranche aktuell noch vor einige Herausforderungen stellt. Während fossile Brennstoffe aktuell noch dominieren, gewinnen „grüne“ Antriebsarten an Bedeutung – zumindest auf kurzen Strecken. „E-Mobilität ist eine gute Alternative, besonders wenn der Strom – wie bei uns – aus eigener Erzeugung stammt“, sagt Isak.

AUCH DIE STORE MAKERS SETZEN AUF ERNEUERBARE ENERGIE



Das umdasch Logistikzentrum in Hasendorf, in der Nähe des Produktionsstandortes in Leibnitz (AT), wurde mit einer 250 kWp starken Photovoltaikanlage auf dem Dach ausgestattet. Diese nachhaltige Energiequelle versorgt zukünftig den Fuhrpark sowie die Halle vor Ort mit Strom und stellt auch einen wichtigen Schritt in unserem Engagement für Nachhaltigkeit dar. Weitere Ausbaustufen sind bereits in Planung.



NÄHERE INFOS IM INSITES NO. 2



In der zweiten inSites-Ausgabe erfahren Sie mehr über das Thema Energieeffizienz im Zusammenhang mit der Entstehung von Räumen.

TRANSPARENZ, INTEGRITÄT, COMPLIANCE

Transparenz leben. Integrität wahren. Compliance sichern.

Die Eckpfeiler einer nachhaltigen Supply Chain: Warum klare Werte der Schlüssel zu Vertrauen und Erfolg sind.



Damit gemeinschaftliches Zusammenwirken funktioniert, ist es notwendig, Regeln zu definieren, die einerseits die gleichen Rahmenbedingungen für alle schaffen und andererseits garantieren, dass im Sinne des Miteinanders nach diesen Rahmenbedingungen gehandelt wird. Das klingt zunächst sehr simpel, aber diese gemeinschaftlichen Grundregeln werden zunehmend umfangreicher und komplexer, wie Gerhard Fuchs, Operations Director bei umdasch The Store Makers, im inSites-Interview erzählt.



GERHARD FUCHS
OPERATIONS DIRECTOR
UMDASCH THE STORE MAKERS

Herr Fuchs, welche Ziele stehen bei der Schaffung von Grundregeln im Vordergrund?

↳ Das große Ziel aus unserer Sicht lautet: Fairness und gleiche Möglichkeiten sowie Chancen für alle – sei es im Zusammenwirken von Menschen, im Umgang mit Natur und Umwelt, im Wettbewerb zwischen Unternehmen.

Wie setzen Sie diese Grundsätze in Ihrer Arbeit bei den Store Makers konkret um?

↳ Die Umdasch Group hat für ihre Unternehmensdivisionen Doka und umdasch The Store Makers einen sogenannten „Supplier Code of Conduct“ (Lieferanten-Verhaltenskodex) definiert. Dieser legt fest, wie die Zusammenarbeit gestaltet sein muss, um soziale, ökologische und gesetzliche Rahmenbedingungen einzuhalten. Er umfasst die Bereiche

TRANSPARENZ, INTEGRITÄT, COMPLIANCE

„Nachhaltigkeit“, „Compliance und fairer Wettbewerb“ sowie „Menschenrechte und faire Arbeitsbedingungen“. Zudem gibt er vor, wie Lieferanten diese Vorgaben umsetzen müssen.

Welche Rolle spielt Transparenz in diesem Kontext?

↳ Transparenz ist die Grundvoraussetzung für die Einhaltung gemeinschaftlich festgelegter Regeln. Insbesondere in der Supply Chain ist Transparenz und Rückverfolgbarkeit von größter Bedeutung. Nur so können wir sicherstellen, dass alle Materialien und Produkte den geforderten Nachhaltigkeitsstandards entsprechend beschafft werden.



Wo sehen Sie die größten Herausforderungen bei der Umsetzung dieser Standards?

↳ Besonders in globalen Lieferketten ist es oft schwierig, die Nachhaltigkeitsstandards entlang der gesamten Kette zu überwachen und durchzusetzen. Wenn Lieferanten in Regionen tätig sind, in denen es weniger strenge Vorschriften oder weniger Möglichkeiten gibt, nachhaltige Maßnahmen effektiv umzusetzen, wird die Durchsetzung unserer Standards deutlich erschwert.

Was bedeutet das für die Store Makers?

↳ Für uns geht es darum, ein verlässlicher Partner für unsere Kunden zu sein. Das hat für uns allerhöchste Priorität. Daher ist es für uns wichtig, dass auch wir Lieferanten auswählen, die unsere Standards bedingungslos einhalten und uns so dabei unterstützen, unsere Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Davon profitieren letztlich auch unsere Kunden.



TRANSPARENZ, INTEGRITÄT, COMPLIANCE

Gibt es auch Vorteile, die durch diese Anpassungen entstehen?

- ↳ Ja, die Einhaltung von Standards und das Schaffen eigener Regelungen kann inzwischen auch einen Wettbewerbsvorteil darstellen. Insgesamt wird zunehmend Wert auf umweltfreundliche und sozial verantwortliche Unternehmen gelegt – nicht zuletzt auch aufgrund der wachsenden gesetzlichen Vorgaben und des Drucks von der Marktseite.

Was heißt das für Ihre Kunden?

- ↳ Wenn eine einzelne Einheit einer Kette nachhaltig handelt, ist sie quasi Enabler für die anderen

Einheiten – sie bringt also sprichwörtlich den Stein ins Rollen. Für unsere Kunden ist dies also ebenso ein Vorteil. Denn wenn wir nachhaltig agieren, unterstützen wir sie wiederum dabei, ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.

Der Umgang mit dem Thema Nachhaltigkeit wirkt sich zunehmend auch auf die Markenidentität von Unternehmen aus. Besonders im Hinblick auf die Endkundenbeziehung wollen und können wir hier einen wichtigen Beitrag für unsere Kunden leisten. Schließlich sind Stores auch eine Art Aushängeschild für die gesamte Marke.

UNSERE HANDLUNGSFELDER FÜR NACHHALTIGKEIT



CONCLUSIO

Zusammen an einer gemeinsamen Zukunft arbeiten

Nachhaltigkeit lautet das Wort der Stunde. Kaum ein Bereich, der nicht damit konfrontiert ist. Gemeinhin lässt sich beobachten, dass der Begriff Nachhaltigkeit für viele scheinbar exklusiv für die Natur reserviert zu sein scheint. Vielleicht kommt daher auch die Verbindung mit der Farbe Grün, wenn von nachhaltigen Lösungen die Rede ist. Nachhaltigkeit geht aber weit über die Natur hinaus. Sie kann genauso wirtschaftlich sein oder sozial.

Den umdasch Store Makers ging es mit den ersten sechs Ausgaben ihres Online-Papers inSites genau darum: aufzuzeigen, was Nachhaltigkeit bedeutet – branchenbedingt im Zusammenhang mit der Entstehung von Räumen. Wie der umdasch Sustainability Guide zeigt, hat Nachhaltigkeit Auswirkungen auf unterschiedlichste Bereiche in der Entstehung von Räumen. Egal, ob im Zusammenhang mit Design, Planung, Umsetzung oder bei digitalen Lösungen: Nachhaltigkeit ist vielfältig, schafft vielfältige Lösungen und verlangt ein Umdenken transformativer Ausprägung.

Nachhaltigkeit schafft genauso Herausforderungen, doch die Kunst liegt wie so oft darin, diese zu Chancen zu machen. Für den Planeten und für uns Menschen. Worauf es schlussendlich ankommt: Zusammenarbeit. Das zeigt das vorliegende inSites-Paper genauso wie alle vorangegangenen.

Zusammenarbeit und der Wille, gemeinsam etwas zu erreichen, das im Sinne aller ist.

Am vorliegenden Beispiel der Supply Chain zeigt sich dies ebenso in verschiedenen Facetten. Wie ein feines Uhrwerk spielen Beschaffung und Logistik ineinander und schon die Wahl der Verpackungsmaterialien kann beide wesentlich beeinflussen. Ebenso spielen externe Partner und die Art und Weise, wie diese agieren, eine wesentliche Rolle in der Lieferkette.

Damit Zusammenarbeit funktioniert, braucht es Regeln. Einschränkung soll damit nicht das Ziel sein, aber dafür zu sorgen, dass alle die gleichen Möglichkeiten und die gleiche Ausgangslage haben. Und auch dafür ist Zusammenarbeit essenziell, sei es im eigenen Umfeld oder darüber hinaus, sei es als Unternehmen oder als Menschen. Wobei letztere das Steuer in der Hand haben.

Auch das zeigt der umdasch Sustainability Guide: wir Menschen sind das verbindende Glied über sämtliche Bereiche in der Entstehung nachhaltiger Flächen. Denn am Ende des Tages geht es darum, dass Menschen gemeinsam daran arbeiten, nachhaltige Lösungen zu entwickeln und diese zusammen Realität werden zu lassen. Für eine Zukunft, die Zukunft hat.

MEDIENINHABER UND HERAUSGEBER

umdasch Store Makers Management GmbH
Josef Umdasch Platz 1 | 3300 Amstetten | Österreich
presse@umdasch.com | www.umdasch.com

AUTOR

Dominik Reichartzeder

GRAFIKDESIGN

Alexander Winkler/Denise Siegl

LEKTORAT

Katrin Fischer/Dominik Reichartzeder

RECHTE

Alle Rechte vorbehalten. Die Wiederverwendung von Inhalten und Grafiken für jegliche Zwecke ist ohne Zustimmung von umdasch The Store Makers strengstens untersagt. Alle Informationen in dieser Publikation nach bestem Wissen, aber ohne Gewähr.