

pbsreport

magazin für büro & papeterie



”

**Wir schreiben
Nachhaltigkeit
#theschneiderway**

18 | Online Schreibgeräte
Nachhaltig und
visionär in die Zukunft

24 | PBS Green Award
Nachhaltige
Gewinner

56 | Finalisten
Die Goldene
Grußkarte 2021

target ›

Durchdachte Entscheidungen. Gestochen scharfe Ergebnisse.

Im Berufs- wie im Privatleben
bestimmen die richtigen
Entscheidungen über den Erfolg.

Ein Büropapier-Sortiment
von hervorragender Qualität ist
Ihr Erfolgsgarant für gestochen
scharfe Ausdrücke – ob
in Professional- oder sogar
Premium-Qualität.

Mehr erfahren Sie unter
www.target-paper.com
www.berberich.de





Biokunststoffe auf dem Vormarsch

Der Arbeitsplatz der Zukunft wird nachhaltiger und damit ressourceneffizienter werden - um wettbewerbsfähig zu bleiben und bei Mitarbeitern gut anzukommen. Das Thema Nachhaltigkeit begleitet uns allerdings schon länger. Wie sieht es beispielsweise bei der Auswahl von Papier aus? In den 80er-Jahren wurde noch die größte Menge des Zellstoffs mit Chlor gebleicht. Recyclingpapier war verpönt als grau und rau, doch auch Recyclingpapier kann glatt und weiß sein. Schulhefte müssen beispielsweise mit Bleistift, Tinte, Kugelschreiber oder Buntstift beschreibbar sein. Diese Ansprüche werden heute von allen Recyclingpapieren mühelos und gut erfüllt.

Sehen Sie selbst! Wir haben die März-Ausgabe des PBS Reports wieder ganz dem Thema „Nachhaltigkeit“ gewidmet. Um zu zeigen, welche Eigenschaften umweltfreundliche Papiere haben können, wurden die einzelnen Druckbogen vom Druck- und Verlagshaus Zarbock auf unterschiedlichen Offsetpapierqualitäten gedruckt:

Umschlag: *Vivus 100, 120 g/qm (100 Prozent Altpapier, Blauer Engel, klimaneutral, FSC)*

Seiten 3 bis 18: *Circle Volume White, 80 g/qm (Ecolabel, FSC, ISO 14001, ISO 9001, ISO 50001, PCF, Blauer Engel, DIN EN 71/3)*

Seiten 19 bis 34: *Circle Offset Premium white, 90 g/qm (FSC, Blauer Engel, Umweltengel und EU Ecolabel, PCF, ISO 14001, ISO 9001)*

Seiten 35 bis 50: *Circle Offset white, 115 g/qm (EU Ecolabel, FSC, ISO 14001, ISO 9001, Blauer Engel, PCF)*

Seiten 51 bis 66: *Vivus, 100 g/qm (100 Prozent Altpapier, Blauer Engel, klimaneutral, FSC)*

Neben den Recyclingpapieren spielen Biokunststoffe eine immer wichtigere Rolle. Doch eigentlich sind sie keine neue Erfindung. Bereits 1869 wurde thermoplastischer Kunststoff auf Cellulose-Basis, dem Hauptbaustoff der meisten Pflanzen, hergestellt. Aufgrund seiner schnellen Entflammbarkeit wurde dieses Material allerdings rasch wieder verdrängt. Im Jahr 1923 startete die Massenproduktion von Cellulosehydrat bzw. Zellglas unter dem Markennamen Cellophan, welches ebenfalls auf Cellulosebasis entstand und bis heute vor allem für Verpackungen sowie als Einsatz in Briefumschlägen genutzt wird. Durch die Entdeckung von Kunststoffen auf der Basis von Mineralölen entstand schnell eine Konkurrenz, bei der die ersten Biokunststoffe weitestgehend verdrängt wurden. Nun beginnt ein Umdenken. Die ersten Unternehmen haben sich zur Reduzierung von Produkten aus Einwegkunststoffen verpflichtet. Bis zum Jahr 2025 soll so die Verwendung von nicht wiederverwertbaren Kunststoffen vollständig eingestellt werden.

Immer häufiger finden wir biobasierte Kunststoffe in PBS-Artikeln. Angetrieben werden die Hersteller dabei nicht alleine durch die Themen Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung. Immer mehr Konsumenten interessiert es, ob die produzierenden Unternehmen verantwortungsvoll handeln und wirtschaften. Im Zweifel führt die Missgunst bis zum Boykott eines Produktes. Nachhaltigkeit meint heute weit mehr als nur Recycling-Papier und Bio-Produkte. Deshalb greifen wir für Sie dieses Thema immer wieder auf, um die PBS-Branche weiter für dieses zu sensibilisieren. Ab Seite 24 stellen wir Ihnen außerdem die Gewinner des 1. PBS Report Green Awards vor.

Pietro Giarrizzo, Redaktion PBS Report V.i.S.d.P.

Sortiment, das überzeugt!

Optimieren Sie Ihren Workflow

Der PT2160 überzeugt durch seine technische Ausstattung und Anwendungsmöglichkeiten

plustek

Plustek SmartOffice PT 2160 Dokumentenscanner

- Ideal für Ausweisdokumente und geheftete Vorlagen
- Ausgelegt für unterschiedliche Papierstärken
- Dreht das Dokument automatisch, basierend auf dessen Inhalt
- Scant und speichert Dokumente in 2 oder 3 Farbmodi gleichzeitig

HEK 480,17 €

Bestell-Nr. 564538



www.dexx.it.de

DIGITAL IMAGING

TV & AUDIO

COMPUTER & CO

STORAGE

HOME & LIVING

DIGITAL SIGNAGE

Bestellung und Beratung unter Tel. 0931 9708 496

dexxIT GmbH & Co. KG | Alfred-Nobel-Str. 6 | 97080 Würzburg, Preis Stand xx.03.2020. Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzl. MwSt. Es gelten die Zahlungs- und Lieferbedingungen der dexxIT GmbH & Co. KG





pbs green award



24 Gewinner 2021



Inhalt

Editorial

3 Biokunststoffe auf dem Vormarsch

Handel und Forum

10 EK/servicegroup - EK FUN 2021 wird wieder rein digital

12 Marketmedia24 - Branchenstudie prognostiziert PBS-Markt bis 2028

14 Messe Frankfurt - Consumer Goods Digital Day

16 Brother - Gesundheitsschutz hat oberste Priorität

18 Interview des Monats: Online Schreibgeräte - Nachhaltig und visionär in die Zukunft

Unternehmen und Profile

14 Messe Frankfurt - Consumer Goods Digital Day

16 Brother - Gesundheitsschutz hat oberste Priorität

18 Interview des Monats: Online Schreibgeräte - Nachhaltig und visionär in die Zukunft

Titel

20 Christian Schneider, Schneider Schreibgeräte, im Interview - Umweltmanagement muss transparent sein

PBS Report Green Award

24 Steinbeis Papier - Neuer Markenauftritt mit „ReThinkingPaper“

26 Schneider Schreibgeräte - „Verantwortung übernehmen liegt in unserer Natur“

28 Max Bringmann - Ohne Bäume keine kreativen Träume

30 Chic.mic - Leidenschaftlich nachhaltig

32 Brother - Wiederaufbereitung von Tonerkartuschen

Nachhaltigkeit

34 Maul - Aus Überzeugung nachhaltig

36 Lyreco Deutschland - Verpflichtung zu Kunststoffverzicht

38 Cornelia Schambeck, Schambeck Consulting, im Interview - Nachhaltigkeit im Handel

40 Ute Papenfuß, Fachagentur für Nachwachsende Rohstoffe e.V. (FNR) im Interview - Nachhaltigkeit setzt sich durch

41 Gmund - Sehr gute Ökobilanz

42 B.A.U.M. e.V. - Beschaffung für Nachhaltigkeit im Büro

43 Balma, Capoduri & C. - Nachhaltigkeit „Made in Italy“

44 The Navigator Company - Eucalyptus globulus - mehr Nachhaltigkeit fürs Büro

46 Edding - Langlebigkeit im Fokus

47 Werkhaus - Jedes Mal überraschend

48 Novus - Recyclingkreislauf geschlossen

49 Laurel-Klammern - Der Umwelt zuliebe - die Verpackung mit Mehrwert

50 Colop - Stempel mit ökologischer Botschaft

51 Amos - Klimaneutral bis hin zur Stempelplatte

Schule und Freizeit

52 Trodat - Spielerisch sauber

53 Häfft Verlag - Neuheiten

54 Pilot Pen - Shopper-Inspiration durch angesagte Kreativ-Trends

55 Pelikan - Fantasie wird Realität

Papeterie und Lifestyle

56 AVG - Finalisten: „Die Goldene Grußkarte 2021“

Büro und Technik

62 Ideal - Gesundheitsrisiko „belastete Raumluft“

64 G&G Image - Erster Rollout der neuen Laserdrucker erfolgt

65 DextIT/Plustek - Die smarte Art der Dokumenten-Digitalisierung

Obligatorisches

6 PBSzene

66 Impressum

Deine Dinge
Stempel

Alles stempeln – Alles finden!



» Ihr ganz individueller Wunschabdruck

» Direktes Bestempeln von Kleidungsstücken, waschbar bis 95°C

» Komplettes Set inkl. Bügelvlies und Etiketten

Mehr dazu:





duo schreib & spiel



Frank Esser, Soennecken eG



Christoph Skopek, Colop

Sonderbonus ausgeschüttet

Die duo-Gesellschafter haben ihren Jahresbonus 2020 erhalten. Gleichzeitig zahlte die duo-Zentrale anlässlich des 30. Jubiläums von duo schreib & spiel einen Sonderbonus aus. Aufgrund der geltenden Kontaktbeschränkungen wird das duoSymPos 2021 auf den 26. und 27. April 2022 verschoben.

Zur finanziellen Entlastung wurde bereits im Februar von der duo-Zentrale die Auszahlung des Jahresbonus 2020 vorgenommen. Zeitgleich erhielten die duo-Anschlusshäuser den duo-Sonderbonus zum 30sten Jubiläum von duo schreib & spiel. duo-Gesellschafter profitierten, bei der diesjährigen Ausschüttung von bis zu 3,05 Prozent Bonus. Die Zentrale wird auch im Geschäftsjahr 2021, die Kosten der Zentralregulierung für die Anschlusshäuser übernehmen und so den angeschlossenen Handel zusätzlich entlasten. Seit Beginn des ersten Lockdowns konzipierte die duo-Zentrale mit den Lieferanten und der Zentralregulierungsbank Sondervaluten und Finanzierungsangebote, um den finanziellen Druck der Unternehmen zu senken. Die Umsatzentwicklung im Geschäftsjahr 2020 verlief mit einer Steigerung von 6,8 Prozent zum Vorjahr. Dies entspricht einem zentralregulierten Verkaufsumsatz von 386,9 Mio. Euro. www.duo-shop.de

Ausschüttung vorgezogen

Die Soennecken eG hat die noch ausstehende Ausschüttung an die Mitglieder bereits ausbezahlt. Damit fließen den Soennecken-Mitgliedern rund 3,7 Millionen Euro sofortige Liquidität zu. Weitere 4,6 Millionen Euro haben die Mitglieder bereits als Monatsbonus erhalten. Die Genossenschaft bleibt so ihrer Linie treu, ihre Händler hinsichtlich der Liquidität konsequent zu unterstützen.

„Der Jahresabschluss 2020 ist fertiggestellt. Wir haben angesichts der Krise gute Zahlen und werden nach vollständiger Plan-Ausschüttung mit Gewinn abschließen“, bestätigt Esser. „Die Liquidität für die Auszahlung der Boni ist natürlich sichergestellt.“ Dies ist das Ergebnis von Maßnahmen, die die Soennecken gezielt und konsequent bereits sehr früh in der Krise ergriffen hat.

„Liquidität ist in der Krise die Mutter aller Schlachten“, sagt Esser und appelliert nochmals an die Händler, besonderes Augenmerk darauf zu richten. Mit dem SWOT-System, einer integrierten Finanz- und Ertragsplanung, unterstützt die Soennecken weiterhin bei Planungen. Die Ergebnisse können auch direkt für Bankengespräche genutzt werden.

www.soennecken.de

Verstärkung mit Skopek

Christoph Skopek, 37, verstärkt ab sofort die Geschäftsführung des österreichischen Stempelherstellers Colop mit Sitz in Wels. Christoph Skopek ist bereits seit 2003 im Unternehmen tätig. Im Rahmen seiner Aufgaben war er u.a. als Export Manager für verschiedene Märkte in Europa und Asien zuständig. Seit 2018 ist der verheiratete Familienvater als Leiter der Bereiche IT, e-Business sowie Software- und App-Entwicklung für wichtige Bereiche des führenden Stempelerzeugers verantwortlich. „Ich habe mir in meiner Funktion als zusätzlicher Geschäftsführer zum Ziel gesetzt, den Erfolgsweg von Colop weiter zu stärken, für sichere Arbeitsplätze zu sorgen und mit innovativen Produkten die Kundenbedürfnisse noch besser zu erfüllen“, betont Skopek. „Christoph Skopek wird mich ab sofort wesentlich unterstützen und mit seinem unternehmerischen Verständnis und Engagement unseren Erfolg mitgestalten“, sagt Geschäftsführer Ernst Faber. Colop wurde 1981 von Karl Skopek in Wels gegründet und produziert den Großteil seiner Stempelprodukte am Stammsitz in Österreich bzw. an einem zweiten Standort in Tschechien. Insgesamt werden 130 Exportmärkte regelmäßig beliefert.

www.colop.com

ZIELE FÜR
NACHHALTIGE
ENTWICKLUNG

12 NACHHALTIGE/R
KONSUM UND
PRODUKTION



1,6 Mio.

Tonerkartuschen
wurden 2020 in
Krupina aufbereitet.



Ausgezeichnet. Tonerkartuschen von Brother

Eine unabhängige Experten-Jury aus Vertretern von Handels- und Umweltverbänden hat entschieden: wiederaufbereitete Tonerkartuschen von Brother sind Gewinner des pbs green awards 2021 in der Kategorie Bürobedarf und Zubehör. Darüber freuen wir uns sehr. Die Aufbereitung der Tonerkartuschen ist nur ein Beitrag, den Brother weltweit und jeden Tag erbringt, um den 17 Zielen für eine nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen einen Schritt näher zu kommen. Weitere Informationen unter

www.brother.de/recycling

Leimert folgt auf Scholz

Der Zentrallagerlogistiker Hofmann + Zeiher gibt bekannt, dass sich sein langjähriger Einkaufs- und Logistikleiter Ralph Scholz Ende April 2021 in den Ruhestand verabschiedet. Die Nachfolge tritt Claudia Leimert an, die in der PBS-Branche bestens vernetzt und bekannt ist. Ralph Scholz trat nach seiner Zeit im gewerblichen Streckenhandel im Jahr 1998 in das Pfungstädter Großhandelsunternehmen ein. Während seiner 23 Dienstjahre hat er das Gesicht und die strategische Ausrichtung des Unternehmens wesentlich geprägt. Insbesondere den Wandel vom klassischen Großhandel hin zu einem modernen Dienstleister und Logistiker für den Einzelhandel gestaltete Scholz maßgeblich mit.

Die Nachfolge von Ralph Scholz tritt Claudia Leimert an, die in der PBS-Branche bestens vernetzt und bekannt ist. Durch ihre Tätigkeit als Geschäftsführerin der Georg Mattheus GmbH und Niederlassungsleiterin eines großen PBS-Händlers verfügt Sie über jahrelange Branchen- und Handelserfahrung. Aufgrund ihrer Aufgaben als Projektmanagerin im Bereich Lieferanten Management bei der Verbundgruppe InterES hat sie ihre Kompetenzen im Bereich Großhandel komplettiert.

Claudia Leimert wird bis zu seinem Ausscheiden mit Ralph Scholz Hand in Hand arbeiten und so einen reibungslosen Übergang gewährleisten.

www.hz-pbs.de



Hofmann + Zeiher: Claudia Leimert tritt die Nachfolge von Ralph Scholz an.

Leitz Acco übernimmt Franken

Acco Brands, einer der weltweit führenden Hersteller von Markenprodukten für den privaten, professionellen und schulischen Einsatz, hat bekannt gegeben, dass die Tochtergesellschaft Leitz Acco Brands GmbH & Co KG in Deutschland, vorbehaltlich der Zustimmung durch die Kartellbehörden, eine Vereinbarung zum Erwerb der Franken Planungs- und Organisationsmittel GmbH (Franken) unterzeichnet hat. Franken ist Anbieter von visuellen Kommunikationsprodukten, Boards, Planungs-, Kreativ- und Schulungsprodukten.

„Wir sind sehr zufrieden mit der Entwicklung des Leitz Acco Brands-Geschäfts in Zentral-Europa. In den Jahren vor der Pandemie sind wir stetig gewachsen. Im Jahr 2020 haben wir nur einen geringen Rückgang bei gleichzeitig solidem Marktanteilswachstum in fast allen unseren Kategorien verzeichnet. Die Rolle des Büros durchlebt einen historischen Wandel. Im post-pandemischen Büro-2.0 wird es sich um das 'Get-Together' drehen, um Zusammenarbeit, um Meetings, um Kreativität. Wir hoffen und freuen uns, hierfür Franken in unser Marken- und Produktportfolio für visuelle Kommunikation bald aufnehmen zu können und uns so eine stärkere Position in diesem Segment auf dem Markt zu verschaffen. Gemeinsam werden Leitz Acco Brands und Franken unseren Handelskunden und Endverbrauchern in Zentral-Europa eine einzigartige und wertvolle Auswahl an Marken und Produkten bieten und so Acco Brands für weiteres Wachstum positionieren“, erklärt Ard-Jen Spijkervet, Vice President Central Europe und Sprecher der Geschäftsführung von Leitz Acco Brands.

„Nachdem wir die Marke Franken fest im Zentral-Europäischen Markt etabliert haben und ich so viele Jahre in der PBS-Branche tätig war, freue ich mich, dass alles, was mein Team und ich hart erarbeitet und erfolgreich aufgebaut haben, ein neues Zuhause gefunden hat und in der Acco Brands Familie si-



Ard-Jen Spijkervet, Vice President Central Europe und Sprecher der Geschäftsführung von Leitz Acco Brands.

cherlich gut weitergeführt wird. Jetzt blicke ich meinem wohlverdienten Ruhestand entgegen“, freut sich Werner Franken, Geschäftsführer und Gründer der Firma.

„Vor über 20 Jahren habe ich nach meinem Studium an der Seite meines Vaters bei Franken angefangen und seitdem gemeinsam mit ihm das Geschäft kontinuierlich weiterentwickelt und später auch geführt. Ich freue mich auf die Zusammenarbeit mit dem Acco Brands Team und werde mich weiterhin auf Innovation und kommerzielle Umsetzung konzentrieren“, sagt Manuel Franken.

www.leitz.de

www.acco.com

www.franken-gmbh.de



Tagesaktuelle News online auf:
www.pbsreport.de

Haben Sie schon unseren
Newsletter abonniert?



EK FUN

DIE FAMILY-ORDERMESSE

21.-22. APRIL 2021

Mi. und Do. 9:00-17:00 Uhr

REIN DIGITAL
Kostenfreie Teilnahme
auch für
Nicht-EK-Mitglieder!

Das bietet Ihnen unsere digitale Messe:

- Vorstellung des neuen Schulanfangsprospekts
- Baustein Acrylic
- PBS-Aktionsangebote
- Ordermöglichkeit von Lagerware sowie ausgewählten ZR-Artikeln
- attraktive Messekonditionen wie auf der Messe vor Ort
- EK Messe-Highlights: Lagerangebote, Konzeptleistungen, digitale Services und Dienstleistungen
- digitales Netzwerken per Online-Tool: Austausch mit Händlerkollegen, Ausstellern und dem EK Team

Jetzt anmelden auf
www.ek-messen.de



EK FUN 2021 wird wieder rein digital

Nach der EK LIVE im Januar wird auch die EK FUN am 21. und 22. April 2021 digital stattfinden. Mit Blick auf die Corona-Gesamtlage hat sich die EK/servicegroup - ungeachtet eventueller behördlicher Freigaben - für die sichere Online-Variante ihrer nächsten Messeveranstaltung entschieden.

Der durch Corona in vielen Bereichen ausgelöste Digitalisierungsschub zeigt, welche Wachstums- und Effizienzpotenziale in der intelligenten Vernetzung von Online und Offline liegen. Als einer der ersten Veranstalter überhaupt hatte die EK/servicegroup daher bereits ihre Herbstmesse 2020 als Hybridmesse ausgerichtet und ihre EK LIVE Frühjahrsmesse 2021 gleich ganz als rein digitalen Orderevent präsentiert. Auch alle weiteren Messen des Jahres werden deshalb ebenfalls mit einer digitalen Komponente geplant.

Eine digitale Kommunikationsplattform sichert den Austausch zwischen Händlern, Ausstellern und dem EK-Messteam. Die Family-Ordermesse EK FUN am 21. und 22. April 2021 wird ebenso als rein digitale Messe konzipiert. Die digitalen Instrumente für eine interaktive Ordermesse werden nach den jetzigen Erfahrungen weiterentwickelt und entsprechend in die Family-Welt rund um Spielwaren, Babyartikel, Kindermode, Schulbedarf, Lederwaren u.v.m. integriert.

Im September lädt die EK/servicegroup zur Herbstmesse EK LIVE ein. Vom 15. bis 17. September 2021 können sich die Fachbesucher auf die ganze Bandbreite des EK Leistungsspektrums und auf

führende Markenhersteller aus allen vertretenen Branchen freuen. Bevorzugt live in den Bielefelder Messehallen, in jedem Fall überzeugend digital.

Spannende Erlebnisse und gute Geschäfte versprechen die Verantwortlichen der EK/servicegroup. Auf der virtuellen Messefläche wird das komplette Leistungsspektrum der Verbundgruppe lebendig. „Mitmacher“ sind voraussichtlich rund 150 führende Markenhersteller sowie Dienstleister, die sich für die moderne Unternehmensführung stark machen. „Auch diese Ordermesse steht wieder ganz im Zeichen der Verbraucher. Sortimente, Konzepte und digitale Services sollen den Menschen - allen Einschränkungen zum Trotz - den Spaß am Einkaufen wiederbringen. Stationär, wo möglich, und immer und überall online“, beschreibt der Messeverantwortliche Daniel Kullmann die Ziele der EK.

Gute Geschäfte und gute Laune

Spaß sollen auch die Fachbesucher der EK FUN haben. Dafür sorgen neben attraktiven Aktionsangeboten und überzeugenden Messe-Konditionen für EK Lagerwaren und ausgewählte ZR-Artikel wie beispielsweise die neuen Live-Streams vom Messegesehen. Wieder im Einsatz ist die bereits auf der EK LIVE hochgelobte

Kommunikationsfläche, die den leichten und (daten-)sicheren Austausch unter den Teilnehmern ermöglicht. Der zugeordnete Avatar macht dabei den individuellen Wechsel zwischen Angebots-Welt und Kommunikationsplattform kinderleicht und steht so für den Charakter einer Family-Messe, bei der Kinder die Hauptrolle spielen; schließlich setzen die Ostwestfalen und ihre Industriepartner die Schwerpunkte auf der EK FUN in den Bereichen Spielwaren, Schulanfang, Babyartikeln sowie der Kinder- und Baby-Mode. Auch Cross-Selling-Themen werden vom EK Mehrbranchenverbund kompetent besetzt: Die Sortimentsvielfalt sorgt über das Erwartbare hinaus immer wieder für positive Impulse am POS.

Treffpunkt an der digitalen „Bar“

Freuen können sich die EK Messegäste schon jetzt auf die virtuelle Umsetzung der Erlebnisfläche „Erleb-Bar“, die im vergangenen Jahr noch als physische Variante zum Anziehungspunkt wurde. Und wer nach langer Corona-bedingter Abstinenz mal wieder fröhlich feiern will, kommt an der EK FUN erst recht nicht vorbei: Die Bielefelder planen eine digitale Messeparty mit hohem Unterhaltungswert.

www.ek-messen.de

Eine breite Palette
für Gross und Klein...



...für Dich



modern



cool



fröhlich

verspielt



trendy



vielfältig



Was immer wir auf Papier erleben, lesen oder ausdrücken – es hat eine Dimension mehr und hinterlässt eine tiefere Wirkung als Digitales.

Die Bandbreite bei ABC ist groß. Wir bieten Ihnen für jeden Anlaß die passende Karte.

**Wir übernehmen das Design.
 Sie sorgen für die schönen Momente im Leben.**



Branchenstudie prognostiziert den PBS-Markt bis 2028

Schon vor Corona wurde der PBS-Markt nicht mit Wachstum verwöhnt. Dann mündete ein jahrelanger Abschmelzungsprozess im Krisenjahr 2020 in einem deutlichen Einbruch. Der Zwang zur Digitalisierung beschleunigte den Umstrukturierungsprozess. Die Studie blickt weit in die Zukunft.

Im Vergleich zu 2019 sank das Marktvolumen um 11,6 Prozent. Auf der anderen Seite eröffneten die Pandemie-bedingten Herausforderungen zugleich Chancen. Mit dem Zwang zur Digitalisierung wurde auf allen Ebenen der fällige Umstrukturierungsprozess beschleunigt, unterstreicht Volker Jungeblut, Geschäftsführer des Verbandes der PBS-Markenindustrie, Düsseldorf. Das zeigt auch die jetzt veröffentlichte Studie „Branchen-Report Papier, Bürobedarf und Schreibwaren 2021“ auf.

In dem Branchen-Report errechnen die Analysten von Marketmedia24 anhand wissenschaftlicher Methoden alterna-

tive mögliche Entwicklungsszenarien für die PBS-Branche bis zum Jahr 2028. Danach winkt der Branche beispielsweise im optimistischen Szenario eine Erholung, die den Verlust aus 2020 mehr als ausgleichen wird. Und der Online-Handel, der schon vor der Pandemie überdurchschnittlich stark wuchs, wird dies auch nach der Coronakrise tun. Im Jahr 2028 sind hier wenigstens eine halbe Milliarde Euro mehr Umsatz zu erwarten.

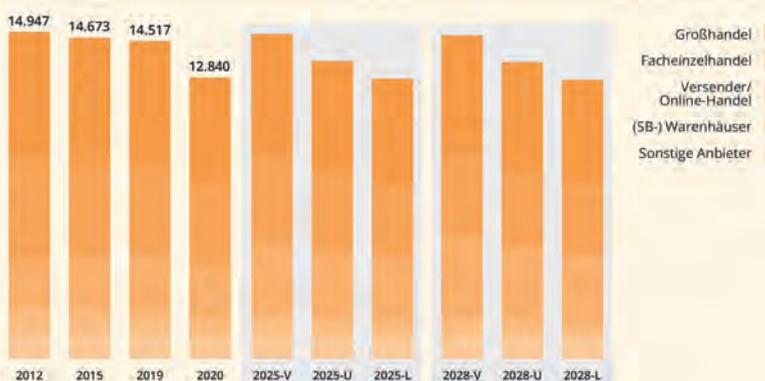
Im Januar 2020 startete die Branche auf ihrer internationalen Fachmesse „Paperworld“ in Frankfurt noch zuversichtlich ins anbrechende Jahr. Ein Jahr, an des-

sen Ende durchgängig rote Zahlen standen. Mit minus 11,6 Prozent sackte der PBS-Umsatz gegenüber 2019 sogar tief ab. Ein Einbruch, der keinen der Teilmärkte verschonte. Auch wenn Produkte rund um kreative Beschäftigungen wie Zeichnen und Malen in Zeiten von Corona gefragter denn je waren und steigende Schülerzahlen auf der Positivseite standen. In Summe aber haben weder Homeoffice noch Homeschooling die PBS-Nachfrage wesentlich beflügeln können. 2020 gaben die Deutschen pro Kopf nur 157 Euro für Papier, Büro- und Schulbedarf sowie Schreibwaren aus. 2015 lag diese Ausgabe noch bei über 180 Euro. Und im erneuten Shutdown zum Jahresende 2020 fanden die im Sommer aufkeimenden Hoffnungsschimmer im stationären Handel ein abruptes Ende. Trotz weiterer Bereinigungen, hat die Pandemie bei den Herstellern den Stellenwert des stationären Handels jedoch gestärkt. „Online-Handel allein ist trotz der massiven Zuwachsraten für die PBS-Industrie keine Antwort. Marken benötigen die Visibilität im Handel auf stationärer Ebene auch in Zukunft. Daher ist zwingend notwendig, dass die Industrie weiterhin den Schulterchluss mit dem stationären Handel betreibt“, erklärt Volker Jungeblut im Branchendialog mit Marketmedia24.

Angesichts der Corona-Pandemie sind allerdings konkrete Vorhersagen über die zukünftige Entwicklung des PBS-Marktes schwierig geworden. Gängige und gelernte Vorhersagemodelle greifen nicht mehr, Planungen erfolgen mit großer Vorsicht, denn die Vorausschau auf die längerfristigen Marktentwicklungen beginnt mit einem Rückblick auf die Vergangenheit. Doch spielt die Vergangenheit für die Zukunft dieser Branche überhaupt noch eine Rolle?

Perspektiven für den PBS-Handel

Umsatzveränderungen der Vertriebswege bis zum Jahr 2028



Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen

Der große Gewinner ist nicht nur anteilmäßig, sondern auch beim Umsatz der Online-Handel. Schon im Corona-Jahr 2020 lag er mit 2,6 Milliarden Euro nicht viel niedriger als im Jahr davor. Im Jahr 2028 sind wenigstens eine halbe Milliarde Euro mehr Umsatz zu erwarten: zwischen gut 3,1 Milliarden Euro (L-Szenario) und knapp 3,7 Milliarden Euro (V-Szenario).

Quelle: Marketmedia24 (Köln), von Rothkirch und Partner (Hamburg), aus „Branchen-REPORT Papier, Bürobedarf und Schreibwaren 2021“



Branchen-REPORT
**Papier, Bürobedarf und
 Schreibwaren 2021**



Der neue „Branchen-REPORT Papier, Bürobedarf und Schreibwaren 2021“ kann aufgrund der vielen unbekanntenen Einflussfaktoren zwar keine eindeutige Antwort auf die Frage geben. Die Studie liefert aber tragfähige, auf möglichen Entwicklungen des Wirtschaftswachstums beruhende Szenarien bis zum Jahr 2028. Im optimalen Fall erwartet das Marktforscherteam von Marketmedia24 einen raschen Aufschwung. Sollte die Stagnation des Marktes hingegen länger anhalten, beginnt die Erholung in kleinen Schritten, um bis 2028 auf ein Marktvolumen von 13,5 Milliarden Euro anzusteigen.

Für die Mehrheit der Vertriebswege geben sich die Szenarien verhalten optimistisch. Vielmehr ist davon auszugehen, dass die sich Marktanteile der Distributionsformate bis 2028 eher ihren bisherigen Wachstums-, Stagnations- oder Schrumpfungstrends entsprechend entwickeln. Das wird zur Folge haben, dass der Online-Handel im Jahr 2028 wenigstens eine halbe Milliarde Euro mehr Umsatz erwarten kann, während die Prognose für den Fachhandel im besten Fall gut 3,7 Milliarden Euro definiert.

Die neue Auflage der Studie Branchen-Report Papier, Bürobedarf und Schreibwaren 2021 liefert Ergebnisse einer repräsentativen und zielgruppengenauen Konsumentenforschung (Basis: 1137 Teilnehmer) sowie fundierte Markt- und Vertriebsszenarien unter Berücksichtigung von Wirtschaftswachstumsalternativen (V / U / L) bis zum Jahr 2028. Die Studie ist damit eine wichtige Orientierungshilfe für alle Marktakteure. Der Branchen-Report ist zum Preis von 850 Euro zzgl. MwSt. zu beziehen unter www.marketmedia24.de/shop/studie/Papier-Buerobedarf-Schreibwaren.

www.marketmedia24.de

ILM geht digital an den Start

Zur ersten ILM Virtual Order Show vom 6. bis 8. März hatten 30 Aussteller ihre virtuellen Stände individualisiert und ihre Produkt-Highlights in einer virtuellen 3D-Umgebung in Szene gesetzt. Die virtuelle Order Show findet nun vom 10. bis 12. April 2021 ihre Fortsetzung, weil die Präsenzveranstaltung der ILM Internationale Lederwarenmesse nun doch abgesagt werden musste. „Aktuell sind Messen weiterhin verboten“, heißt es auf der Internetseite der ILM Offenbach. Nach Einschätzung der Lage und nach zahlreichen Kontakten und Gesprächen mit Ausstellern, Besuchern und Behörden, wurde die ILM „schweren Herzens absagt“. Die ILM Virtual Order Show vom 10. bis 12. April findet allerdings definitiv statt.



Die erste Ausgabe des virtuellen Messerundgangs verzeichnete eine große Resonanz. An drei Tagen hatten sich rund 1100 Besucher für die ILM Virtual Order Show angemeldet. Die Fachbesucher nutzten die Gelegenheit, sich umfassend zu informieren und das angebotene Rahmenprogramm von Trend- und Fachvorträgen bis hin zum Branchengespräch, das übrigens jederzeit abrufbar ist, wahrzunehmen.

Während des Post Openings sind die Vorträge noch bis 16. März weiterhin verfügbar. „Wir sind froh, dass so viele Besuche getätigt wurden, aber dennoch ist uns klar, dass eine solche Plattform die erfolgreiche Handelsplattform der ILM nicht kompensieren kann“, stellt Arnd Hinrich Kappe fest. „Die virtuelle ILM werden wir in Zukunft weiter ausbauen und als Ergänzung zur physischen ILM fest etablieren.“ Die ILM Virtual Order Show öffnet vom 10. bis 12. April 2021. Interessierte Aussteller können sich weiterhin direkt an die Messeveranstalter wenden.

www.ilm-offenbach.de

Voll in Ordnung!

Nachhaltige Büro- und Wohnaccessoires



Stiftebox Wohnwagen



Big Organizer



Stifteköcher Achteck

Das gesamte Sortiment finden Sie unter:
www.werkhaus.de/reseller

Login oder Katalog anfordern unter:
 Tel. 0 5824 955 -0 | verkauf@werkhaus.de

- Innovative Produkte
- Ökologischer Anspruch
- Soziale Verantwortung
- 100% made in Germany



Consumer Goods Digital Day

Der digitale Treffpunkt Consumer Goods Digital Day der Messe Frankfurt stellt am 20. April 2021 ein spannendes digitales Konferenzprogramm auf die Beine. Sanjay Sauldie eröffnet den Tag mit einem Plädoyer zur aktiven Gestaltung der digitalen Transformation im Handel.

Parallel zum Consumer Goods Digital Day, der von der Messe Frankfurt veranstaltet wird, besteht über die Nextrade, Order- und Datenmanagementplattform der Home- und Living-Branche, die Möglichkeit zur direkten Order bei über 300 Unternehmen. Die Teilnahme am Consumer Goods Digital Day ist kostenfrei.

Der andauernde Shutdown im Einzelhandel erfordert aktuelle, passgenaue Informationen und Lösungsansätze. In dieser volatilen Situation gibt der Consumer Goods Digital Day am 20. April 2021 dem internationalen Handel konkrete Perspektiven für einen erfolgreichen Restart - mit und nach der Pandemie. „Mit dem Consumer Goods Digital Day bieten wir der gesamten Konsumgüterbranche einen Tag mit einem zukunftsorientierten Live-Programm, das die aktuellen Herausforderungen und Chancen aufgreift. Ob im Homeoffice oder vom Arbeitsplatz aus in Deutschland, Europa oder Amerika - jeder kann sich daraus sein passendes Vortragsprogramm zusammenstellen und wird mit nachhaltigen Lösungen in der aktuellen Situation versorgt“, sagt Julia Uherek, Group Show Director Consumer Goods Fairs, Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Der Consumer Goods Digital Day ist von 10 bis 20 Uhr (Ortszeit) angesetzt. So bietet er Teilnehmern aus unterschiedlichen Zeitzonen ein Inspirationsprogramm, das zum Austausch anregt und wertvolle Informationen, Tipps und Orientierung für den „neuen“ geschäftlichen Alltag in und nach der Pandemie mitgibt.

Namhafte Speaker und Referenten sind bereits an Bord. Neue Chancen durch die digitale Transformation und aktuelle Retail-Trends, die durch die Pandemie an Dynamik gewinnen, thematisiert der renommierte Unternehmensberater und Redner Sanjay Sauldie. Er ist Direktor des Europäischen Internet Marketing Institu-



tes EIMIA, Mannheim, und Experte für die Themen disruptive Innovationen und digitale Transformation. Unter Moderation von Zackes Brustik stehen neben der Keynote, weitere trend- und praxisorientierte Panel Diskussionen, Webinare und Vorträge auf der Agenda.

Konkrete Perspektiven für den Handel

Das 10-stündige Fachprogramm setzt bewusst den Fokus auf Hilfe zur Selbsthilfe und macht den Handel fit für zukünftige Herausforderungen. Internationale Branchenexperten beleuchten, wor-

auf es jetzt im Handel ankommt und liefern Antworten auf brennende Fragen wie zum Beispiel:

Wie kommen die Kunden mit und nach Covid-19 wieder zurück auf die Fläche im stationären Handel? Wie können neue Innenstadtkonzepte aussehen? Wie funktioniert jetzt die Emotionalisierung von Stores und Shops? Hilfreiche Ansätze gibt zum Beispiel Boris Hedde, Geschäftsführer vom Institut für Handelsforschung (IFH) Köln preis, die er aus der Studie "Vitale Innenstädte" in Zeiten der



Wie aktuell eine intelligente Verzahnung von digitalen und analogen Strategien aussehen muss, verrät der vielfach ausgezeichnete Sanjay Sauldie in seiner Keynote. Foto: Messe Frankfurt



Julia Uherek, Group Show Director Consumer Goods Fairs, Messe Frankfurt Exhibition GmbH.

Pandemie zieht. Anne Lisa Weinand, Leiterin des ECC Köln am IFH Köln geht unter anderem darauf ein, von welchen neuen Konzepten, Services und Angeboten der stationäre Handel konkret profitieren kann und was aktuell aus Konsumentensicht bei einem Onlineauftritt entscheidend ist.

Wie optimiere ich die Sichtbarkeit im Netz? Wie verkaufe ich online? Wie spreche ich meine Kunden am besten über Social Media Kanäle an? Experten wie zum Beispiel Marcel Rösel, Projektleiter Digitalkampagne, Handelsverband Hessen e.V. und Frederik Gottschling, Social Media Experte bei www.handel.digital erläutern, wie ein digitales Unternehmertum aufgebaut wird, wie man vom Community Building über Social Media profitiert oder schnell seinen Weg zum eigenen Onlineshop findet.

Wie sind die Herausforderungen bei der Warenbeschaffung und Sortimentszusammenstellung in Zeiten von Corona lös-

bar? Diese Frage diskutieren zum Beispiel Susanne Sorg, Vorstandsmitglied der EK Servicegroup, Brandlabs-Geschäftsführer Klaus Schmelzeisen, Claus Tormöhlen, Head of Buying Home & Living, bei der KaDeWe Group und Sven Möller, Leiter Non Food Globus SB-Warenhaus.

Welche Trends prägen derzeit die globale Konsumgüterbranche und welche Bedürfnisse gewinnen in den eigenen vier Wänden/im Homeoffice und im Büro an Bedeutung? Hierzu präsentiert zum Beispiel das Stilbüro bora.herke.palmisano mit den Ambiente, Christmasworld und Paperworld Trends 2021 die kommenden Farben und Materialien, die den Nerv der Zeit treffen. Zusätzlich gibt Gabriela Kaiser anschauliche Produktbeispiele und Präsentationsmöglichkeiten zum beliebten und auch in Corona-Zeiten umsatztreibenden Thema „Christmas Trends@home“.

Die Podiumsdiskussion „Consumer Insights: Connecting the dots between consumer needs and future products“ der renommierten Trendforscher-Agentur aus New York/USA Fashion Snoops, geht der Frage auf den Grund, was Konsumenten zukünftig benötigen und kaufen werden. Unter der Leitung von Jaye Anna Mize, Vizepräsidentin des Wohn- und Einrichtungsbereichs bei Fashion Snoops, werden wichtige Veränderungen im Lebensstil der Verbraucher in Bezug

auf Bedürfnisse und Erwartungen untersucht. Zusammen mit einem Gremium von Branchenexperten werden daraus notwendige Produkt- und Sortimentserweiterungen abgeleitet.

Kostenfrei teilnehmen können alle, die in der Konsumgüterbranche arbeiten, insbesondere Facheinkäufer und Aussteller der Ambiente, Christmasworld, Creativeworld und Paperworld. Einmal über den Ticketshop registriert, wählt man sich am 20. April 2021 auf der digitalen Plattform in die Live-Beiträge ein. Eine Interaktion ist über eine integrierte Fragefunktion jederzeit möglich und wird über den Moderator aufgegriffen. Darüber hinaus kann man über die Chatfunktion in den direkten Austausch mit den Teilnehmern gehen und zum Beispiel auch spätere Gesprächstermine vereinbaren. Deutsche Beiträge werden simultan ins Englische übersetzt - und umgekehrt. Einzelne Vorträge stehen anschließend auf Conzoom Solutions zur Verfügung. Die digitale Wissensplattform begleitet den Konsumgüterhandel das ganze Jahr über mit wertvollen Best Practices, Experten-Interviews oder Trendpräsentationen.

Die vier Konsumgüterfachmessen Christmasworld, Paperworld und Creativeworld sowie Ambiente werden 2022 wieder wie gewohnt stattfinden.

consumergoodsdigitalday.messefrankfurt.com



Das Original: Häfft 21/22!

Unser Klassiker dieses Jahr erstmals mit Klebebindung, teilperforierten Seiten für ein besseres Aufschlagen und dickerem Papier. Mehr Auswahl mit vier Cover-Motiven und den beliebten Stickern!
(VK: 4,99 €, 4 Motive, Sticker)



LERNFREUNDE

Das Grundschul-Hausaufgabenheft 21/22

Der Grundschul-Klassiker im farbigen Glanzformat mit vier verschiedenen Cover-Motiven, lustigen Stickern und viel Platz für Einträge und Mitteilungen. Für aufgeweckte Kids mit Wissensdurst! (VK: 3,99 €, 4 Motive)



Displays

Häfft bietet auch **kostenlose** Displays an. Das **Small Display Häfft** mit 24x Häfft und das **Display Grundschule** mit 12x Grundschul-Hausaufgabenheft 21/22 mit Stickern und 12x Aufgabenheft Farbenfroh A5.





Das neue Verwaltungsgebäude von Brother in Bad Vilbel.

Gesundheitsschutz hat oberste Priorität

Wie beeinflusst Covid-19 die deutschen Arbeitsverhältnisse? Welche Verantwortung hat der Arbeitgeber gegenüber seinen Arbeitnehmern? Wir haben bei Brother in Bad Vilbel nachgefragt, welche Maßnahmen das Unternehmen während der Pandemie umgesetzt hat.

Nur wenn das Ansteckungsrisiko am Arbeitsplatz verringert wird, so das Bundesministerium für Arbeit und Soziales, lasse sich ein weiterer harter wirtschaftlicher Shutdown vermeiden. Insbesondere am Arbeitsplatz braucht es zusätzliche Maßnahmen, um den Gesundheitsschutz der Beschäftigten zu gewährleisten und um Betriebe weiter offen halten zu können.

Wir wollten wissen, wie große Unternehmen in unserer Branche mit dem Gesundheitsschutz ihrer Beschäftigten in der Pandemie umgegangen sind und befragten dazu den Leiter der Unternehmenskommunikation bei Brother in Bad Vilbel, Jörg-Stefan Schmitt.

Herr Schmitt, welche Maßnahmen hat Brother bisher ergriffen, um die Mitarbeiter vor einer Infektion mit SARS-CoV2 zu schützen?

Schmitt: Brother hat schon sehr früh damit begonnen, Maßnahmen zum Schutz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter umzusetzen, und dass nicht

nur hier am Firmensitz in Bad Vilbel, sondern überall dort auf der Welt, wo wir vertreten sind.

Aktuell arbeiten wir in Bad Vilbel im Wechsel-Modus. Jeweils die Hälfte unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sitzt im Homeoffice, während die Anderen vor Ort in unserem neuen Gebäude in Bad Vilbel, das wir im Sommer des vergangenen Jahres bezogen haben, arbeiten. Tatsächlich sind aber weniger als 40 Prozent der Kollegen gleichzeitig vor Ort.

Und was hat das Unternehmen darüber hinaus in Angriff angeboten?

Schmitt: Wir haben beispielsweise Desinfektionsmittel per Paket an die Kollegen nach Hause geschickt. Die Desinfektionsmittel gibt es auch als Mitnehmflaschen im Büro. Und in den nächsten Wochen verteilen wir die dritte und vierte Lieferung an medizinischen Masken (FFP2). Drei Mal die Woche bieten wir darüber hinaus auf freiwilliger Basis und selbstverständlich kostenlos einen vom

Paul-Ehrlich-Institut zertifizierten Antigentest an, der zu 95 Prozent zuverlässig ist. Durchgeführt wird der Test von einer qualifizierten Fachkraft. Zu erwähnen sei dabei noch, dass sowohl der Test als auch die Wartezeit am Kaffeeautomaten als bezahlte Arbeitszeit angerechnet werden. Demnächst soll es noch zusätzlich Schnelltests für die beiden anderen Werktagen geben. Bei einem Positiv-Bescheid oder auch am Wochenende, falls die betroffene Person unsicher ist, kann ein PCR-Schnelltest für 139 Euro am Frankfurter Flughafen durchgeführt werden. Dieser kann dann über die Reisekosten abgerechnet werden kann.

Gesundheitsschutz hat bei uns oberste Priorität. Wir sind mit den von uns umgesetzten Maßnahmen sehr gut durch die Pandemie gekommen und konnten so unsere Kollegen vor einer Ansteckung schützen.

Herr Schmitt, vielen Dank.
www.brother.de

Positionen neu besetzt

HAN-Bürogeräte hat in den vergangenen Monaten sein Team im Vertrieb und Marketing verstärkt. So ist seit dem 1. März Dirk Schepers in seiner neuen Funktion als nationaler Key Account Manager für die Betreuung, Weiterentwicklung und Gewinnung wichtiger Kunden verantwortlich. Er verfügt aus vorangegangenen Tätigkeiten über weitreichende Erfahrung als Key Accounter und über umfangreiches Know-how im Vertrieb der PBS-Branche und im LEH. Zuletzt war Dirk Schepers als Key Account Manager der Deveyly Senf & Feinkost GmbH tätig und zeichnete verantwortlich für namhafte Partner aus dem Lebensmitteleinzelhandel. Seinen Weg in die PBS-Branche fand Dirk Schepers bereits 1995 als regionaler Key Account Manager bei Pelikan Hardcopy. Über mehrere führende Positionen im Pelikan Vertrieb übernahm er 2017 die Verantwortung im deutschlandweiten Vertrieb als Verkaufsleiter bei Pelikan PRP Druckerzubehör. Zu seinen Aufgaben bei HAN gehören nicht nur Beratung und Vertrieb, sondern auch die Erschließung neuer Märkte und Chancen für das Unternehmen.



Katrin Husemann, Marketing-Managerin.

Katrin Husemann ist bereits seit Mitte Januar als Marketing Managerin bei HAN Bürogeräte an Bord. Sie ist in ihrer neuen Funktion sowohl für die Entwicklung der eigenen Marke und Produkte, als auch für die Unterstützung von Partnern und Kunden im Marketing zuständig. Katrin Husemann verfügt über mehr als zehn Jahre Erfahrung im Marketing für national und international agierende Unternehmen. Während ihrer beruflichen Laufbahn konnte Katrin Husemann bekannte Marken wie Alba Moda und Otto, Mercedes Benz oder Seabob im Marketing begleiten. Zuletzt war sie als Marketing Managerin für ein Schweizer Unternehmen tätig, das Wassersport-Mode aus recyceltem PET herstellt.



Dirk Schepers, nationaler Key Account Manager

„Die letzten Jahre haben uns gezeigt, dass ein schlüssiges Markenkonzept zum Erfolg eines Unternehmens beiträgt. Es ist fantastisch, dass wir mit Katrin Husemann eine engagierte Marketingspezialistin gefunden haben, die uns bei der Weiterentwicklung unserer Marke unterstützt und als kompetenter Ansprechpartner für unsere Kunden zur Verfügung steht. Ebenso freuen wir uns, dass wir mit Dirk Schepers einen echten Vertriebsprofi und einen Kenner der Branche für uns gewinnen konnten“, freut sich Jens Magdanz, Marketing- und Vertriebsleiter bei HAN.

www.han-online.com



shine your light!

folia Papier DIY-Lichttüten
5 Stück / Packung





Schon als Student entdeckte Alexander Batsch [Mitte] seine Liebe für Schreibgeräte. Gemeinsam mit seinen Eltern Alexandra und Thomas Batsch führt er nun das Familienunternehmen in zweiter Generation in die Zukunft.

Online Schreibgeräte

Nachhaltig und visionär in die Zukunft

Im Zuge der Nachfolgeregelung beim Unternehmen Online Schreibgeräte in Neumarkt wurde die Geschäftsleitung erweitert mit Alexander Batsch. Der Generationswechsel setzt verändernde Prozesse in Gang und lässt eine neue Kultur der Zusammenarbeit entstehen.

Die Veränderung in Betrieben stockt manchmal in den alten Gewohnheiten. Schlägt der Sohn mit neuen Ideen und Veränderungsprozessen auf, kann das zu Widerständen bei der bisherigen Geschäftsführung führen. Nicht so bei Online Schreibgeräte, denn Alexander Batsch bringt in seiner neuen Funktion als Geschäftsführer viele neue Ideen mit, die das bisherige Unternehmenskonzept sinnvoll ergänzen. Im Interview schildert Alexander Batsch, wie er das Familienunternehmen in der zweiten Generation in die Zukunft führen möchte.

Herr Batsch, was waren die ausschlaggebenden Punkte, dass Sie sich schließlich für eine berufliche Lauf-

bahn im eigenen Familienunternehmen entschieden haben?

Alexander Batsch: Nach dem Abitur hatte ich bereits die Chance, das Unternehmen für ein Jahr von innen kennenzulernen. Ich konnte also nach dem Studium sehr gut abschätzen, was mich bei Online erwarten wird. Auch das Zusammenarbeiten mit meinen Eltern hatte sich bewährt. Unsere unterschiedlichen Blickwinkel haben sich hervorragend ergänzt.

Das am Ende ausschlaggebende Argument war aber sicher die Möglichkeit zur Selbstverwirklichung, dem schnellen Übernehmen von Verantwortung und dem damit einhergehenden Gestaltungsspielraum.

Wann wurde Ihre Leidenschaft für Schreibgeräte geweckt?

Alexander Batsch: Da gab es nicht den einen Moment, es war mehr eine Evolution von Kindheit an. In der Schule war ich schon immer top ausgestattet, und meine coolen Füller und Rollerbälle wurden bewundert. Ich war damals schon immer gerne bei der Designauswahl mit dabei. Später habe ich mehr und mehr Einblicke in die Produktion bekommen. Nach dem Design wurde auch meine Begeisterung für die technischen Raffinessen und die oftmals liebe- und mühevollen Handarbeit, welche in den Produkten steckt, geweckt. Diese Leidenschaft für das Produkt kombiniert mit meinem Vertriebsinteresse haben die Sache „rund“ gemacht.



Wo sehen Sie die Stärken des Unternehmens, bzw. was gefällt Ihnen bei Online am besten?

Alexander Batsch: Wir sind klein genug, um innovativ, wendig und schnell zu sein und gleichzeitig eines der marktbestimmenden Unternehmen in Mitteleuropa für Füllhalter und Tintenpatronenrollerbälle. Das gibt uns die Möglichkeit, neue Ideen umzusetzen und diese mit starken Partnern am Markt erfolgreich zu machen. Diese Kombination sehe ich bei keinem unserer Marktbegleiter.

Wohin wollen Sie die Marke Online führen, und auf welche (Sortiments-)Schwerpunkte setzen Sie?

Alexander Batsch: Um unseren Erfolg und den unserer Händler langfristig zu sichern, ist es mein Ziel, Online ganz klar zu der „Love Brand“ für Jugendliche und junge Erwachsene zu machen. Dafür darf man sich aus meiner Sicht nicht zu sehr auf einzelne Themen versteifen, sondern muss am Puls der Zeit bleiben. Es gab Jahre, da haben wir 30 oder mehr Designs im Bereich „Schreiben“ produziert, weil das in unserer Zielgruppe gefragt war. Aktuell sind es eher die Themen Kreativ und Nachhaltigkeit, welche die Produktentwicklung dominieren. Beim Thema Nachhaltigkeit stehen wir aus meiner Sicht noch am Anfang des

Trends, das wird sicher für uns als Marke wichtig werden. Und sollten in Zukunft ganz andere Themen für unsere Kunden an Bedeutung gewinnen, so werden wir auch diese besetzen.

Welches sind Ihrer Einschätzung nach die wichtigsten Themen und Herausforderungen der Zukunft? Welche Visionen haben Sie?

Alexander Batsch: Seit Jahren wird über den steten Wandel gesprochen, aber wirklich passiert ist wenig in der Branche. Ich möchte das für unser Unternehmen ändern. Wir müssen digital werden, und das heißt, mehr als nur bestehende Prozesse zu digitalisieren. Wir müssen digital denken (lernen). Intern heißt das, Abläufe zu untersuchen, zu hinterfragen und vorrangig an zukünftigen digitalen „Soll“-Prozessen zu arbeiten. Nur die auftretenden Probleme der etablierten, oftmals (semi-)analogen „Ist“-Prozesse zu lösen reicht nicht aus. Ich halte es zum Beispiel fast immer für nicht sinnvoll, eine ehemals als Papier weitergereichte Information nun als E-Mail zu versenden. Die Digitalisierung kann mehr, und das müssen wir nutzen. Extern haben wir weltweiten Zugang zu Kunden ohne Gatekeeper. Eine riesige Chance für uns kleinen Mittelständler mit Passion für unsere

Produkte und Kunden. Meine Vision: Ein smartes Unternehmen mit Mitarbeitenden als Fans und begeisterten Kunden weltweit werden.

Inwiefern prägt die neue Geschäftsführung die Unternehmenskultur von Online?

Thomas Batsch: Die Unternehmenskultur ist inzwischen über 30 Jahre gewachsen zusammen mit dem Unternehmen und hat sich im Laufe dieser Jahre auch verändert. Seit unser Sohn Alexander 2014 ins Unternehmen und jetzt in die Geschäftsleitung eingetreten ist, sieht er Potenzial für Veränderung und Entwicklung: Sowohl innerhalb der Arbeiterteams, wo es um Veränderung der Denk- und Arbeitsweisen geht, als auch bei neuen Geschäftsstrategien. Ein frischer Wind weht durchs Unternehmen. Trotz der aktuell schweren Zeit stehen die Zeichen auf einer neuen Kultur der Zusammenarbeit wie auch auf Prozessveränderung.

Wie schaffen Sie es, altes loszulassen und sich den Veränderungen zu öffnen?

Alexandra Batsch: Das ist eine gute Frage.... Mein Mann und ich, wir spüren seit einiger Zeit - nicht zuletzt auch durch den intensiven und permanenten Dialog mit Alexander - den Wandel in der Arbeitswelt, der sich durch Corona seit einem Jahr noch deutlich beschleunigt hat. Da haben wir sehr viel gelernt, was alleine durch den Einzug von Homeoffice alles möglich ist - mit überzeugenden Vorteilen. Virtuelle Treffen, Besprechungen und Termine sind ebenfalls in unsere Arbeitswelt eingezogen. Und so sehen wir alleine in diesen beiden Veränderungen viele interessante, nachhaltige Möglichkeiten. Es ist andererseits auch eine steile Lernkurve, die wir durchleben. Wir merken deutlich, dass wir doch „die Alten“ sind, und die jungen Leute viel Geduld mit uns haben müssen. Das Potenzial für die neue Arbeitswelt nach Corona ist sehr groß, und letztlich sind wir doch mit dem Leistungsanspruch groß geworden: Nichts ist beständiger als der Wandel - und das war niemals aktueller als heute.

Vielen Dank.

www.online-pen.de



Schneider Schreibgeräte

Umweltmanagement muss transparent sein

Nicht nur die Liebe zum Schreiben und zur Handschrift, sondern auch die Umweltverantwortung sind in der Firmenpolitik tief verankert. Christian Schneider, Geschäftsführer Schneider Schreibgeräte, gibt uns Einblicke, wie das Thema Nachhaltigkeit im Unternehmen umgesetzt wird.

Das Thema Nachhaltigkeit spielt in unserer Gesellschaft eine immer wichtigere Rolle. Der PBS Report möchte diesem Thema eine Bühne bieten und hat erstmals den „PBS Report Green Award“ verliehen. Mit diesem Preis möchte das Fachmagazin das „grüne Büro“ weiter thematisieren und nachhaltigen Produktlösungen eine breite Plattform bieten. Schneider Schreibgerätes neuestes Produkt, der Kugelschreiber Reco, wurde in diesem Jahr von der Fachjury zum Gewinner in der Kategorie „Schreiben“ gekürt. Das mit EMAS zertifizierte Unternehmen hat sich im Bereich Nachhaltigkeit schon mehrfach einen Namen gemacht, und auch der Kugelschreiber Reco darf bereits mehrere Logos tragen, unter anderem das des „Blauen Engels“. Wir haben beim Schreibgerätehersteller nachgefragt, was das Produkt kann und welche Materialien wirklich die Nachhaltigsten sind.

Schneider: Vielen Dank noch einmal für diesen tollen Preis! Er ist für uns und

unser Engagement für nachhaltiges Arbeiten und Handeln eine wertvolle Bestätigung und Anerkennung.

Mit EMAS als Umweltmanagementsystem fängt Nachhaltigkeit im Fertigungsprozess an. Es steckt weit mehr hinter dem Begriff Nachhaltigkeit als nur die Verwendung von umweltschonenden Materialien für Produkte und Verpackung. Welche Maßnahmen hat Schneider Schreibgeräte in der Herstellung getroffen?

Schneider: Für uns lag in Sachen Nachhaltigkeit lange Jahre der Fokus hauptsächlich auf dem Fertigungsprozess. Bereits im ersten Jahr der EMAS-Zertifizierung erfolgte der große Schritt zur Umstellung des Strombezugs auf regenerativ. Darüber hinaus gewinnen wir Strom durch eigene Erzeugung aus Kraft-Wärme-Kopplung und der an allen Schneider-Standorten installierten Photovoltaikanlagen. Nicht nur die Umstellung auf Naturstrom, sondern auch allgemeines Stromsparen durch ver-

brauchsärmere Maschinen, Computer und Drucker und auch effektivere Spritzgießmaschinen etc. verbesserten die Energie- und CO₂-Bilanz unserer Firmenabläufe signifikant. Am Standort Tennenbronn ist der Ausstoß an Emissionen in den vergangenen zehn Jahren in Relation zur Produktmenge um fast 80 Prozent gesunken.

Unser erstes Ziel war es, für eine Umwelt- und Ressourcen schonende Produktionsweise zu sorgen, jedoch steht die Nachhaltigkeit auch auf Produktebene im Fokus. Dabei legen wir besonders großen Wert auf die Produktqualität und Langlebigkeit, denn Müll vermeiden ist immer noch die beste Form von Umweltschutz. Aus diesem Grund achten wir auch auf die Nachfüllbarkeit unserer Produkte. Die einfachen und sauberen Nachfüllmöglichkeiten, die wir für viele unserer Produkte anbieten, gewährleisten die uneingeschränkte Nutzbarkeit unserer Schreibgeräte über mehrere Jahre.



Die eingesetzten Recycling-Kunststoffe (links) werden von einem unabhängigen Institut auf den Recyclatgehalt geprüft und zertifiziert. Die daraus gefertigten Produkte dürfen gemäß der Norm DIN EN ISO 14021 als Recyclingprodukte bezeichnet werden. In der Kunststofffertigung (oben) werden die Kunststoffteile für die einzelnen Modelle gespritzt. Dabei weisen die biobasierte Kunststoffe dieselben Eigenschaften wie herkömmliche Kunststoffe auf.

Die Verwendung von biobasierten und Recyclingkunststoffen kam erst später. Als Hersteller von Massenprodukten ist es diesbezüglich unser Anspruch, dass man es den Produkten nicht ansehen sollte, dass sie nachhaltig sind. Von Anfang an war es unser Bestreben, weiterhin eine breite Zielgruppe anzusprechen und dies mit einem wirtschaftlich und ökologisch sinnvollen Fertigungsprozess zu unterlegen.

Welche Ressourcen schonenden Materialien verwendet Schneider Schreibgeräte für die Produktion der Schreibgeräte?

Schneider: Wir verwenden seit vielen Jahren biobasierte Kunststoffe und leisteten in diesem Bereich Pionierarbeit. Biobasierte Kunststoffe weisen für Schreibgeräte dieselben tollen Eigenschaften wie herkömmliche Kunststoffe auf und stellen demnach eine ebenbürtige und langfristige Alternative dar.

Neben biobasierten Kunststoffen setzen wir außerdem zunehmend auf recycelte Kunststoffe. Die Aufbereitung eines Recyclats ist mit weitaus weniger Energieeinsatz verbunden als die Gewinnung von Rohöl, welches den Ausgangsrohstoff für Neu-Kunststoff darstellt. Die Verwendung von Recycling-Kunststoff hilft außerdem dabei, die immer knapper werdenden Rohstoff- und Energiequellen zu schonen und aufzuzeigen, dass es sich bei Kunststoff um einen hochwertigen Werkstoff handelt, den man wie ein solcher für neue Produkte ansehen und behandeln sollte.



Christian Schneider leitet gemeinsam mit Frank Groß den Schreibgerätehersteller mit Sitz in Tennenbronn. Seit über 20 Jahren lässt sich Schneider Schreibgeräte nach den strengen „EMAS“-Regeln der europäischen Union zertifizieren.

Unsere eingesetzten Recycling-Kunststoffe werden von einem unabhängigen Prüfinstitut auf den Recyclatgehalt geprüft und zertifiziert. Sie stammen aus vertrauenswürdigen Quellen und die daraus gefertigten Produkte dürfen gemäß der Norm DIN EN ISO 14021 als Recyclingprodukte ausgelobt werden.

Sie bieten für diese Materialien eine Vielzahl an Zertifikaten. Ist es nicht so, dass diese Zertifikate den Verbraucher eher überfordern, und haben Sie vielleicht einen Tipp auf welche Zertifikate man beim Kauf von nachhaltigen Produkten achten sollte?

Schneider: Ja das stimmt! Die Vielzahl an Zertifikaten überfordern tatsächlich den Verbraucher manchmal. Wir kennen

dieses Problem als Verbraucher ja selbst auch beispielsweise bei Lebensmitteln. Nichts desto trotz sind die Zertifikate sicherlich gut zur Orientierung. Wir beobachten leider immer wieder, dass verschiedene Themen, wie biobasierte Kunststoffe und Bioabbaubarkeit, Recycling und Recyclbarkeit in Werbeaussagen nicht korrekt formuliert sind oder missverständlich dargestellt werden, um die Wahrnehmung der Verbraucher gezielt zu beeinflussen. Auch bei den prozentualen Anteilen an biobasierten oder recycelten Kunststoffen oder deren Herkunft wird oft sehr großzügig mit Aussagen umgegangen. Aus diesem Grund befürworten wir Zertifikate, denn sie helfen auch grundlegend dabei all-gemeingültige Richtlinien einzuführen und Greenwashing zu erschweren.

Transparenz zu schaffen ist sehr komplex, anfangs sicher auch aufwendig und kostspielig, jedoch denken wir, dass es sich auf lange Sicht auszahlt ehrlich zu sein, denn man gewinnt als Unternehmen Glaubwürdigkeit. Aus diesem Grund haben wir uns auch 1998 für unsere EMAS Zertifizierung entschieden, denn uns liegt es am Herzen, unser Umweltmanagement ehrlich und korrekt zu kommunizieren. Durch die von EMAS vorgeschriebene Veröffentlichung eines Nachhaltigkeitsberichts inklusive aller Unternehmenszahlen schaffen wir sowohl unternehmensintern als auch gegenüber allen Marktteilnehmern ein Höchstmaß an Transparenz in Bezug auf das Engagement eines gesamten Unternehmens. Auch auf Produktebene setzen wir auf Transparenz und lassen unsere Rohstoffe auf Schadstoffe prüfen und arbeiten für alle Recyclingprodukte mit einem unabhängigen, vereidigten Sachverständigen, der sowohl die Herkunft als auch den genauen Anteil des Recyclingmaterials zertifiziert. In manchen Fällen ist es eine richtige Herausforderung die Nachweise zu erhalten. Dies sollte jedoch in jedem Fall angestrebt werden. Für den Handel sind sicherlich DinCertco und EuCertplast in dieser Hinsicht glaubwürdige Zertifizierungsgesellschaften.



Reco, der erste Kugelschreiber, der mit dem Umweltzeichen „Blauer Engel“ ausgezeichnet ist, überzeugt durch seine besonders umwelt- und ressourcenschonende Herstellung. Das Gehäuse besteht aus 92 Prozent recyceltem Kunststoff. Das stromlinienförmige dynamische Design in Kombination mit seiner matt schimmernden Oberfläche sorgt für ein schlichtes, aber elegantes Erscheinungsbild. Reco wurde 2021 mit dem „PBS-Green-Award“ ausgezeichnet.

Was ist sinnvoller? Der Einsatz von Recycling- oder biobasierten Kunststoffen?

Schneider: Beides ist absolut sinnvoll. Die beiden Wege der Ressourcenschonung darf man nicht in Konkurrenz stellen, denn jede Art hat ihre Berechtigung. Der Einsatz hängt stark von den Anforderungen an das daraus entstehende Produkt ab. Auch Produkte aus biobasiertem Kunststoff und somit einer nachwachsenden Ressource können am Ende recycelt werden. Außerdem können nicht alle Produkte aus Recyclingmaterial gemacht werden, da es in der Welt zum einen nicht genügend Recyclingmaterial gibt und zum anderen die Alternativen zum ölbasierten Kunststoff erforscht werden müssen, da das Öl ja auf lange Sicht ausgeht und dann Alternativen gebraucht werden.

Ist Recycling-Kunststoff günstiger als Neuware?

Schneider: Für unsere Einsatzzwecke leider nicht. Da qualitative und auf Schadstoffe geprüfte Recyclate unsere Maxime sind, müssen wir auf speziell geeignete Recyclate aus zertifizierten Quellen zurückgreifen. Auch hier gibt es Unterschiede und es kommt auf die Art und auf den Aufbereitungsprozess an, den der Recyclingkunststoff benötigt. Leider kann man nicht allgemein sagen, dass Recyclingkunststoffe automatisch günstiger sind als Neuware. Wir setzen trotzdem Recycling-Kunststoff aus Überzeugung

ein und bieten dieses Add-On für unsere Kunden kostenneutral an.

Gibt es auch Hürden in der Verarbeitung von solchen neuen alternativen Werkstoffen?

Schneider: Ja, die gibt es auf jeden Fall. Der Markt für qualitativ hochwertige Recyclate ist begrenzt und die Nachfrage sehr hoch. Viele Firmen verwenden inzwischen Recyclingmaterial und kaufen teilweise sehr große Mengen. Zur Sicherung unseres Bedarfs setzen wir aus diesem Grund auf langfristige Partnerschaften mit unseren Lieferanten, denn neben der Verfügbarkeit spielt vor allem auch die gleichbleibend hohe Qualität der Kunststoffe eine entscheidende Rolle.

Haben Sie schon Pläne und Ideen, wie Schneider Schreibgeräte noch nachhaltiger werden kann?

Schneider: In der Produktion und bei bestehenden Produkten inklusive deren einzelnen Werkstoffen hinterfragen wir immer wieder aufs Neue, was in Bezug auf Nachhaltigkeit verbessert werden kann. Zum Schutze der Umwelt und der endlichen Ressourcen ist die Suche nach neuen Lösungen daher unverzichtbar. Sicherlich werden wir auch in Zukunft weiterhin auf alternative Rohstoffe setzen und auch im Betrieb findet man immer wieder neue Möglichkeiten um noch etwas besser zu werden.

www.schneiderpen.com

Unsere klimaneutrale Produktfamilie



Klimaneutral
Produkt
ClimatePartner.com/15316-2011-1001

AMOS

SCHWERIN - HAMBURG - BIELEFELD - STUTTGART

www.amos-stempel.de/nachhaltigkeit



Steinbeis produziert seit über 40 Jahren Recyclingpapier. In einer der modernsten Papierfabriken Europas stellt das Unternehmen energieeffizient, emissionsarm und ressourcenschonend ausgezeichnete grafische Papiere her.

Neuer Markenauftritt mit „ReThinkingPaper“

Der europäische Marktführer für grafische Recyclingpapiere Steinbeis Papier präsentiert sich in diesem Jahr mit einem neuen Markenauftritt. „ReThinkingPaper“ ist dabei neuer Claim, Markenversprechen und vor allem zentraler Leitsatz des Unternehmens.

Er ist Ausdruck eines Selbstverständnisses, das Steinbeis Papier bereits seit Mitte der 70er-Jahre prägt und zeigt, dass das Unternehmen schon immer deutlich mehr Wert auf Taten legt als auf Worte.

Das Umdenken begann bei Steinbeis Papier bereits 1976 - lange bevor Nachhaltigkeit und Ressourcenschutz bestimmende Wirtschaftstrends wurden. Schon damals hatte das Unternehmen die nötige Weitsicht, einen ökologischen Modellierungsprozess aufzusetzen, der von der ressourcen- und energieintensiven Papierherstellung unter Einsatz von Holz zur ökologisch integrierten und kreislaufbasierten Produktion auf Basis von 100 Prozent Altpapier führte.

Diese grundlegende Entscheidung, dem Umweltschutz die höchste Priorität zuzugestehen, hat das Unternehmen seitdem immer geleitet. Allein in den letzten 19 Jahren wurden so in Glückstadt ca. 375 Millionen Euro in nachhaltige Technologien und Produktionsprozesse investiert - und damit die Weichen für eine Entwick-

lung gestellt, die die Zukunft des Recyclingpapiermarktes in Deutschland und Europa wesentlich prägt.

Mit einer neuen Kommunikationsstrategie inklusive eines zeitgemäßen visuellen Auftritts kommuniziert Steinbeis Papier dieses Jahrzehntealte Selbstverständnis ab sofort klar und deutlich nach außen. So möchte das Unternehmen sich als Teil einer globalen grünen

Revolution positionieren und andere dazu inspirieren, nachhaltiger zu handeln. Der Claim „ReThinkingPaper“ fungiert dabei gleichzeitig als Zusammenfassung des bisher Geleisteten als auch als Versprechen für die Zukunft. Das neue Corporate Design ist so modern wie eindrucksvoll und zeigt im Detail, dass Steinbeis das Umdenken verinnerlicht hat: Die Papiersorten tragen nun keine Namen mehr, sondern Nummern,



Recyclingpapiere mit dem Blauen Engel bestehen aus 100 Prozent Altpapier. Dadurch verbrauchen sie in der Herstellung deutlich weniger Ressourcen als Frischfaserpapiere.



Während der gesamten Herstellung wird darauf geachtet, möglichst effizient zu arbeiten. So entstehen die Steinbeis Recyclingpapiere besonders emissionsarm und ressourcenschonend.

die sie nach ihrem Weißgrad ordnen und so die Orientierung erleichtern. Klare Icons und große Zahlen machen auf den ersten Blick deutlich, wie viele Ressourcen bei der Benutzung gespart werden.

Die Differenzierung der Produkte resultiert aus dem jeweiligen Rohstoffeinsatz. Steinbeis setzt bei all seinen Papieren 100 Prozent Altpapier ein. Doch Altpapier ist nicht gleich Altpapier. Im Detail bedeutet dies, dass bei der Produktion von Steinbeis No.1 überwiegend die sogenannte Haushaltssammelware als Rohstoff eingesetzt wird. Im Vergleich hierzu wird bei der Steinbeis No.4 ein Altpapier auf Basis von Gewerbeabfällen, wie beispielsweise Rückläufer von Zeitschriften, im Herstellungsprozess eingesetzt.



Ulrich Feuersinger, Geschäftsführer Steinbeis Papier GmbH

Welchen Stellenwert nimmt „Nachhaltigkeit“ in Ihrer Unternehmensstrategie ein?

Feuersinger: Für Steinbeis Papier und die gesamte Steinbeis-Gruppe ist Nachhaltigkeit ein integrativer Bestandteil. Die Fokussierung der Unternehmen auf Nachhaltigkeit im Geschäftsmodell ist essentiell. Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung sind Leitbild und quasi Unternehmens-DNA. Wir denken und handeln in Kreisläufen für einen rücksichtvollen und sparsamen Umgang mit Ressourcen. Mit der daraus resultierenden Kreislaufwirtschaft leisten wir unseren Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit und übernehmen Verantwortung für die nachfolgenden Generationen. Unser neuer Markenkern unterstreicht dies nochmal und animiert auch unsere Kunden und andere Unternehmen zum Umdenken - jeder kann schon mit wenigen Schritten seinen Beitrag leisten.

Wie wichtig ist Ihnen persönlich nachhaltiges Handeln?

Feuersinger: Nachhaltigkeit ist mehr als nur ein Trend. Sie steht für unsere Zukunft. Wir haben nur eine Erde, die uns mit allen Ressourcen versorgt, die wir zum Leben und Wirtschaften benötigen. Ein sorgsamer Umgang mit diesen Ressourcen ist wichtiger denn je. Und der erste Schritt zu mehr Nachhaltigkeit ist immer das Umdenken. Jeder Einzelne ist hier gefordert und sollte motiviert sein, seinen Beitrag zu leisten. Nachhaltigkeit steht für Langfristigkeit und Verantwortung.

pbs green award



Gewinner 2021

Bürobedarf & Papier

Steinbeis

ReThinkingPaper
No 1 bis No 4



Von Papier geht auch im digitalen Zeitalter eine besondere Kraft und Bedeutung aus. Papier ist unverzichtbar und allgegenwärtig - mehr als 20 Millionen Tonnen Papier, Karton und Pappe werden allein in Deutschland jedes Jahr verbraucht. Umso wichtiger ist es, beim Papier die nachhaltigste Wahl zu treffen. Und genau dort setzt die Idee hinter ReThinkingPaper Steinbeis No 1 bis 4 an: Zur Herstellung muss kein einziger Baum gefällt werden, da zu 100 Prozent Altpapier verwendet wird. Im Vergleich zu herkömmlichen Papieren sparen die Druck- und Kopierpapiere Steinbeis No 1 bis 4 bis zu 72 Prozent Energie, 83 Prozent Wasser und 53 Prozent CO₂ ein. Die Produkte sind mit dem Blauen Engel und dem EU Ecolabel ausgezeichnet.

www.stp.de

www.rethinking-paper.de



Am Stammsitz in Schramberg (Tennenbronn) ist die Forschung, Entwicklung, Werkzeugbau, Kunststofftechnik, Montage-/Komponentenherstellung sowie Marketing und Vertrieb angesiedelt. Die Schreibgeräte aus dem Hause Schneider tragen das Siegel „Made in Germany“.

„Verantwortung übernehmen liegt in unserer Natur“

Seit dem Tag der Gründung ist Schneider für Innovationen und Erfolge innerhalb der PBS-Branche bekannt. Mittlerweile feiert das Unternehmen über 80 Jahre Firmengeschichte. Das Familienunternehmen wurde in der Kategorie „Schreibgeräte“ mit dem PBS Green Award ausgezeichnet.

Die Schneider Schreibgeräte GmbH ist ein Hersteller von Schreibgeräten mit Hauptsitz in Schramberg-Tennenbronn. Das Unternehmen hat heute ca. 530 Mitarbeiter an drei Standorten in Deutschland (Schramberg-Tennenbronn, Wernigerode und Weilheim). Das 1938 gegründete Familienunternehmen stellte zunächst Schrauben und Drehteile her.

Nach Ende des Zweiten Weltkriegs stellte Schneider seine Produktion auf Kugelschreiber-Minen um, nachdem die Unternehmensleitung von dem noch jungen Schreibgerät Kugelschreiber hörte. Schneider gehörte damit zu den ersten Kugelschreiber-Minenherstellern weltweit und hatte maßgeblichen Anteil daran, dass die Einführung der Norm DIN 16554 im Jahre 1958 brancheneinheitliche Maße für die Kugelschreibermine schaffte. Schneider wurde zum Marktführer und der Werbeslogan des Unternehmens „Die gute Schneider-Mine“ war weit bekannt. Seit 1957 produziert Schneider nicht nur Minen, sondern auch komplette Kugelschreiber, später kamen auch andere

Schreibgeräte dazu. 1991 erwarb das Unternehmen den Füllhalterhersteller VEB Heiko in Wernigerode.

Heute produziert Schneider Kugelschreiber, Füllhalter, Textmarker, Tintenroller, sonstige Marker, Minen und Tintenpatronen. Die Produktion erfolgt ausschließlich in Deutschland. Schneider legt dabei besonderen Wert auf Umweltschutz und ist erstes - und über zehn Jahre einziges - Unternehmen der Branche, das seit 1998 nach dem Umwelt-Management-

System gemäß EG-ÖKO-Audit-Verordnung EMAS zertifiziert ist.

Schneider ist besonders stolz den Gewinn in der Kategorie Schreibgeräte mit dem Kugelschreiber Reco bekommen zu haben. Reco hat dank seinen Eigenschaften bereits einige Preise, wie den German Design Award und den PSI Sustainability Award „Sustainable Product“ gewinnen können. Er ist außerdem der einzige Kugelschreiber, der sich mit dem Blauen Engel schmücken darf.



Von den rund 430 Mitarbeitern am Stammsitz von Schneider fahren rund 120 mit einem Job-Fahrrad umweltfreundlich zur Arbeit. Der Schwarzwald bietet dazu die ideale Umgebung.



Durch Innovationen in allen Produktbereichen konnten in den vergangenen Jahren bei Schneider herausragende Meilensteine gesetzt werden. Hier zu sehen der Slider Edge mit der innovativen Viscoglide-Technologie.

Welchen Stellenwert nimmt „Nachhaltigkeit“ in Ihrer Unternehmensstrategie ein?

Schneider: Wir haben schon früh damit begonnen, uns um ressourcen- und umweltschonende Verfahren zu kümmern - zu einer Zeit, als dies noch von vielen belächelt wurde. Bereits 1995 haben wir uns Gedanken über ein Umweltmanagementsystem gemacht. Die erste Umwelt-Begehung wurde am Standort Tennenbronn dann im Mai 1996 von der TÜV Energie und Umwelt GmbH durchgeführt. Vorläufer von EMAS war die Verordnung (EWG) Nr. 1836/93 über die freiwillige Beteiligung gewerblicher Unternehmen an einem Gemeinschaftssystem für das Umweltmanagement und die Umweltbetriebsprüfung. Mit dieser Verordnung wurde das erste Umweltmanagementsystem bei Schneider etabliert. Als erstes Unternehmen der Branche erhielten wir dann 1998 das

EMAS-Zertifikat, das wir seither regelmäßig revalidiert haben. Später wurde die ISO 14001 in EMAS integriert, und so hatten wir sowohl die ISO 14001 als auch das Plus, das EMAS bietet. Anliegen unseres Unternehmens ist es, in allen Bereichen so umweltfreundlich wie möglich zu produzieren und Emissionen einzusparen. Seit 2011 stellen wir Schreibgeräte aus biobasiertem Kunststoff her und haben mit dieser Entwicklung Pionierarbeit geleistet. Biobasierte Kunststoffe werden aus nachwachsenden Rohstoffen gewonnen und schonen somit die endlichen Ressourcen und die Umwelt, da die Erdölgewinnung eine große Belastung für diese darstellt. Mit dem serienmäßigen Einsatz von biobasierten Kunststoffen tragen wir zur Verbreitung von Alternativen für erdölbasierte Kunststoffe bei und helfen deren optimierte Herstellung weiter voranzutreiben. Neben biobasierten Kunststoffen verwenden wir seit 2018 auch zunehmend Recycling Material. Auch diese Alternative zu herkömmlichem Kunststoff schont die Ressourcen und verursacht weniger Emissionen als die Gewinnung und Verarbeitung von Virgin Kunststoff.

Wie wichtig ist Ihnen persönlich nachhaltiges Handeln?

Schneider: Ich verstehe darunter ein Denken und Handeln, das die ökologische, soziale und finanzielle Zukunft unserer Lebensgrundlagen nicht gefährdet. Daraus leite ich für mich ab, dass die Sicherung der Zukunft meiner und aller Kinder für mich der wichtigste Maßstab ist.



Christian Schneider, Geschäftsführer Schneider Schreibgeräte, Tennenbronn.

pbs green award



Gewinner 2021

Schreibgeräte

Schneider

Erster „Blauer Engel“ für Kugelschreiber



Reco heißt der neue nachfüllbare Druckkugelschreiber, dessen Gehäuse aus 92 Prozent Recyclingmaterial hergestellt ist und als erster Kugelschreiber mit dem „blauen Engel“ ausgezeichnet wurde. Der Reco ist in drei verschiedenen Gehäusefarben erhältlich: weiß, schwarz und dunkelblau. Das moderne und dynamische Design machen ihn durch seine matt, schimmernde Oberfläche zu einem echten Highlight. Reco wird umwelt- und ressourcenschonend nach den Kriterien des „Blauen Engels“ am Standort in Süddeutschland hergestellt. Der Anteil des Recyclingmaterials wurde von einem unabhängigen Prüfinstitut bestätigt. Auch die Rohstoffquelle, und somit die 100-prozentige Verwendung von Post-Consumer-Recycling wurde von der europäischen Zertifizierungsgesellschaft EuCertPlast belegt.

www.schneiderpen.com



Für kreative Bastelfreunde, die nachhaltig handeln wollen, bietet Max Bringmann das richtige Sortiment.

Ohne Bäume keine kreativen Träume

Seit über 56 Jahren inspiriert die Max Bringmann KG Menschen weltweit zum Basteln. Viel hat sich in den letzten Jahrzehnten geändert, doch geblieben ist die Liebe zum Papier. Das breitgefächerte Produktsortiment von Folia umfasst heute über 5000 Produkte.

Mit der Idee, Aluminiumfolie an kreative Bastelköpfe zu verkaufen, begann die Erfolgsgeschichte von Max Bringmann 1965 als Dreimann-Betrieb im Nürnberger Land. Seit nun mehr 56 Jahren begeistert das Familienunternehmen unter dem Markennamen Folia die Bastelherzen auf der ganzen Welt.

In Familienhand entwickelte sich das stetig wachsende Traditionsunternehmen zu einem weltweit agierenden und erfolgreichen Hersteller von Qualitätsprodukten im Kreativsegment. Ein Mix aus Präzision und Intuition, aber auch die Freude am Produkt haben dazu beigetragen, Folia schnell wachsen zu lassen. Doch gute Qualität benötigt auch ein gutes Management. So ist das ISO-zertifizierte Unternehmen stets darauf bedacht, dass Qualitätsorientierung von jedem Mitarbeiter Tag für Tag gelebt wird.

Die Prämisse bedenken- und gefahrloser Bastelfreude für Groß und Klein wird durch entsprechende ökologische, wirtschaftliche und soziale Standards ge-

währleistet. Zertifizierungen wie der Blaue Engel sowie die Einhaltung gesundheits- und sicherheitsbedingter Vorschriften beweisen den Einsatz für eine umweltfreundliche Kreativ- und Bastelbranche.

Der nachhaltige Gedanke findet sich bei Folia nicht nur im Produkt, sondern auch am Produkt wieder. Ihre Verpackungen

entwickeln sie unter dem grünen Aspekt stets erfolgreich weiter, um durch eine Reduktion von Plastik und die Vermeidung von Verbundstoffen ein umweltfreundliches Packaging gewährleisten zu können.

Das breitgefächerte Produktsortiment von Folia umfasst über 5000 Produkte. Ob Bastelbedarf, Büro und Zeichenbe-



Der kunterbunte Folia Regenbogen zaubert nicht nur Mitarbeiter*innen ein Lächeln ins Gesicht.



Folia liebt Papier in allen Formen, Größen und Farben.

darf oder eine bunte Auswahl an Tapes, Stiften & Farben - für jedes DIY ist hier das passende Produkt dabei. Bei der Entwicklung bzw. Optimierung der vielschichtigen und umfangreichen Artikelgruppen steht der Umweltgedanke stets im Vordergrund.

Welchen Stellenwert nimmt „Nachhaltigkeit“ in Ihrer Unternehmensstrategie ein?



Der Gründer Max Bringmann in den 1960er Jahren.

Folia: Wir wollen nicht nur nachhaltig produzieren, sondern auch nachhaltig leben. So unterstützen wir auch jenseits der Folia Kreativstätte eine umweltbewusste Lebensweise. Durch Zuschüsse für E-Bikes und das Nutzen des öffentlichen Nahverkehrs, versuchen wir die Kolleginnen und Kollegen in ihrem grünen Handeln bestmöglich zu unterstützen. Auch E-Fahrer und Fahrerinnen bekommen auf einem E-Parkplatz mit modernen Ladesäulen den notwendigen Energieschub.

Die Herzensangelegenheit vieler DIY's ist die Grundlage unseres Folia-Produktportfolios. Fotokarton- und Tonpapier in den schönsten Regenbogenfarben bietet für Kreative eine echte Inspirationsquelle. Doch nicht nur das: Konsequenter setzt Folia dabei schon seit über 30 Jahren auf Nachhaltigkeit und Umweltverträglichkeit. Denn der Einsatz von Altpapier hilft dabei, Wasser und Energie zu sparen. So leben bei der Verwendung von Folia Tonpapier und Fotokarton unsere Kunden nicht nur ihre Kreativität aus, sondern auch ihr Verantwortungsgefühl.

www.folia.de

pbs green award



Gewinner 2021

Papeterie & Lifestyle

Max Bringmann

**Folia Tonpapier,
Ton- und Fotokarton**



Was wären Träume ohne Bäume? Nachhaltigkeit gehört zu den Kernwerten von folia. So schützen sie mit ihren Produkten nicht nur die Bedürfnisse der kreativen Köpfe, sondern die Anliegen unserer Umwelt generell. Damit Folia Tonpapier, Tonkarton und Fotokarton diesem Umweltbewusstsein gerecht werden, hat sich Folia bewusst für die Verwendung von 100 Prozent Recyclingpapier entschieden. Die Zertifizierung durch den „Blauen Engel“ garantiert, dass die Papierfasern der Produkte aus 100 Prozent Altpapier gewonnen werden. Im Gegensatz zu Frischfaserpapier schützt Altpapier nicht nur die Wälder, das Klima und die natürlichen Ressourcen, sondern auch die Gesundheit. Der Energie- und Wasserverbrauch sowie die Verwendung von Schadstoffen und Chemikalien ist wesentlich geringer. „Ohne Bäume keine Träume.“

www.folia.de



Die Produkte von Chic.mic sind nachhaltig produziert und punkten mit trendigem Design.

Leidenschaftlich nachhaltig

Chic.mic ist ein junges Familienunternehmen, das nachhaltige Trendprodukte für den Haushalt und für unterwegs bietet. Der Schutz des Klimas und der Ressourcen stehen dabei an erster Stelle. Doch auch bei Design und Gestaltung wird gepunktet.

Das Unternehmen Chic.mic wurde 2010 von Khadem Hossini in Frankfurt gegründet, mittlerweile ist auch seine Tochter Sarah mit dabei und Chic.mics Standort wurde nach Friedberg, vor die Tore der Stadt, verlegt. Mit der ansprechend gestalteten Papeterie, den To-Go-Behältern und Küchenprodukten wird eine junge, aufgeschlossene und trendbewusste Zielgruppe angesprochen, die sich gerne mit coolen Gegenständen umgibt und damit Statements setzt.

Der Umwelt-Aspekt steht dabei im Vordergrund. Sarah Hossini betont: „Nachhaltigkeit ist für uns erstmal ein Grundprinzip, nach dem wir das Handeln unseres Unternehmens orientieren. Für uns sind dabei bewusster Konsum und Nachhaltigkeit keineswegs Gegensätze, da wir der Überzeugung sind, dass man nachhaltig bewusst konsumieren kann.“ Als Beispiel nennt sie die Küchentücher aus organischer Baumwolle. Der Kunde oder die Kundin kaufe Küchenhandtücher aus zertifizierter Bio-Baumwolle, sprich nachhaltig produzierte Küchenhandtücher, die man immer wieder verwenden könne und

habe damit einen nachhaltigen bewussten Konsum.

Bioloco plant-Kollektion

Die Bioloco plant-Kollektion, die unter anderem aus Coffee-To-Go-Becher, Lunchbox und Lunchpot besteht, zeichnet sich durch besondere Konsequenz beim Umweltschutz aus. Der verwendete Rohstoff ist das pflanzenbasierte Material PLA (Poly Lactic Acid oder auch Polymilchsäuren), das aus Pflanzenzucker

gewonnen wird und biologisch abbaubar ist. Es verbraucht bei der Produktion deutlich weniger Energie als beispielsweise Edelstahl oder Glas. Ein Kilogramm PLA wird aus 1,6 Kilogramm Pflanzenzucker hergestellt. Bei der Produktion von einem Kilogramm PLA entstehen 500 Gramm CO₂ (zum Vergleich: Bei der Produktion von einem Kilogramm Plastik entstehen fünf Kilogramm CO₂). Das Material ist hitzebeständig bis 140° Celsius. Darüber hinaus wurde für die bei





Bei chic.mic sind nicht nur die meisten Produkte klimapositiv - auch das Unternehmen ist klimaneutral.

der Produktion verursachten Treibhausgase eine Kompensationsmaßnahme getroffen, bei der die doppelte Menge der verursachten Treibhausgase mithilfe von Klimaschutzprojekten wieder eingespart wird.

Welchen Stellenwert nimmt „Nachhaltigkeit“ in Ihrer Unternehmensstrategie ein?

Hossini: Chic.mic setzt das Thema Nachhaltigkeit mit der Klimaneutralität unseres Betriebs sowie klimapositiven Produkten um. Klimaneutralität bedeutet, ein Gleichgewicht zwischen Kohlenstoffemissionen und der Aufnahme von Kohlenstoff aus der Atmosphäre herzustellen. Da wir bei chic.mic Verantwortung übernehmen und unseren Beitrag dazu leisten möchten, dass Europa der erste klimaneutrale Kontinent



Sarah Hossini, Marketingleitung bei Chic.mic

wird, gleichen wir unsere unvermeidbaren Emissionen durch hochwertige CO₂-Minderungszertifikate aus. Das heißt, es wird die produzierte Menge von CO₂ bei der Produktion und beim Transport unserer Produkte errechnet und dieser Betrag wird mit dem Kauf eines Zertifikats ausgeglichen bzw. neutralisiert. Das bezahlte Geld wird wiederum in ausgewählte Klima-Projekte auf der ganzen Welt investiert.

Das ist aber nicht alles, was man tun kann, denn man kann für seine Produkte natürlich auch mehr Zertifikate erwerben und so in doppelter Menge in Klimaprojekte investieren. Diese Produkte sind dann nicht ‚nur‘ klimaneutral, sondern klimapositiv. Mittlerweile sind bei chic.mic die meisten Produkte klimapositiv und unser Unternehmen an sich klimaneutral. Mit unseren Beiträgen unterstützen wir zum Beispiel Aufforstungsmaßnahmen in Uruguay oder die Waldaufforstung in Peru.

Wie wichtig ist Ihnen persönlich nachhaltiges Handeln?

Hossini: Das umweltbewusste Handeln erschöpft sich bei Chic.mic nicht mit der Herstellung der Produkte. Wir sind außerdem mit dem Unternehmen raus aus der Großstadt aufs Land gezogen. Hier haben wir ein Büro, das mit Solarenergie versorgt wird und einen tollen Vermieter, der Demeter-Honig herstellt - das passt einfach viel besser zu unserer DNA.

www.chicmic.de

pbs green award



Gewinner 2021

Gesundheit & Ergonomie

chic.mic

bioloco plant Lunchbox



Die bioloco plant Lunchbox verfügt über einen innliegenden Trenner, so dass man problemlos zwei unterschiedliche Gerichte transportieren kann. Der Bambusdeckel mit Textilband sorgt für einen luftdichten Verschluss. Die Lunchbox ist aus PLA, einem biobasierten Material hergestellt, das aus Pflanzenzucker gewonnen wird. Die Lunchbox ist recycelbar und industriell kompostierbar. Das Produkt enthält 0 Prozent Melamin und 0 Prozent BPA. Es ist bis 140°C hitzebeständig, spülmaschinengeeignet und mikrowellengeeignet und somit ein echtes Multitalent als Alltagsbegleiter. Durch die Zertifizierung als klimapositives Produkt werden die bei der Produktion entstandenen Treibhausgase durch die Beteiligung an Klimaschutzprojekten in doppelter Höhe ausgeglichen.

www.chicmic.de



Das Recycling-Werk von Brother in Krupina/Slowakei wurde 2007 eröffnet und beschäftigt 150 Mitarbeiter. Zusammengerechnet produziert der Drucker-Hersteller in seinen Recycling-Werken weltweit jährlich über drei Millionen Tonerkartuschen - davon entfallen alleine 1,2 Millionen auf das Werk in Krupina.

Wiederaufbereitung von Tonerkartuschen

Im Herzen der Slowakei hat der Druckerhersteller Brother ein Werk für das Recycling seiner Toner-kassetten aufgebaut. Wiederverwerten statt Vernichten heißt dort die Devise. Der Umweltgedanke und Müllvermeidung stehen dabei im Fokus.

Vor knapp 14 Jahren eröffnete der Druckerhersteller Brother (Deutschlandsitz in Bad Vilbel) im slowakischen Krupina ein Werk zur Wiederaufbereitung von Tonerkartuschen. Rund sechs Millionen Euro investierte das japanische Unternehmen in den Umbau einer alten Molkereifabrik. Bereits im Jahre 2003 gründete Brother sein erstes Technologiezentrum in Ruabon, North Wales, Großbritannien. Die dort entwickelten Recyclingprozesse waren so erfolgreich, dass diese in die Zweigniederlassung in Krupina übertragen wurden. Im Jahre 2010 wurde die Firma Brother Industrie (UK) Ltd. zum Zentrum für Recycling-Technologie der Brother-Gruppe benannt. Heute führt sie eine globale Arbeitsgruppe, um die fünf über die ganze Welt verteilten Recycling-Werke von Brother zu unterstützen. Nicht zuletzt tragen die Ingenieure des Zentrums zu größerer Nachhaltigkeit der Fertigungsverfahren für Tonerkartuschen bei, indem sie dem Designteam in Japan Empfehlungen für das Design von Tonerkartuschen geben.

Täglich werden in Krupina tausende Tonerkartuschen angeliefert, die Brother u.a. mit dem eigenen Rücknahmeprogramm einsammelt. Die alten Tonerkartuschen werden nach Typen sortiert und eingescannt. Die Mitarbeiter erfahren dadurch, wie alt die Kartusche ist, und welche Teile durch neue ersetzt werden müssen. Bis zu drei „Lebenszyklen“ sind möglich. In einem Reinraum säubern die Mitarbeiter die leeren Kassetten. Anschließend werden die Kartuschen aus alten und neuen Teilen wieder zusammengesetzt.

Der zuvor abgesaugte Resttoner - davon fallen mehrere Tonnen im Monat an - wandert zur Energiegewinnung an eine benachbarte Zementfabrik. Schließlich werden die Schwarzweiß- und Farbtonerkartuschen in der Produktionsstraße mit Toner befüllt, gewogen und auf ihre Funktion getestet. Der Verbraucher kann keinen Unterschied zu neuen Kartuschen feststellen. Die wiederaufbereitete Ware entspreche nach Angaben von Brother „in Qualität und Funktion ganz der Neuware“. www.brother.de



Die verbrauchten Tonerkartuschen werden nach Eingang einer strengen Kontrolle unterzogen. Wiederverwertbares Material geht dann in den Produktionsprozess.



In einem Reinraum werden die Tonerkartuschen geprüft und befüllt. Brother setzt an einigen Stationen inzwischen auch Industrieroboter ein.

Welchen Stellenwert nimmt „Nachhaltigkeit“ in Ihrer Unternehmensstrategie ein?

Schmitt: Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung liegen Brother von Beginn an am Herzen. Der Umweltgedanke und der Sinn für Nachhaltigkeit zeigen sich auch in der hauseigenen Initiative „Brother Earth“, welche seit 2010 dafür zuständig ist, dass eine umweltfreundliche, ressourcenschonende sowie ökologisch wertvolle Firmenphilosophie umgesetzt wird. Entsprechend können die Anwender ihre alten Drucker, Toner und Druckerpatronen von Brother über das kostenfreie Rückgabe- und Recyclingssystem an Brother zurücksenden, damit diese recycelt werden können, statt in den Müll zu wandern. Denn damit die

Umwelt nicht weiter belastet wird, sollten leere Toner und Druckerpatronen gesondert entsorgt werden und zum Beispiel an eine der Sammelstellen von Brother gesendet werden. Doch Recycling ist nicht das einzige, das wir realisiert haben, um unsere Umwelt zu schützen. Neben diversen weiteren Projekten engagiert sich Brother für die Aufforstung in geschädigten Regionen und unterstützt die Umweltorganisation Cool Earth nachhaltig bei ihrer Arbeit, die Zerstörung des Regenwalds zu stoppen, wobei eng mit den dort lebenden indigenen Gemeinschaften zusammengearbeitet wird.

Doch darf bei Brother auch das soziale Engagement nicht fehlen. Diesbezüglich werden jährlich hohe Summen in verschiedene Projekte investiert.

Weiter investieren wir konsequent in neue und sparsamere Technologien. Dadurch konnten wir unseren Gas- und Stromverbrauch am Standort in Bad Vilbel in den fünf Jahren seit 2015 deutlich senken: Bei Gas um 32 Prozent und bei Strom sogar um 38 Prozent. Durch den Umzug am 1. Juli 2020 in ein modernes Bürogebäude erwarten wir einen zusätzlichen und deutlichen Rückgang der Energiekosten. Und nicht zuletzt wurden allein im Geschäftsjahr 2019/2020 in Krupina 1,6 Millionen unserer Kartuschen verarbeitet. Dadurch konnten 3 601 Tonnen CO₂ eingespart werden.



Jörg-Stefan Schmitt, Leiter der Unternehmenskommunikation bei Brother in Bad Vilbel.

pbs green award



Gewinner 2021

Bürotechnik & Zubehör

Brother

Wiederaufbereitete Tonerkartuschen



Brother ist der einzige Hersteller von Druck- und Multifunktionsgeräten, der seine leeren Tonerkartuschen in Europa wiederaufbereitet, statt zu recyceln. Die Kartuschen werden erst mehrmals in ihrer bestehenden Form und Funktion wieder in Verkehr gebracht, bevor sie in ihre Bestandteile zerlegt und stofflich recycelt werden. Die Aufbereitung in Europa ist kostenintensiver als die Produktion und der Transport neuer Kartuschen aus Fernost, doch Brother spart dadurch nicht nur viele Tonnen Rohstoffe, sondern auch Transportenergie ein. Darüber hinaus ist Brother der einzige Hersteller, der auf alle seine Geräte eine dreijährige Garantie gewährt. Dadurch wird die Lebensdauer der Geräte verlängert, was ebenfalls Rohstoffe und Transportenergie einspart.

www.brother.de



Die Maul-Liebliche gibt es als Recycling-Variante ab April 2021 in vier Farben: Schreibtischorganizer Maulrundbox, Klammern- und Mauly-Spender „MaulPro“ sowie das Klemmbrett „MaulGo“.

Gestern Blumentray - heute Schreibtischorganizer: Sie sind aus über 90 Prozent recyceltem Post-Consumer-Kunststoff gefertigt - aus den Abfällen des gewerblichen und privaten Endverbrauchs.

Aus Überzeugung nachhaltig

Materialkenntnisse und Fertigungserfahrung sind erforderlich, um Kunststoffprodukte ressourcenfreundlich in gewohnter Qualität zu produzieren. Dies ist Maul mit seiner neuen „greener@work“ Kollektion aus über 90 Prozent Post-Consumer-Rezyklat gelungen.

Gestern Blumentray - heute Schreibtisch-Accessoire: Die neuen Maul-Produkte aus Recycling-Material sind zu über 90 Prozent aus wieder aufbereitetem Post-Consumer-Kunststoff, also aus den Abfällen des gewerblichen und privaten Endverbrauchs. Ab April in vier leuchtenden Farben lieferbar, sind zunächst der Schreibtischorganizer Maulrundbox, Klammern- und mauly-Spender und das Klemmbrett „MaulGo“ aufgelegt worden, weitere Produkte sind in Planung.

Alle Produkte sind 100 Prozent Made in Germany und werden sozialverträglich im Werk Kirchen produziert. Die Fertigungsspezialisten des Markenunternehmens haben in einer intensiven Testreihe Material und Zusammensetzung ausgeklügelt, um nachhaltige, schöne, aber vor allem stabile und langlebige Recycling-Produkte zu fertigen.

Geschäftsführender Gesellschafter Stefan Scharmann setzt dabei auf Kontinuität: „In unserer Kunststoff-Fertigung haben wir vor kurzem in neue Spritzgussmaschinen investiert und konnten so eine Energieeinsparung von 45 Prozent erzielen. Alle bei der Produktion entstehenden Kunststoffabfälle werden dem Fertigungskreislauf wieder zugeführt. Und mit der neuen „greener@work“ Serie gelingt es uns zusätzlich, den Post-Consumer-Abfall zu verringern.“ Auch bei den Verpackungen der neuen Produkte wurde umweltfreundlich gedacht: So ist der Umkarton der Produkte FSC-zertifiziert und die Folie des Klemmbrettes „MaulGo“ Recycling aus postindustriellem Recyclingmaterial.

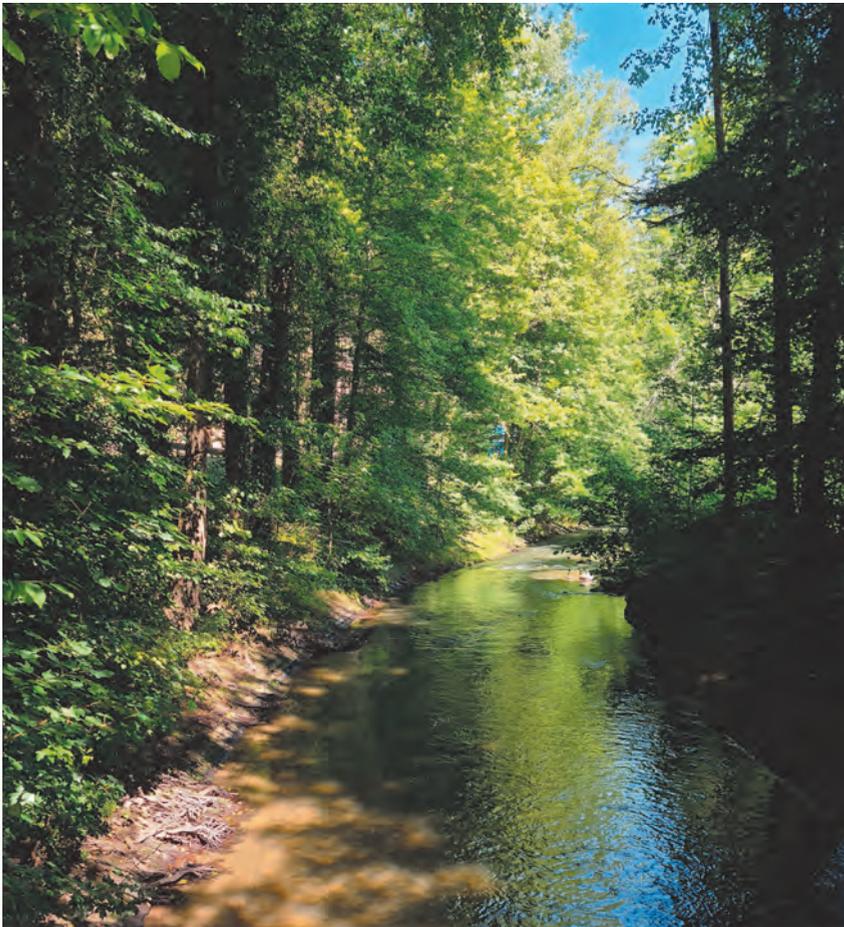
Von der Idee bis zur Entsorgung werden bei Maul Produkte umweltschonend über die gesamte Wertschöpfungs-

fungskette geplant. Aber nicht nur bei der Sortimentspolitik hat Nachhaltigkeit für das Familienunternehmen eine große Bedeutung. Dazu Scharmann: „Wir wissen, dass uns Ressourcen nicht unbegrenzt zur Verfügung stehen. Deshalb gilt es, sich den Veränderungen rechtzeitig und verantwortungsbewusst zu stellen. Wir leben und arbeiten mitten in der Natur und ökologisches Handeln ist für uns eine selbstverständliche Verpflichtung. Aber wir übernehmen auch soziale und wirtschaftliche Verantwortung - seit der Gründung durch meinen Urgroßvater.“

Besonders die Maulaner liegen der Unternehmerfamilie am Herzen. So hatte der Erhalt der Arbeitsplätze für die Inhaber stets einen höheren Stellenwert als eine reine Profitmaximierung. Dazu kommt die Verantwortung für die Region und den Standort Deutschland, zu

NEU

Der erste
ergonomische
Schulzirkel,
der alles dabei hat:



Mitten in der Natur: Die Mümling fließt durch das Firmengelände von Maul in Bad König.

dem sich Maul, Gründungsmitglied der Initiative Standort Deutschland - Ver-

antwortung für die Zukunft, aus Überzeugung bekennt.



Stefan Scharmann, Geschäftsführender Gesellschafter, Firma Maul: „Die Wertschätzung der Natur und der Respekt vor den Menschen ist für uns der Schlüssel verantwortlichen Handelns - seit unserer Gründung, als mein Urgroßvater das Unternehmen an einem Bach ansiedelte, um die Wasserkraft zu nutzen.“

Wie Maul den fairen, regelkonformen und respektvollen Umgang mit Kollegen, Partnern und Ressourcen realisiert, kann in der aktuellen Nachhaltigkeitsbroschüre nachgelesen werden, genauso wie eine Selbstverpflichtung zu Lebens- und Arbeitsbedingungen sowie die Leitlinien zur Nachhaltigkeit des Odenwälder Traditionsbetriebes.

Für das kommende Jahr hat Maul neben der „greener@work“ Kollektion viele Nachhaltigkeitsprojekte in Planung. „Neben verschiedenen Maßnahmen zu Entsorgung, Energieverbrauch und Materialeinsatz sind wir unter anderem mitten in der Umsetzung der neuen EU-Verordnungen Ökodesign und Energie-label“, informiert Scharmann. Weitere Details dazu gibt es in den neuen Katalogwelten von Maul.

www.maul.de



Für einen
**cleveren
Start**

www.pelikan.com/griffix

WORKING TOGETHER FOR TOMORROW

Lyreco

Verpflichtung zu Kunststoffverzicht

Lyreco Deutschland hat eine Verpflichtungserklärung zur Reduzierung von Produkten aus Einwegkunststoff unterzeichnet. Bis zum Jahr 2025 soll die Verwendung von nicht wiederverwendbaren Kunststoffen vollständig eingestellt werden. Gelebte Nachhaltigkeitsstrategie im Unternehmen.

Als Unterzeichner des Global Compacts der Vereinten Nationen seit 2004 wird Lyreco Lieferanten und Produkte nur noch mit dem Ziel auswählen, Einwegkunststoffprodukte, wie Lebensmittelverpackungen, Flaschen, Strohhalme, Behälter, Tassen und Besteck im Produktsortiment erheblich zu reduzieren und letztlich ganz zu vermeiden. Gebrauchte Materialien führt das Unternehmen wieder der Fertigungskette zu, indem es nicht nur eine Sammellösung zur Verfügung stellt, sondern durch Recycling auch eine Wiederverwendung sicherstellt. Darüber hinaus wird Lyreco Deutschland keine Einweg-

kunststoffe mehr in den eigenen Büros verwenden. Dies betrifft insbesondere die Bereiche Konferenzen und Veranstaltungen, Verpflegung von Mitarbeitenden und Besuchenden und Verkaufsförderungsmaterial.

„Einwegkunststoff ist eine der größten globalen Umweltherausforderungen, vor denen die Welt heute steht. Plastikmüll zersetzt sich nicht und zerfällt langsam in mikroskopisch kleine Plastikstücke. Einwegkunststoff verschmutzt die menschliche und natürliche Umwelt gleichermaßen. Wenn Kunststoff in natürliche Umgebungen wie Meere gelangt, kann dies verheerende Folgen haben, da die Gefahr besteht, dass mikroskopisch kleiner Kunststoff über die Nahrungskette auf den Menschen übertragen wird“, erklärt Olaf Dubbert, Manager für Qualität, Sicherheit und Nachhaltigkeit bei der Lyreco Deutschland.

Im Jahr 2019 hatte der Lyreco Konzern auf internationaler Ebene im Zuge seiner Nachhaltigkeitsstrategie bereits das Versprechen abgegeben, bis zum Jahr 2025 nur noch Produkte zu vertreiben und auch selbst zu verwenden, die Teil eines zirkulären Kreislaufes sind. Dies bedeutet, dass alle Produkte und ihre Verpackungen aus recyclingfäh-

gem Material hergestellt sein müssen und nach ihrer Verwendung erneut aufbereitet und wiederverwendet werden.

„Bis zum Jahr 2025 wollen wir das erste Unternehmen in unserer Branche mit einer vollständigen Auswahl an recycelbaren Artikeln sein. Diesem ambitionierten Ziel sind wir mit der Unterzeichnung der Verpflichtungserklärung zur Reduzierung von Produkten aus Einwegkunststoffen schon einen wichtigen Schritt nähergekommen - und dies ist ganz sicher erst der Anfang.“, verspricht Olaf Dubbert.

Nachhaltige Unternehmensaktivitäten

Im Jahr 2020 definiert Lyreco seine neue Klimapolitik und setzt neue CO₂-Reduktionsziele auf der Grundlage der Methodik der Science-Based Targets Initiative (SBTi). Die Initiative „Science Based Targets“ (SBTi) ist eine gemeinsame Initiative des CDP, des UN Global Compact, des World Resources Institute und des WWF.

Ihr Ziel ist es, den Ehrgeiz der Unternehmen in Bezug auf den Klimaschutz zu erhöhen, indem sie die Unternehmen dazu mobilisieren, Ziele zur Reduzierung der Treibhausgasemissionen auf weniger als 1,5°C / 2°C festzulegen, in Überein-



Olaf Dubbert, QSS Manager der Lyreco Deutschland

stimmung mit dem Pariser Abkommen über den Klimawandel.

So verwundert es kaum, dass Lyreco Deutschland im vergangenen Jahr bereits zum vierten Mal in Folge den Gold-Status im Zuge der EcoVadis-Bewertung erhalten hat. Darüber hinaus wurde das Unternehmen mit der ISO 45001:2018 für ein vorbildliches Arbeits- und Gesundheitsschutzmanagement zertifiziert. Im Rahmen der EcoVadis-Bewertung erzielte Lyreco insgesamt 70 Punkte. Das EcoVadis Rating, das im Jahr 2007 gegründet wurde, deckt eine breite Palette an nicht-finanziellen Managementsystemen ab, einschließlich der Auswirkungen von Umwelt, Arbeits- und Menschenrechten, Ethik und nachhaltiger Beschaffung. Die Bewertungen dieser Kriterien werden in einfach zu lesende Scorecards mit Punktzahlen von Null bis Hundert (0-100) und Medaillen (Bronze, Silber und Gold) überführt. Außerdem zeigen diese Scorecards, die Stärken und Verbesserungsbereiche auf, die die bewerteten Unternehmen dafür nutzen können, ihre Nachhaltigkeitsbemühungen gezielter auszurichten und Korrekturmaßnahmenpläne zu Verbesserung ihrer CSR-Leistung zu erstellen. Viele multinationale Unternehmen arbeiten mit EcoVadis zusammen, um die Nachhaltigkeit ihrer globalen Lieferkette zu verbessern. EcoVadis hat bereits über 45000 Geschäftspartner auf der ganzen Welt bewertet.

Die im März 2018 veröffentlichte Norm ISO 45001 verfolgt das Ziel, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz wirksam in die Unternehmenspraxis zu integrieren. Mit der international anerkannten ISO 45001-Zertifizierung zeigen Firmen, dass sie ihrer sozialen Verantwortung gerecht werden, da sie alles daransetzen, das Risiko von Verletzungen, Unfällen und arbeitsbedingten Erkrankungen der Beschäftigten nachweislich zu reduzieren und dadurch für mehr Sicherheit am Arbeitsplatz zu sorgen. Darüber hinaus gibt Lyreco seinen Kunden mit der Zertifizierung die Sicherheit, dass der von Lyreco erbrachte Service vor Ort mit entsprechend geschultem Personal durchgeführt wird. Die Zertifizierung gilt für drei Jahre.



Lyreco hat in der Vergangenheit schon eine Vielzahl von Auszeichnungen im Bereich Nachhaltigkeit erhalten. Dies ist u.a. ein Ausdruck dafür, dass das Thema seit vielen Jahren fest in der Unternehmensstrategie verankert ist. Dies spiegelt sich außerdem im Angebot von nachhaltigen Dienstleistungen und Produkten.

„Schon seit vielen Jahren arbeiten wir gemeinsam mit unseren Stakeholdern an der Zukunft von morgen. Der CO₂-Kalkulator oder unser Nachhaltigkeitswettbewerb, der nun schon seit mehr als neun Jahren etabliert ist, sind nur einige Beispiele für Angebote, die wir unseren Kunden bieten, damit sie ihren eigenen Einkaufsprozess so nachhaltig wie möglich gestalten können. Das erneute Gold-Rating von EcoVadis sowie die erstmalige Zertifizierung mit der ISO 45001 unterstreicht unsere Position als verantwortungsvollen Partner und ist Ausdruck der Umsetzung unserer sozialen Unternehmensverantwortung. Mit der neu erworbenen ISO 45001 Zertifizierung wird das bestehende integrierte Managementsystem ISO 9001 und ISO 14001 wieder erweitert“, sagt Olaf Dubbert abschließend.

www.lyreco.de

Anzeige

**Design,
stilvoll und
funktionell.**

DETAILS
COLLECTION

ZENITH 820

MADE IN
ITALY

BALMA, CAPODURI & C. s.p.a.
Via Thomas A. Edison, 4
27058 VOGHERA (PV) - Italien
Tel.: +39 0383 212012
Fax: +39 0383 41164
E-mail: info@zenithbc.com

ZENITH
VERLIEBT IN QUALITÄT SEIT 1924.
www.zenith.it

f i y t

Nachhaltigkeit im Handel

Die Digitalisierung schreitet weiter voran, E-Commerce und KI treiben die Manager um. Doch nach überstandener Pandemie wird kein Thema den Einzelhandel weiter so stark beherrschen wie die Nachhaltigkeit. Wir befragten dazu die Nachhaltigkeitscoachin Cornelia Schambeck.

Wie „grün“ ist der PBS-Handel heute schon bzw warum ist es sinnvoll, im Einzelhandel Nachhaltigkeit umzusetzen?

Schambeck: „Grün“ - also umweltfreundlich ist nur ein kleiner Teil des großen Bereiches Nachhaltigkeit. Darunter fallen zum Beispiel alle Themen zum Materialeinsatz oder Energieverbrauch. Am prominentesten sind hier derzeit Mikroplastik und seit März die neuen Energielabels. Nachhaltigkeit umfasst aber viel mehr.

Während die Ladengeschäfte auf Plastiktüten verzichten, stehen die Versandhändler vor einem viel größeren Problem - das Verpackungsmaterial. Was kann der Händler im Einzelnen tun?

Schambeck: Das ist derzeit ein sehr schwieriges und komplexes Thema, bei dem wir noch lange nicht am Ende sind. Da das Thema Mikroplastik ein schier nicht zu fassendes und zu lösendes Problem ist, erleben wir derzeit bei vielen Kunden die Reaktion, dass zum Polstern der Ware kein Plastik mehr verwendet werden sollte. Grundsätzlich Kartonage einzusetzen, diese wiederzuverwerten, zu sammeln und wiederaufzuarbeiten ist auch der richtige Kreislaufgedanke, der in unserem Umweltgesetz auch verankert wurde. Beim Polstermaterial wird es schon schwieriger. Es gibt derzeit eine schier nicht zu überblickende Anzahl an verschiedenen Möglichkeiten.

Bei der Entscheidung ob Papier oder Plastik muss der Kreislaufgedanke im Mittelpunkt stehen. Papier lässt sich recyceln, benötigt dazu aber deutlich mehr Energie als Plastik. Und Plastik ist ja reichlich vorhanden, vor allem sollte es wiederverwendet werden, um nicht als Mikroplastik zu enden. Allerdings ist Plastik nicht gleich Plastik und nur wenige Kunststoffe eignen sich wirklich für eine ordnungsgemäße Sammlung und Wiederverwertung.

Grundsätzlich sollte man den Hebel, den Versandhändler haben, nicht unterschätzen. Es ist wirklich wichtig, dass gerade sie sich verantwortungsvoll mit dem Thema der Verpackung auseinandersetzen.

Welche Umweltlabels sind bei den Verbrauchern bereits angekommen und welche sind aus Ihrer Sicht von Bedeutung?

Schambeck: Der Blaue Engel, der lange Zeit nur mäßig beachtet wurde, wird immer prominenter. Wir sehen ihn auch auf immer mehr Verpackungen. Er ist auch in den öffentlichen Verwaltungen ein Synonym für Umweltkennzeichen und aufgrund aller Auflagen, die öffentliche Beschaffer inzwischen haben, wichtig. PEFC und FSC sind wichtig, denn sie stehen für eine kontrollierte Waldwirtschaft und wir dürfen einfach nicht vergessen, dass weltweit immer noch sehr viel illegal und unkontrolliert eingeschlagen wird. Insofern ist das ein wichtiger Umweltschutzbeitrag. Und inzwischen fast schon ein Muss, perspektivisch absolutes Muss, ist die Klimaneutralstellung, die über Logos kommuniziert wird. Diese vier Kennzeichnungen sind für mich die wichtigsten, die aber auch der Verbraucher unbedingt verstehen und einfordern sollte.

Laut einer YouGov-Umfrage stellen Instagram- und Snapchat-Nutzer aktuelle Trends und Marken z.B. beim Kleidungskauf über ökologische Kriterien. Wie sensibel sind Kunden beim Preis, wenn es um nachhaltige Büroprodukte geht?

Schambeck: Das ist leider die alte und immer gleiche Frage, und wirklich schlauer sind wir derzeit immer noch nicht. Wir erleben gerade auch mit Corona, dass wir die regionalen Anbieter aller Waren und Dienstleistungen unbedingt stärken müssen. Und die alten Vorurteile, dass nachhaltig produzierte Waren



Cornelia Schambeck, Nachhaltigkeitscoachin - Schambeck Consulting. Kontakt über E-Mail: cornelia@schambeck-consulting.de

zwangsläufig teurer sein müssen, bestehen ohne echte Grundlagen.

Ganz grundsätzlich haben wir das Problem, dass wir ausreichend Umweltregelungen inzwischen haben, ob als Green Deal auf Europaebene oder als Umweltgesetze in Deutschland und in den einzelnen Bundesländern, die Inhalte den wenigsten aber bekannt sind. Trotz der verbindlichen Regelungen trauen sich die Regierungen nicht, klare Worte zu sprechen. Es kann und darf nicht sein, dass Produkte, die mit Kinderarbeit oder gegen jegliche Umweltauflagen verstößend gefertigt werden, nur um hier billig angeboten zu werden. Das Verbraucherverhalten muss sich hier ändern, auch verbunden mit der Erkenntnis: weniger ist mehr. Unser lange gehegtes Konsumdenken ist nicht mehr state of the Art.

Große Unternehmen veröffentlichen regelmäßig ihre Nachhaltigkeitsberichte und sprechen über ihre „Corporate Social Responsibility“. Welche Maßnahmen kann der kleine und mittelständische PBS-Handel hier sinnvoll umsetzen?

Schambeck: Die Corporate Social Responsibility hat im Grunde jedes Unternehmen, unabhängig von der Größe. Kleineren Unternehmen kann ich nicht unbedingt einen Nachhaltigkeitsbericht empfehlen, denn der Aufwand ist hier meiner Einschätzung nach zu hoch. Allerdings ist dieses Thema im Handel seit langer Zeit bekannt unter dem Stichwort „ehrbarer Kaufmann“. Das sagt uns schon viel deutlicher, worum es gehen sollte: faire Geschäftspraktiken für Lieferanten, Mitarbeiter und Kunden unter Berücksichtigung der Umwelt. Das Thema ist gerade durch Corona nochmals wichtiger geworden.

Welche Auswirkungen hat das neue Lieferkettengesetz auf den Handel?

Schambeck: Langfristig ist das der absolut richtige Weg. Nur über ein - wenn auch fürs erste erzwungenes - Interesse an der Lieferkette wird sich weltweit eine Verbesserung etablieren. Und zusätzlich werden wir die jetzt bereits gewonnenen Corona-bedingten Erkenntnisse, dass gute Lieferantenbeziehungen in möglichst regional überschaubaren Räumen viel sicherer sind. Fürs erste bedeutet es aber mehr Arbeit, ein „Hineinfinden“ in das Thema.

Welche Erfahrungen haben Sie bisher im Bereich Nachhaltigkeit gesammelt?

Schambeck: Ich habe über 20 Jahre dieses Thema im Bürobedarf aufgebaut und mir hier ein sehr tiefes und breites Wissen erworben. Anfangs wurde ich von der Uni Göttingen begleitet. Dabei habe ich gelernt, dass Teamdiskussionen sehr wichtig sind, um alle Beteiligten mitzunehmen. In dieser Zeit durfte ich ebenfalls erleben, dass die Nachhaltigkeit, deren Notwendigkeit schon 1992 auf dem UN Klimagipfel in Rio manifestiert wurde, endlich in die Umsetzungsphase gelangte. Eine weitere wichtige Erkenntnis war, dass für eine erfolgreiche Umsetzung, die Haltung der Geschäftsleitung extrem wichtig ist. Ich weiß heute, wie eine zielgerichtete Integration im Betrieb funktionieren muss.

Wir müssen uns darüber bewusst werden, dass wir unser bisher geübtes Konsumverhalten schnellstens gegen ein verantwortungsbewusstes, klimaschonendes Verhalten eintauschen müssen, gepaart mit Verzicht. Das Klima wartet nicht. Wir haben nur noch eine kurze Zeitspanne zu Verfügung und die sollten wir alle so effektiv und schnell wie möglich nutzen.

Welche Bedeutung hat für Sie persönlich das Thema Umweltschutz?

Schambeck: Umweltschutz und Nachhaltigkeit prägen mein gesamtes Leben.

Ich bin sehr ländlich aufgewachsen und habe in meiner Kindheit schon ein breites Wissen über die Natur aufbauen können. Im Rahmen meines Studiums zum Lehramt für berufliche Schulen mit den Fächern Landwirtschaft und Sozialkunde wurde mir ein sehr breites Fundament an landwirtschaftlichem und ökologischen Wissen gepaart mit Wirtschaftspolitik vermittelt. Tief im Detail zu sein und dennoch nie den Blick auf das Gesamte zu verlieren, diese Grundlage der ganzheitlichen Sicht begleitet mich bis heute. Nebenbei betreibe ich mein eigene kleine Nebenerwerbs-Bio-Landwirtschaft. Dadurch kenne ich die Themen der Regionalität und Vermarktung sehr gut und weiß aus eigener Erfahrung, dass man ständig neue Wege suchen muss. Es ist für mich aber auch verbunden mit einem hohen Maß an Verantwortung für die Natur, deren dramatische Veränderung ich schon lange sehe und spüre.

2018 habe ich die Ausbildung zur CSR-Managerin IHK absolviert, die mir aufgezeigt hat, wie vielfältig die Aufgaben und Lösungen im Bereich des Nachhaltigkeitsmanagements sind. Meine Leidenschaft fürs nachhaltige Leben habe ich inzwischen zum Beruf gemacht. Ich begleite heute als unabhängiger Nachhaltigkeitscoach Handel und Industrie bei der Umsetzung von Nachhaltigkeit-Themen. □



max. 95% recycled plastic

lets recycle

re+new

Novus Bürotechnik

Novus re+new. Stark im Büro – umweltfreundlich produziert.

Die neuen Novus re+new Hefter und Locher verbinden Design, Funktionalität und Nachhaltigkeit.

www.novus-dahle.com/renew



Nachhaltigkeit setzt sich durch

Ogleich die Corona-Pandemie eine gesellschaftliche und wirtschaftliche Ausnahmesituation geschaffen hat, ist das nachhaltige Beschaffen für Unternehmen wesentlich geworden. Ute Papenfuß (FNR) erklärt, wie sich Unternehmen orientieren können.

Wie hat sich das Thema nachhaltige Beschaffung im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie verändert?

Papenfuß: Die aktuelle Ausnahmesituation stellt auch den Bereich Beschaffung vor besondere Herausforderungen. Konjunkturpolitik trifft auf Nachhaltigkeitsstrategie, wirtschaftliche Sachzwänge auf Zukunftsplanung. Mittel müssen schnell abfließen, Investitionen getätigt werden. Die öffentliche Hand steht unter enormem Druck. Wir verzeichnen dabei eine starke Vereinfachung bei der Vergabe zu Gunsten von Schnelligkeit und Effizienz. Höchst- und Zeitgrenzen werden durch Verordnungen außer Kraft gesetzt, zumindest kurzfristig. Klima- oder Diversitätskriterien können dabei schnell mal auf der Strecke bleiben. Doch diese Situation wird nicht von Dauer sein.

Welche Schwerpunkte stehen im Fokus?

Papenfuß: Neben der eben beschriebenen Corona-bedingten Ausnahmesituation gibt es eine unverminderte Nachfrage - und inzwischen auch konkretes politisches Handeln - in Richtung Nachhaltigkeit und Generationengerechtigkeit. Eine Parallelität der Ereignisse gewissermaßen, wobei sich der Trend zu nachhaltigem Handeln und Wirtschaften mittelfristig ganz klar durchsetzen wird. Wichtige Impulse kamen 2020 auch von Seiten des Gesetzgebers, z.B. mit dem novellierten Kreislaufwirtschafts-

gesetz und seinen weitreichenden Bestimmungen zur Abfallvermeidung oder der Einwegkunststoffverbotsverordnung. Die öffentliche Hand ist nun erstmals verpflichtet, insbesondere bei der Auftragsvergabe, Erzeugnisse zu bevorzugen, die der Kreislaufwirtschaft dienen und unter umwelt-, ressourcenschutz- und abfallrechtlichen Aspekten besonders vorteilhaft sind.

Worauf sollten Hersteller achten?

Papenfuß: Wichtig ist, dass Produkte sichtbar mit Hinweisen auf nachwachsende Rohstoffe, sowie die Herkunft dieser Rohstoffe, gekennzeichnet sind. Der Konsument muss sofort erkennen können, dass es sich um ein nachhaltig produziertes Erzeugnis handelt. Dabei sollte ebenfalls auf die Verpackung geachtet werden und auch diese erkennbar aus entsprechenden Materialien hergestellt sein. Die Verwendung einschlägiger Gütezeichen ist zu empfehlen. Hersteller sollten außerdem verstärkt auf öffentliche Beschaffer zugehen, um in Ausschreibungen besser berücksichtigt zu werden.

Auf welche Hilfestellungen können Einkäufer zurückgreifen?

Papenfuß: Die Fachagentur für Nachhaltige Rohstoffe e.V. (FNR) bietet Einkäufern ganz konkrete und praktische Hilfen bei der nachhaltigen Beschaffung. Zur Markterkundung eignet sich die Datenbank „Nachwachsende Produktwelt“ mit über 6.000 Einträgen aus allen Bereichen: von Schmierstoffen über Reinigungsmittel bis hin zu Heizungen und Baustoffen. Im Gütezeichen-Finder erhält man einen Überblick über Kennzeichen, die in ihrem Kriterienkatalog den Einsatz nachwachsender Rohstoffe berücksichtigen. Die dazugehörigen Erläuterungen können für Bedarfsbeschreibungen und Leistungsverzeichnisse genutzt werden. Darüber hinaus gibt es eine umfangreiche



Ute Papenfuß ist für die Öffentlichkeitsarbeit im Bereich Beschaffung der Fachagentur für Nachhaltige Rohstoffe e.V. (FNR) tätig.

Sammlung an Arbeits- und Formulierungshilfen.

Denken Sie, dass sich die Wahrnehmung des Themas Nachhaltigkeit verändert?

Papenfuß: Das Thema ist durch die Corona-Pandemie noch weiter in den Fokus gerückt. Dass Verbraucher ihre Kaufentscheidungen zunehmend auch nach Umwelt- und sozialen Kriterien fällen, zeichnet sich zwar schon länger ab und ist durch Studien belegt. Grüne Geldanlagen, Biolebensmittel, fairer Handel, Recyclingverpackungen, nachhaltige Textilien sind hier nur einige Stichworte. Doch Corona dürfte diesen Trend jetzt sogar beschleunigen. Ein einfaches „weiter so“ scheint Vielen nicht mehr die richtige Strategie für die Zeit nach der Pandemie. In dem Zuge rücken auch unser Umgang mit der Umwelt, den Ressourcen und unsere Konsummuster wieder verstärkt ins Bewusstsein. Der Handlungsdruck auf Unternehmen steigt: Regulatoren, Kunden und Investoren fordern überprüfbare Nachhaltigkeit. Darauf eingehen stellt heute eine unternehmerische Notwendigkeit dar.

www.fnr.de



Orientierung bietet auch die Internetseite der FNR: die-nachwachsende-produktwelt.de



Für Gmund Bio Cycle wurde der Rohstoff Holz zu 50 Prozent durch schnell wachsende Fasern ersetzt.

Sehr gute Ökobilanz

Bei der Entwicklung von Gmund Bio Cycle hatten Gmund, die Papierexperten vom Tegernsee, ein Ziel: Sie wollten natürliche Ressourcen schonen und umweltbewusst handeln.

Für Gmund Bio Cycle sollten bis zu 50 Prozent des Rohstoffes Holz durch schnell wachsende Fasern ersetzt werden. Nach unzähligen Maschinen- und Materialtests entstanden Papiere von zeitloser Schönheit - und vortrefflicher Ökobilanz. Wer Gmund Bio Cycle Papier verwendet, bekommt einen echten Mehrwert an Design, Haptik, Story und Glaubwürdigkeit. Die Kollektion ist ideal für Unternehmen, die ihre grüne Firmenphilosophie per Verpackung, Broschüren oder Printkommunikation ausdrücken möchten. Beim Thema Nachhaltigkeit bieten die Spezialisten aus Gmund den höchsten Standard. Neben Optik und Haptik zählt für die Kunden auch das gute Gefühl, bei der Papieraus-

wahl auf die eigene Ökobilanz geachtet zu haben.

Gmund Letterpress Wochenplaner

Der Letterpress Wochenplaner aus der Retailsparte von Gmund Papier ist gedruckt auf Gmund Bio Cycle Papier und bietet Notizzettel für Liebhaber feinsten Papiere und feinsten Druckhandwerks. Er weist Platz für tägliche Notizen auf und ermöglicht eine übersichtliche Wochenplanung. So ist er das optimale Tool, um die Woche zu strukturieren, Ziele zu setzen und den Fokus auf das Wesentliche zu richten. Er wird komplett in Gmund am Tegernsee hergestellt und umfasst 50 Seiten.

www.gmund.com



Wochenplaner für Liebhaber des Druckhandwerks und feinsten Papiere.

VIVUS

Recyclingpapier



www.blauer-engel.de/uz14



VIVUS 100

Recyclingpapier
erhältlich von 80 bis 300 g/qm

- ausgezeichnete Laufeigenschaften
- hoher Weißegrad, sehr gute Opazität und Reinheit
- geräteschonend, auch bei hohem Druckvolumen
- geeignet für Sorter- und Duplexdruck
- alterungsbeständig nach DIN 6738

www.berberich.de

Perfekt rübergebracht auf

**BERBERICH
PAPIER**

Beschaffung für Nachhaltigkeit im Büro

Nachhaltigkeit im Büro ist mehr als nur ein Trendthema. Wer bei der Beschaffung auf Umweltverträglichkeit achtet, spart nicht nur Geld, sondern schützt die Ressourcen. Dabei gibt es vielfältige Ansatzpunkte. Dieter Brübach vom B.A.U.M. e.V. nennt die wichtigsten Nachhaltigkeitsaspekte.

Entscheidenden Einfluss auf Nachhaltigkeit im Büro hat der Einkäufer/Beschaffer von Büroprodukten. Hier gibt es den größten Handlungsspielraum. Umwelt- und Nachhaltigkeitsaspekte im laufenden Bürobetrieb zu berücksichtigen. Besonderen Stellenwert kann eine nachhaltige Beschaffungspraxis bekommen, wenn diese in eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens eingebettet ist, die von der Geschäftsleitung gewollt und von den Mitarbeitern gelebt wird. Im Folgenden sollen die wichtigsten Nachhaltigkeitsaspekte - aus Sicht des Kunden - anhand einzelner Gruppen von Büroprodukten vorgestellt werden.

Papierverbrauch

Das vollkommen papierlose Büro ist trotz fortschreitender Digitalisierung für viele noch Utopie. Natürlich können dank Digitalisierung viele Prozesse papierlos gestaltet werden. Kundeninformationen, Unterlagen, Informationen werden dann nur noch digital übermittelt - das spart Papier und Versandkosten. Viele Betriebe sind so zumindest papierärmer geworden - nur wenige schaffen es komplett ohne den kulturell über Jahrtausende bewährten Datenträger „Papier“. Der Papierverbrauch liegt auf unverändert hohem Niveau. Als Büro- und Administrationspapiere werden in Deutschland an die 800 000 Tonnen Papier pro Jahr eingesetzt. Ein damit beladener Güterzug wäre ca. 600 Kilometer lang. Ein Papierband von einem Meter Breite könnte rund 250-mal um den Äquator gelegt werden. Papier mag vielen als unersetzbar gelten, doch lässt sich sein Verbrauch zumindest verringern. Ansatzpunkte hierzu gibt es in verschiedenen Bereichen: grundsätzlich sollte immer überlegt werden, ob der

Einsatz von Papier überhaupt nötig ist oder zumindest in einem angemessenen Verhältnis zum Einsatzzweck steht. Wo weiterhin Papier verwendet wird, sollte dies Recyclingpapier mit dem „Blauen Engel“ sein.

Büromaterialien

Was für das Papier gilt, gilt auch für die vielen anderen Büromaterialien wie Ordner, Aktendeckel, Sichthüllen und Schreibgeräte: weniger ist oft mehr! Dies fängt schon bei der Zahl der eingesetzten Produkte an. Die entscheidenden Einsparungen werden sich aber ergeben, wenn es auch hier gelingt, den Verbrauch zu reduzieren. Generell sollte dazu mehr auf Gebrauchs- und weniger auf Verbrauchsgüter gesetzt werden. Einwegprodukte gehen nicht nur ins Geld, sondern belasten den Müll unnötig.

Schreibgeräte sind heute ein Massenprodukt, und werden nicht selten auch in Form von Einwegkugelschreibern schnell zum Wegwerfprodukt - mit einer schlechten Umweltbilanz. Viel umweltfreundlicher und auch ökonomischer sind dagegen Kugelschreiber mit einer austauschbaren Großraummine. Zudem gibt es auch andere Materialien zur Herstellung von Kugelschreibern als Kunststoff. Eine umweltfreundliche Alternative bieten hier Schreibgeräte aus Recyclingmaterial oder nachwachsenden Rohstoffen wie Holz oder Maisstärke.

Bürogeräte umwelt- und kostenbewusst

Was für die Vielzahl der Bürobedarfsartikel gilt, hat auch bei der Beschaffung und beim Einsatz von Bürogeräten Gültigkeit. Bei Kopiergeräten, Druckern, Schreibmaschinen und IT-Geräten ist es ratsam, schon bei der Geräteauswahl Aspekte der Umweltverträglichkeit zu



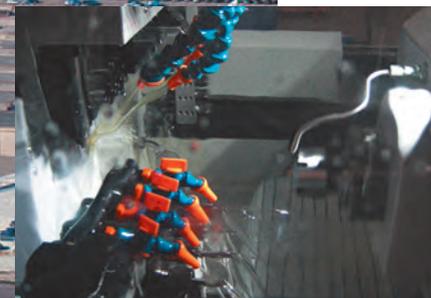
Dieter Brübach, Stv. Vorsitzender des Bundesdeutschen Arbeitskreises für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) e.V.

B.A.U.M. ist Deutschlands größtes Unternehmensnetzwerk für nachhaltiges Wirtschaften mit weit über 500 Mitgliedsunternehmen aller Größen und Branchen. Seit 2008 lobt B.A.U.M. jährlich den Wettbewerb Büro & Umwelt aus.

berücksichtigen. Mehr und mehr kommt dabei dem Stromverbrauch Bedeutung zu. Vor allem im Bereich der Kopiergeräte und der PCs/Notebooks hat es in den vergangenen Jahren erfolgreiche Bemühungen der Hersteller gegeben, unnötig hohen Stromverbrauch zu vermeiden. Bei Kopiergeräten und Laserdruckern ergibt sich noch eine weitere interessante Kostensparmöglichkeit: der Wiedereinsatz gebrauchter und wiederaufbereiteter Teile wie Tonerkartuschen, Fototrommeln und Laserpatronen. 40 Prozent des Neupreises können so eingespart werden.

Büromöbel

An Büromöbel werden vielfältige Anforderungen gestellt: Modern, schick, technisch einwandfrei und ergonomisch sol-



Der Firmensitz in Voghera, Italien (großes Bild) und eine computergesteuerte Drehbank.

len sie sein. Man sollte aber auch auf Langlebigkeit und Ressourcenschonung und damit Umweltverträglichkeit achten. Ein wichtiges Kriterium für eine umweltfreundliche Produktgestaltung ist eine lange Lebensdauer. Dazu sollte den Möbeln eine robuste und recyclinggerechte Konstruktion zugrunde liegen. Möbel, die lange genutzt werden sollen, müssen auch leicht zu reparieren sein. Dazu gehört, dass Tische, Schubladentaster, Sitzmöbel und Schränke leicht zu demontieren sind. Beim Möbelkauf ist dementsprechend darauf zu achten, dass die ausgewählten Stücke nicht geklebt, geschweißt oder genietet sind, sondern lösbare Verbindungen aufweisen, die geschraubt oder gesteckt werden. Natürlich hilft es wenig, wenn dann keine Ersatzteile mehr erhältlich sind. Eine garantierte Ersatzteilverfügbarkeit für Verschleißteile von mindestens zehn Jahren ist daher empfehlenswert. Eine Garantiezeit für die eingesetzten Büromöbel von mindestens fünf Jahren ist ein Muss.

Für einen umweltverträglichen Schreibtisch oder Bürostuhl spielt außerdem der Materialeinsatz eine wichtige Rolle. Grundsätzlich sollten Materialien zum Einsatz kommen, die ökologisch sinnvoll sind. Mindestens 50 Prozent des Gesamtproduktes sollten aus nachwachsenden Rohstoffen oder Recyclingmaterialien bestehen. Dass für Polster- und Bezugsstoffe folglich Naturstoffe verwendet werden, ist selbstverständlich. Wichtig ist auch, dass die verwendeten Produkte schadstofffrei sind und nur umweltverträgliche Hilfsstoffe bei der Produktion verwendet werden. Doch wie soll der Verbraucher erkennen, welche Materialien das umweltfreundliche Möbelstück enthält? Hier helfen dem Einkäufer Umweltzeichen wie der „Blaue Engel“.

www.baumev.de

Nachhaltigkeit „Made in Italy“

Die 1924 gegründete italienische Firma Balma, Capoduri & C. produziert in Voghera (ca. 60 Kilometer von Mailand entfernt) Büroartikel unter den Markennamen „Zenith“ und „Coccoina“.

Die strikte Entscheidung für ein „Made in Italy“ ist für Balma, Capoduri & C. in einen Kontext von Werten und Nachhaltigkeit zu sehen. Die Leidenschaft für Herstellung, Innovation, Effizienz, soziale Verantwortung und der Respekt gegenüber der Umwelt waren schon immer wichtige Bezugspunkte der Unternehmenskultur, die davon geprägt ist, Produkte zu schaffen, die einen wirksamen Beitrag zur Verbesserung der Lebensqualität und der Büroarbeit leisten.

In der 22000 Quadratmeter großen Fabrik bestehen modernste Produktionssysteme und handwerkliche Liebe zum Detail nebeneinander her. Die Arbeitsabläufe und Maschinen, die dank neuester Technologien ständig aktualisiert werden, machen die Fertigung bei Balma Capoduri & C. einzigartig. Es ist auch das Resultat einer leidenschaftlichen Arbeit, die dazu beiträgt, die besten Rohstoffe sorgfältig auszuwählen. Über die Jahre hinweg hat der Büroartikelhersteller mit seiner Erfahrung die Herstellung so stetig verfeinert.

Für Balma, Capoduri & C. geht Qualität Hand in Hand mit Nachhaltigkeit sowie mit dem sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Engagement. Qualität steht beim Traditions Hersteller auch für die hohe Lebensdauer seiner Produkte. Die Heftzangen der Marke „Zenith“, die beispielsweise einzeln auf ihre Funktionfähigkeit getestet werden, erhalten eine lebenslange Garantie. Sie stehen damit im klaren Gegensatz zur Wegwerf-Mentalität.

Qualität bedeutet für Balma, Capoduri & C. außerdem Respekt vor der Umwelt: Das Unternehmen ist seit vielen Jahren mit einer Kläranlage und einem Abluftreinigungssystem ausgestattet, um Schadstoffe weit unter den gesetzlich vorgeschriebenen Grenzwerten zu halten. In der Arbeitsumgebung wurden zudem alle Lärmquellen sorgfältig schallgedämmt. Wo immer möglich, werden recycelte Materialien bei der Verwendung von Rohstoffen oder Verpackungen eingesetzt.

www.balmacapoduri.com



Der „Coccoina“-Kleber wird auf Basis von Kartoffelstärke hergestellt - charakteristisch für die Klebpaste ist ihr angenehmer Mandelduft. Die Heftzange „Zenith 548“ besteht komplett aus Metall.



Eucalyptus globulus, eine in Europa vorwiegend in Portugal kultivierte Baumart, hat besonders dicke Zellwände.

Eucalyptus globulus - mehr Nachhaltigkeit fürs Büro

Nachhaltiges Wirtschaften in der Wertschöpfungskette zählt zu den wichtigen Zielen in der EU. The Navigator Company als Papierhersteller sorgt hier mit seiner Strategie für positive Auswirkungen, wenn Unternehmen Büropapiere aus nachhaltiger Waldbewirtschaftung verwenden.

Rohstoffe tragen auf unterschiedliche Weise zu den EU-Zielen für nachhaltige Entwicklung bei. Die nachhaltig bewirtschaftete Baumart Eucalyptus globulus ist ein Beispiel für eine positive Auswirkung auf die Wertschöpfungskette - von der Aufzucht der Pflanzen über die Produktion und Verwendung, bis hin zum Ende des Lebenszyklus für den Papiersektor und die beteiligten Interessengruppen. Als schnell wachsender Baum erreichen die Eucalyptus globulus in zehn bis zwölf Jahren ihre ideale Erntezeit. Die Qualität der kurzen Fasern macht das Holz aufgrund seines Volumens und seiner Opazität ideal für die Herstellung verschiedener hochwertiger Papiersorten, beispielsweise für Büropapiere. Für Unternehmen, die ihre Lieferkette mit Büropapier umwelt-

freundlicher gestalten wollen, sind daher die folgenden Aspekte des Mehrwerts von Eucalyptus globulus als Rohfasermaterial, das von The Navigator Company bezogen wird, von großer Bedeutung.

Die Klimälösung

Wälder spielen, eine wesentliche Rolle bei der Bindung von Kohlenstoff und sind natürliche Klimälösungen. Dabei zählt die Baumart Eucalyptus globulus in der Pflanzenwelt zu den „harten Arbeitern“. Er ist ein immergrüner Baum, der das ganze Jahr über Photosynthese betreibt und wächst. Bemerkenswert sind die 5,3 Millionen Tonnen CO₂, die 2019 von den rund 110 000 ha FSC- und PEFC-zertifizierten Wäldern gespeichert wurden. Das sind Wälder, die

von The Navigator Company in Portugal bewirtschaftet werden. Elf Prozent davon sind besonders geschützte Wälder. Die CO₂-Menge entspricht etwa dem CO₂-Ausstoß von 1,5 Millionen Dieselautos, die rund um den Globus unterwegs sind. Die Waldflächen in Portugal sind übrigens im Laufe eines Jahrhunderts um mehr als 60 Prozent gewachsen. Sie bedecken heute rund 40 Prozent des Landes, wobei sich der Besitz auf mehr als 400 000 Klein- und Familienwaldbesitzer verteilt.

Coppicing - Nachhaltige Waldbewirtschaftung mit System

Der Eucalyptus globulus wächst, einmal gepflanzt, auf natürliche Weise. Wird der Baum gefällt, treibt der Stumpf neue Triebe aus, die zu neuen Bäumen

heranwachsen. Ein Baum kann so bis zu drei Baumstämme liefern, erst nach der dritten Fällung wird das Wurzelsystem entfernt und ein neuer Baum gepflanzt. Die Wälder der Navigator Company werden so bewirtschaftet, dass immer mehr Bäume nachwachsen als abgeholzt werden. Stellen Sie sich zum Beispiel ein Grundstück mit Bäumen vor, auf dem jede Reihe von zwölf Bäumen im Abstand von einem Jahr steht. Nach zwölf Jahren ist ein Baum bereit, gefällt zu werden, während die anderen elf noch wachsen, und so geht es jedes Jahr weiter.

Effiziente Nutzung von Wasser

Eukalyptusbäume sind sehr effizient in der Nutzung des verfügbaren Wassers. Sie produzieren mehr Fasern und Holz aus der gleichen Menge an Regenwasser als andere Baumarten. Ihr Wurzelsystem kann bis zu dreimal genutzt werden, was bedeutet, dass der Boden bis zu 36 Jahre lang ungestört bleiben kann. Das ist ein viel längerer Zeitraum im Vergleich zu jährlichen Rotationen in der intensiven Landwirtschaft.

Medizinische Eigenschaften

Eukalyptusblätter sind ein bekanntes traditionelles pflanzliches Heilmittel. Das in den Blättern enthaltene ätherische Öl ist ein starkes Antiseptikum und wird auf der ganzen Welt zur Linderung von Infektionen eingesetzt.



Target von Berberich Papier (www.berberich.de) - im Sortiment und exklusiv in Deutschland erhältlich bei Berberich Papier in Heilbronn.

Weniger Holz, mehr Zellstoff

Im Vergleich zu den meisten Baumarten, einschließlich Birke, Kiefer, Espe, Akazie und anderen Eukalyptusarten, liefert der Eucalyptus globulus mehr Zellstoff aus der gleichen Menge Holz. Das macht ihn als Rohstofflieferant effizienter und wirtschaftlicher. Das besondere Volumen und die Steifigkeit durch die dicken Zellwände gewährleisten wegen der hervorragenden Laufeigenschaften einen störungsfreien Betrieb, weniger Papierstaus und ein besseres Druckergebnis. Die Verarbeitung von Eucalyptus globulus führt zu 40 Prozent weniger Holzverbrauch im Vergleich zu Kiefer.

Erhöhte Recyclingrate

Auch für Papier werden Bäume gepflanzt. Die Eigenschaften der Fasern von Eucalyptus globulus helfen dem Recyclingprozess und stellen einen wertvollen wiederverwertbaren Anteil in Büropapier und anderen papierbasierten Materialien dar. Untersuchungen zufolge

können die Fasern 60 bis 150 mal mehr recycelt werden als andere.

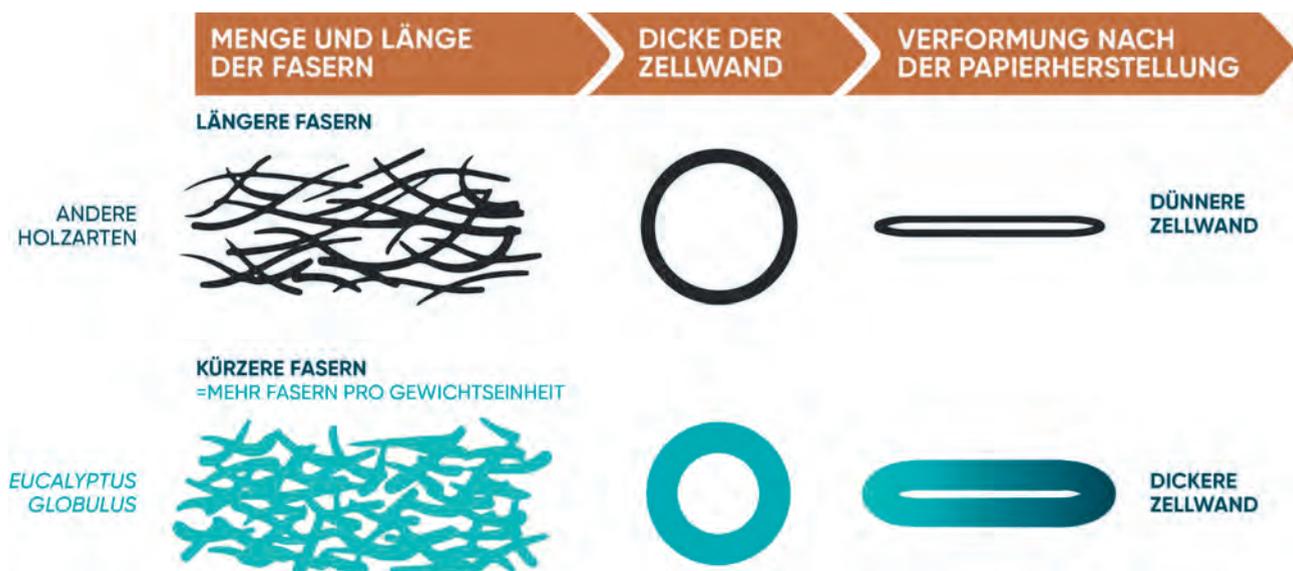
Hohe Qualität und Leistung

Die höhere Anzahl von Fasern pro Gewichtseinheit verleiht dem Papier eine bessere Faserausrichtung und Opazität, was zu besseren Druckergebnissen führt. Der niedrige Ligningehalt bedeutet auch, dass weniger chemische Mittel im Koch- und Bleichprozess benötigt werden, und garantiert gemäß ISO 9706 die Langlebigkeit und Archivierbarkeit von Druckaufträgen ohne Vergilbung im Laufe der Zeit.

Fazit: Der Baum für das beste Papier

Eine Investition in nachhaltiges Frischfaser-Büropapier aus Eucalyptus globulus verbessert die Effizienz entlang der Wertschöpfungskette. Es ist auch eine Investition in die Wälder, die Menschen und ihre Lebensgrundlagen. Ein nachhaltiger Mehrwert, der mehr als nur eine Geschichte zu erzählen hat.

www.thenavigatorcompany.com
www.berberich-papier.de





Bundespreis
ecodesign
Produkt 2020

Langlebigkeit im Fokus

Das langjährige Engagement für Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung hat sich bei Edding ausgezahlt: Die Produktreihe Edding EcoLine ist in der Kategorie Produkt mit dem Bundespreis ecodesign 2020 ausgezeichnet worden.

Der Bundespreis ecodesign wird seit 2012 jährlich in Kooperation mit dem Internationalen Design Zentrum Berlin vergeben und zeichnet herausragend gestaltete, nachhaltige Produkte, Dienstleistungen und Konzepte aus. „Wir freuen uns sehr über die hochkarätige Auszeichnung unserer EcoLine, vor allem da sie eine wissenschaftlich begründete Anerkennung unserer Forschungs- und Produktdesignarbeit ist. Sie ist ein zusätzlicher Ansporn, für uns auch weiterhin intensiv in die Verbesserung der Umweltverträglichkeit unserer Produkte zu investieren“, betont Per Ledermann, CEO der Edding AG.

Jurymitglied Prof. Anna Berkenbusch hebt in ihrer Laudatio hervor, dass bei der Entwicklung der EcoLine alle Statio-

nen des Produktlebenszyklus konsequent mitgedacht und die Marker mit besonderem Fokus auf Langlebigkeit optimiert wurden. Als Alltags- und Bürogegenstände besäßen sie auf die Verbreitung des Umweltgedankens hin eine große Relevanz, unterstrich die Jury.

Was zeichnet die Edding EcoLine aus?

Die bereits 2008 eingeführte EcoLine umfasst verschiedene Marker für die Büroanwendung und erfüllt alle Anforderungen an nachhaltige Produkte: Die EcoLine ist klimaneutral und besteht zum größten Teil aus Post-Consumer-Recyclingmaterial bzw. nachwachsenden Rohstoffen. Der Highlighter hat als erster und bisher einziger Marker in der Branche den Blauen Engel erhalten. Alle Produkte sind nachfüllbar und sämtli-

che Verpackungen bestehen vollständig aus Karton, überwiegend sogar aus Recyclingkarton. Aufgrund ihrer herausragenden nachhaltigen Eigenschaften wurde die EcoLine bereits dreimal als Green Brand Germany ausgezeichnet.

Recyclingkreislauf

Edding setzt alles daran, die gesamte Produktpalette gezielt nachhaltig zu gestalten und hat viel in Ressourcenschonung und die Entwicklung eines Recyclingkreislaufs investiert. Einen ersten wichtigen Beitrag leisten nachfüllbare Marker und Schreibgeräte, die von Edding in diversen Varianten angeboten werden. Irgendwann haben jedoch auch diese Marker ausgedient. Zum Wegwerfen sind alte Stifte viel zu schade, denn sie enthalten wertvolle Materialien, die recycelt werden sollten. Für leergeschriebene Schreibgeräte und Marker, ganz gleich ob von Edding oder einer anderen Marke, stellt Edding eine Rücknahmebox zur Verfügung, die einfach online per Formular bestellt werden kann. Zusammen mit einem auf Kunststoffrecycling spezialisierten Unternehmen hat Edding einen Recyclingkreislauf entwickelt, bei dem über 70 Prozent des gewonnenen Kunststoffs wieder für die Produktion neuer Edding-Produkte, wie beispielsweise der EcoLine, eingesetzt wird. Lediglich 15 Prozent landen in der thermischen Verwertung. www.edding.de



Irgendwann haben auch die nachfüllbaren Marker ihren Lebenszyklus erreicht und werden von Edding per Rücknahmebox wieder eingesammelt.



Für jeden Wohnsstil finden sich bei Werkhaus die richtigen Ordnungssysteme und Ablagen. Viele davon sind bereits echte Klassiker und zählen zu den Bestsellern.



Jedes Mal überraschend

Wer für seine Büroausstattung langlebige Alternativen zu Schreibtisch-Organizern aus Plastik sucht, wird bei Werkhaus fündig. Die umweltfreundlichen und praktischen Aufbewahrungs- und Ordnungssysteme sind echte Klassiker, die zu jedem Ordnungsstil passen.

Viele Menschen haben keine Lust mehr auf massenweise gefertigte Wegwerfprodukte. Sie möchten Schönes kaufen, und dabei ein gutes Gewissen haben. Bei Werkhaus gibt es ausschließlich nachhaltig hergestellte Wohn- und Büroaccessoires ökologisch, sozial und fair. Die farnefrohen Produkte bestehen aus Holz (MDF) aus nachhaltiger Forstwirtschaft und FSC-Papier sowie ungiftigen Farben, die nach der europäischen Norm für Spielzeugsicherheit zugelassen sind. Die farnefrohen Produkte machen einfach gute Laune.

Echte Werkhaus-Klassiker sind die praktischen Ablagen und Organizer für Papiere, Visitenkarten und Büromaterialien, die sich ungebrochen großer Beliebtheit erfreuen. Werkhaus-Büroaccessoires sind sowohl im professionellen Kontext - beispielsweise in Lehrerzimmern, Großraumbüros oder in der Verwaltung - als auch im Privaten, am persönlichen Arbeitsplatz sowie im Kinderzimmer sehr gefragt. Die Stifteboxen in

Form von kultigen Fahrzeugen wie dem T1 Bulli und dem Wohnwagen, Schiffen oder niedlichen Tieren sind echte Hingucker und kommen bei allen Altersgruppen gut an.

Zu den Bestsellern gehören auch die Photohocker, die es mit mehr als 100 verschiedenen Aufdrucken gibt, die von den Kunden aber auch individuell gestaltet werden können. Weil sie sehr stabil und leicht zu transportieren sind, kommen sie oft bei größeren Veranstaltungen zum Einsatz und bieten zudem eine attraktive Werbefläche. Da bei Werkhaus Design, Entwicklung und Produktion vor Ort in einer Hand liegen sind individuellen Wünschen insbesondere im Bereich der Werbeartikel grundsätzlich kaum Grenzen gesetzt.

Ebenso nachhaltig wie die Büro- und Wohnprodukte sind die Verkaufsdiskays, die Werkhaus für einen großen Teil seiner Büroprodukte anbietet. Die Stifteboxen, aber auch andere Wohnac-

cessoires wie die originellen Kaleidoskope oder Guckaugen können so optimal in Szene gesetzt werden. Im Bereich der Standard-Displays, die in den unterschiedlichsten Branchen gerne genutzt werden, bietet Werkhaus Thekenaufsteller, Schütten, Postkartenaufsteller oder Display-Karusselle für lose Ware an. Individuell nach Kundenwunsch gestaltete Warenaussteller fertigt das Familienunternehmen in Serien ab 100 Stück. Anders als Aufsteller aus Pappe sind diese Verkaufsmöbel sehr stabil und langlebig.

Alle Produkte werden zusammengesetzt mit dem Original Werkhaus-Stecksystem: Stecken statt kleben oder schrauben. Die zugrunde liegende Idee ist so einfach wie genial: Aus maßgefertigten Einzelteilen und Gummiringen entstehen innovative und solide Produkte, die bewusst und ausschließlich im eigenen Werk in der Lüneburger Heide entwickelt sowie hergestellt werden.

www.werkhaus.de



Novus re+new steht für nachhaltige Bürogeräte aus wiederverwertetem Kunststoff und ökologisches unternehmerisches Handeln.

Recyclingkreislauf geschlossen

Dass klassische Büroartikel wie Heftgeräte und Locher Nachhaltigkeit mit Design und Funktion verbinden können, beweist die Serie „Novus re+new“. Neben ökologischen Gesichtspunkten wurde bei der Entwicklung Wert auf edles Design sowie einfache Handhabung gelegt.

Die Hefter und Locher der Serie Novus re+new bestehen zu einem großen Teil aus wiederverwerteten Kunststoffen, die nach erstmaliger Nutzung für andere Gebrauchsgüter wie etwa Kühlschränke dem Recycling-Kreislauf zugeführt wurden. Abhängig vom Modell beträgt der Anteil des Rezyklats, das von einem Eucertplast-zertifizierten Lieferanten bezogen wird, am Gesamtkunststoffeinsatz bis zu 95 Prozent. Auch die Verpackung der nachhaltigen Büroartikel besteht aus nicht beschichtetem Papier und enthält keine Sichtfenster aus Folie. Auf die sonst übliche Verpackung der Geräte in Kunststofffolien wird bei den re+new Geräten komplett verzichtet - sie sind in Seidenpapier eingewickelt. Zudem lassen sie sich ohne großen technischen Aufwand auseinanderbauen und sortenrein trennen.

Neben ökologischen Gesichtspunkten wurde bei der Entwicklung Wert auf edles Design sowie einfache Handhabung gelegt. Das „All Black“-Design gibt den Heftern und Lochern einen ansprechenden Look in elegantem Schwarz. Um die

intuitive und sichere Bedienung zu gewährleisten, heben sich die Funktionstasten bei den Heftgeräten sowie die Beschriftungen durch einen auffälligen grünen Farbton ab.

Die konsequente Weiterentwicklung der Büroprodukte unter ökologischen Gesichtspunkten entspricht der Unternehmensphilosophie, die neben Richtlinien zur Qualität und Sicherheit des Sortiments auch Prinzipien zur Nachhaltigkeit enthält. Bei der Produktion wird daher auf

den effizienten Umgang mit Ressourcen geachtet. Neben der erneuten Nutzung von Materialien und der damit verbundenen Reduzierung des Rohstoffbedarfs fokussiert das Unternehmen auch die Aspekte Energieverbrauch und CO₂ Emissionsoptimierung. Zudem wird der Einsatz umweltgefährdender Stoffe minimiert. So sind die re+new-Geräte chrom- und nickelfrei und können so auch von Anwendern mit einer entsprechenden Allergie uneingeschränkt genutzt werden.

www.novus.de/renew





Das praktische Mini-Office eignet sich fürs Homeoffice, ist mobil sowie schnell zur Hand - und nachhaltig sowieso.

Der Umwelt zuliebe - die Verpackung mit Mehrwert

Praktisch, bunt und formschön - das sind die bekannten Klammern aus dem Hause Laurel. Alle Befestigungsartikel, die von Laurel gefertigt werden, zeichnen sich durch ihre besonders hohe Qualität aus. Das Unternehmen denkt dabei schon seit vielen Jahren „grün“.

Wer die Klammern von Laurel kennt, der weiß, dass sich das Unternehmen mit Sitz in Aichwald, schon seit langer Zeit dem Umweltschutz verschrieben hat. Das liegt vor allem am Kunststoff und der Produktion „Made in Germany“ begründet. Die Werkstoffe, die die Grundlage dazu bilden, werden von den Einkäufern des schwäbischen Unternehmens sorgfältig in einer solchen Beschaffenheit ausgewählt, dass sie REACH-konform und sortenrein zu trennen sind. Dadurch können die Produkte auch in verschiedenen medizinischen Bereichen, der Lebensmittel- oder auch Automobilindustrie genutzt werden.

beiten im eigenen Heim, im Büro oder für unterwegs. Egal, ob im Schulranzen, der Businessmappe oder jeder noch so kleinen Hosen- oder Handtasche, das Mini-Office von Laurel mit seiner praktischen flachen Verpackungseinheit ist immer dabei und passt wirklich überall hinein. Das bunte Mini-Office gibt es in zwei Kombinationsmöglichkeiten bestehend aus Büroklammern und Gummibändern.

Das beste an dem Mini-Office ist nicht etwa die Lust nach noch mehr bunten Helfern fürs Büro - Laurel gibt den Verbrauchern sogar noch praktische Tipps mit auf den Weg, sollten die Klammern

und Gummibänder einmal aufgebraucht sein. Die leere Verpackung lässt sich nämlich nachhaltig einsetzen und eignet sich besonders gut als Pillen- oder Nähsetaufbewahrung. Durch ihre gute Verschlussmechanik kann nichts verloren gehen. Der Phantasie der Anwender sind dabei keine Grenzen gesetzt, denn in die Boxen passen beispielsweise auch SIM- oder Speicherkarten verschiedenster Größen. Und wer einmal verzweifelt danach in Handtaschen oder Schubladen gesucht hat, der wird den Mehrwert der Laurel-Klammer-Boxen sicher zu schätzen wissen.

www.laurel-klammern.de

Der verantwortungsvolle Umgang mit den Ressourcen der Erde gehört für Laurel ohnehin zur Firmenphilosophie. So werden bei der Produktion entstehende Kunststoffangüsse nicht einfach in den Müll geworfen, sondern wieder vollständig aufgearbeitet und der laufenden Produktion wieder zugeführt. Durch dieses Verfahren ist eine abfallfreie Fertigung gewährleistet.

Die Klammern fürs Homeoffice

Die praktischen MIX-Packungen von Laurel eignen sich gerade jetzt für das Ar-



Beispiele für eine nachhaltige Verwendung der praktischen Laurel-Verpackungen.

Stempel mit ökologischer Botschaft



Mit der „Green Line“ brachte Colop bereits im Jahr 2008 das Thema Ökologie in die Stempelwelt. Erste Stempel aus nachhaltigen und recycelten Materialien des Unternehmens gingen um die Welt. Heute bietet der österreichische Stempelhersteller fünf Produktlinien als Green Line Variante an.

„Das Thema Klimaschutz ist hoch aktuell. Mehr denn je achten Kunden auf nachhaltiges Handeln. Am Wichtigsten dabei ist es aber, dass das Thema Nachhaltigkeit ganz generell in unserem Denken und Handeln verinnerlicht ist. Es geht dabei um eine Absicht und Motivation, die wir bei Colop alle teilen: wir wollen auch unseren Kindern und Enkelkindern eine lebenswerte Welt hinterlassen,“ sagt Andreas Hörtenhuber, International Sales und Marketing Manager, Colop.

Heute bietet Colop fünf Stempellinien als Green Line-Variante an: den Printer, den Pocket Stamp Plus, den Printer S200, die Classic- sowie die Office-Line. Da die Green Line überwiegend aus nachhaltigen und recycelten Materialien hergestellt ist, beträgt der verwendete Kunststoff-Recycling-Anteil bei den zwei Stativstempeln mindestens 65 Prozent, bei allen anderen Colop Green Line Stempeln sogar bis zu 80 Prozent. Colop entschied sich schon früh seine „grünen Stempel“ CO₂ neutral

zu machen. Um das zu gewährleisten, werden unvermeidbare CO₂-Emissionen durch Investitionen in ökologisch wertvolle Klimaschutzprojekte (Gold Standard Projekte), kompensiert. „Mit der „Green Line“ war Colop 2008 ein Vorreiter am Stempelmarkt. Sie war von Anfang an ein Erfolg, welcher in den vergangenen zwei Jahren nochmals um ein Vielfaches ausgebaut werden konnte“, sagt der Sales Manager.

Im Rahmen der ISO 14001 Umweltmanagement-Zertifizierung wurde der Herstellungsprozess der Colop Green Line auditiert. Der Buchenholzgriff der Classic GreenLine ist FSC-zertifiziert (Forest Stewardship Council). Dadurch, dass heimisches Buchenholz aus der EU verwendet wird, können zudem kurze Beschaffungswege sichergestellt werden. Darüber hinaus wurden die Produkte der „Green Line“ 2020 erneut mit dem österreichischen Umweltzeichen der Republik Österreich durch das Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie ausgezeichnet.

Colop verfügt über zwei moderne Produktionsstandorte: am Stammsitz in Wels/Österreich und in Borovany/Tschechien. Beide Standorte erfüllen in ökologischer Hinsicht höchste Standards: die Automatisierung und die Vereinfachung der Prozesse sowie der Einsatz moderner und ressourcenschonender Produktionsanlagen ermöglichen eine massive Gesamtenergieeinsparung. Ferner ist das Energiemanagement durch effiziente Prozesskühlung mit Wärmerückgewinnung sehr hochentwickelt. So werden beispielsweise Teile der Produktion durch die Abwärme der Spritzgussanlagen geheizt.



Andreas Hörtenhuber, International Sales und Marketing Manager, Colop.

Auf dem Dach der Colop-Produktionshalle in Wels wurde 2019 eine Photovoltaik-Anlage montiert, die einen beträchtlichen Beitrag zum Strombedarf liefert. Pro Tag können, je nach Wetter, 1,2 MWh über diese Anlage produziert werden, was in Deutschland in etwa einem durchschnittlichen Pro-Kopf-Stromverbrauch von 857 Personen entspricht (Quelle: www.co2online.de).

www.colop.com



Die Green Line-Stempel von Colop.



Das Unternehmen produziert seinen eigenen Strom.

Klimaneutral bis hin zur Stempelplatte



Seit Anfang dieses Jahres liefert Amos seine Holzstempel zu 100 Prozent klimaneutral an die Kunden aus. Zusätzlich produziert der Stempelhersteller ab sofort Stempelplatten für die CO₂ neutralen Selbstfärber von Trodat und Colop ebenfalls zu 100 Prozent klimaneutral.

Mit dem „einzigartigen“ Angebot steht dem Fachhandel - nach Angaben des Herstellers - ein umfangreiches klimaneutrales Produktsortiment zur Verfügung. Weil Holzstempel nach wie vor ein wichtiger Bestandteil des deutschen Stempelmarktes sind und Behörden sowie größere Unternehmen nach klimaneutralen Produkten verlangen, hat sich Jan Pemöller, Amos-Geschäftsführer, dafür eingesetzt, das gesamte Produkt „klimaneutral“ zu stellen. Denn wie er sagt, „ohne die klimaneutralen Stempeltextplatte sind die CO₂ neutralen Stempelgehäuse von Trodat und Colop bei der Auslieferung mit individueller Textplatte nicht zu 100 Prozent klimaneutral. Das habe bisher kein Anbieter so richtig im Blick gehabt, ergänzt Geschäftsführer Markus Lerp im Gespräch.



Das klimaneutrale Stempel-Sortiment im Angebot von Amos. Informationen zu den Amos Klimaschutzprojekten gibt es im Internet unter www.climatepartner.com

Amos ist es gelungen, einen kompletten CO₂ neutralen Produktions- und Lieferprozess (dank GLS Klima Protect) zu gewährleisten. „Damit bieten wir dem Bürofachhandel eine gute Möglichkeit, „sich gegenüber Wettbewerbern nicht über den Preis, sondern über Themen wie Nachhaltigkeit und Umweltschutz zu definieren“, sagt Lerp. Weil bei Ausschreibungen oft entscheidend, stellt Amos eine Vielzahl an Zertifikaten vom Stempelkissen über Selbstfärber, Stempelautomaten, Taschenstempel sowie für Holzstempel und Stempelplatten zur Verfügung stellen. Jan Pemöller erläutert den Weg hin zum neuen Angebot: „Zusammen mit ClimatePartner haben wir die CO₂-Emissionen erfasst, die bei der Herstellung der Holzstempel und Stempelplatten durch Rohstoffe, Produktion, Montage, Verpackung, Logistik und bei der Entsorgung entstehen - den so genannten Product Carbon Footprint.“ Wo es nur

möglich sei, vermeide und reduziere das Unternehmen CO₂-Emissionen. „Dort, wo es nicht vermeidbar ist, gleichen wir aus, indem wir Klimaschutzprojekte zusammen mit ClimatePartner unterstützen“, fügt Jan Pemöller noch hinzu.

Die Holzstempel von Amos tragen das unabhängige Label „Klimaneutral“. Das ermögliche dem Fachhandel und seinen Kunden, die Nachhaltigkeit besser nachzuvollziehen. „Auf diese Weise tragen wir zur besseren Transparenz bezüglich der Klimaneutralität unserer Produkte bei und die Anwender können sich über die Klimaschutzprojekte informieren“, betont Markus Lerp.

Markus Lerp und Jan Pemöller haben im Interview angekündigt, dass mit der

Umsetzung der Klimaneutralität noch lange nicht Schluss sei. Beide haben noch viel vor in Sachen Nachhaltigkeit. Zuletzt haben die beiden Geschäftsführer das aus vier Stempelbetrieben entstandene Unternehmen reorganisiert und für den Markt zukunftssicher ausgerichtet. In den vergangenen drei Jahren seien drei Absatzkanäle entstanden: „Der Bürofachhandel ist dabei unser größter Umsatzträger, gefolgt vom Stempelgroßhandel und der Direktbelieferung in die Industrie über E-Procurement-Systeme.“ Amos wolle sich künftig verstärkt für ein Umdenken in Wirtschaft, Gesellschaft und Politik einsetzen und unterstützt daher den Prozess für ein nachhaltiges, faires, demokratisches und kooperatives Handeln.

www.amos-stempel.de



Morgens stempelt das Kind den Olchi auf die Hand. Im Laufe des Tages die Hände gründlich waschen bis das Motiv verschwindet.

Spielerisch sauber

Trodat präsentiert für Kinder das neue Olchi Schmuddelpfoten-Stempel-Spiel. Der Olchi Stempel sorgt damit auf ganz spielerische Weise für saubere Hände. Die Stempelfarbe ist für Kinderhaut sehr gut verträglich. Der Motivstempel eignet sich auch zum Stempeln auf Papier und Karton.

Für Kinder spielt das Thema Handhygiene eine untergeordnete Rolle. Händewaschen wird, wenn überhaupt, nur oberflächlich und schnell erledigt. Speziell in Kindertagesstätten, Kindergärten oder in Schulen ist es schwierig für ErzieherInnen und LehrerInnen das Händewaschen ihrer Schützlinge zu überprüfen.

Gemeinsam mit dem Oetinger Verlag hat der österreichische Stempelhersteller Trodat ein Lizenzprodukt mit der Kinder-Kultfigur, den Olchis, entwickelt, das sich spielerisch dem Thema Händewaschen annimmt: das Olchi-Schmuddelpfoten-Stempel-Spiel.

So funktioniert's: Morgens wird der Schmuddel-Olchi auf Handrücken und -innenseite gestempelt. Im Laufe des Tages werden die Hände gründlich gewaschen bis der Olchi verschwun-

den ist. Zur Belohnung für die sauberen Hände gibt es einen Olchi-Stempel in den Schmuddelpfoten-Stempelpass. Wenn dieser voll ist, kann man sich auf der Olchi-Website eine Belohnung zum Download aussuchen, sowie einen neuen Stempelpass herunterladen.

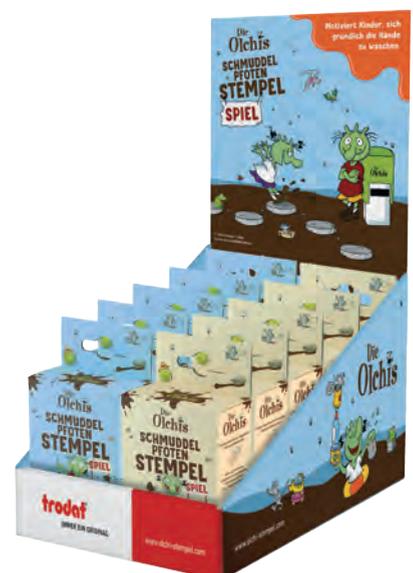
Das Olchi Schmuddelpfoten-Stempel-Spiel ist in zwei Varianten, sowie im Display verfügbar und überzeugt mit zahlreichen „olchigen“ Argumenten.

Zurst sorgt der Selbstfärbende Handstempel für spielerisches Händewaschen. Durch sein eingebautes Stempelkissen ist er sofort einsatzbereit. Die Stempeltinte ist zudem dermatologisch getestet und mit der Note „Sehr gut“ bewertet worden. Die ideale Abdruckgröße für Kinderhände beträgt 20 x 20 Millimeter. Die Motive eignen sich natürlich auch für das Stempeln auf Papier und Karton. Das Olchi-Ersatzkissen ist separat erhältlich.

Das Olchi Schmuddelpfoten-Stempel-Spiel wird so wie die Trodat-Bestseller in

Österreich gefertigt.“ Die umweltfreundliche, plastikfreie Verpackung hält für die Kinder noch eine zusätzliche Überraschung bereit - einen Innendruck zum Ausmalen.

www.olchi-stempel.com



Das Olchi Schmuddelpfoten-Stempel-Spiel ist in zwei Varianten und in einem ansprechenden Display für den Point of Sale verfügbar





Mehr Auswahl beim Klassiker Häfft 21/22 und drucktechnische Verbesserungen.

Bereit für den Schulstart 2021

Optimistisch blickt der Häfft-Verlag auf den Schulanfang im zweiten Halbjahr. Trotz der noch unklaren Situation fühlt sich der Münchner Verlag mit seinen zahlreichen Neuheiten und Produkt-Modernisierungen gut gerüstet für das Schulgeschäft 2021.

Beim Klassiker Häfft 21/22 stechen vor allem die eigens kreierte Cover-Motive und praktische Neuerungen ins Auge: In diesem Jahr dürfen die Häfft-Fans sogar eines von vier Cover-Motiven wählen. Die Papier-Dicke und die Bindung wurden in diesem Jahr komplett erneuert und bringen nicht nur ein besseres

Aufschlagverhalten, sondern eine verbesserte Häfft-Qualität zum Tragen.

Auch das Grundschul-Hausaufgabenheft 21/22 wurde im Innenteil neu gestaltet: Mit dabei sind die beliebten Motivations-Sticker, die den Schulspeß-Faktor des kindgerechten Aufgabenheft-Klassikers nochmals unterstreichen.

unseren Fachhändlern auch in diesem Jahr unsere häfftigen Corona-Hilfen 2021 an mit längeren Zahlungszielen. Außerdem schultern wir dank großzügiger Remissionsrechte einen großen Teil des Waren-Risikos. Und unsere Artikel funktionieren bei den Schülern aktuell hervorragend. Jetzt muss die Politik nur noch für verlässliche Rahmenbedingungen und geringes Infektions-Geschehen sorgen!" Mit anderen Worten: Der Schulanfang 2021 kann kommen.

www.haefft-verlag.de



Mit Nini Flash wurde ein weiterer Instagram-Star unter Vertrag genommen.



Schülerkalender mit Youtuberin „Cali Kessy“.

Bestärkt durch den außergewöhnlichen Vorjahres-Erfolg baut der Häfft-Verlag sein Schülerkalender-Segment weiter aus. Mit noch mehr Power wird die Zusammenarbeit mit der beliebten Youtuberin „Cali Kessy“ fortgesetzt, die in den letzten Jahren zu einer der beliebtesten Influencerinnen für Do-it-yourself (D.I.Y.)-Videos avancierte: Ende April erscheint erneut ein eigener „Häfft-Timer 21/22 - Cali Kessy Edition“ ergänzt um das bereits erfolgreich eingeführte „Cali Kessy Journal Premium“. Beide A5-Titel sind auch als praktisches Small-Theken-Display verfügbar.

Für die Ansprache der jüngeren Zielgruppe wurde mit der erst 15-jährigen Nini Flash aus Hamburg ein weiterer Instagram-Star unter Vertrag genommen. Ihre Influencer-Edition „Nini-Flash Schülerkalender 21-22“ in den Lieblingsfarben ihrer Community und mit praktischer Spiralbindung sorgt bereits jetzt in den Vorankündigungen auf den beliebtesten Social-Media-Kanälen für Furore.

Geschäftsführer Stefan Klingberg blickt hoffnungsfroh nach vorne: „Wir bieten



Die „Cali Kessy“-Timer werden im praktischen Small-Theken-Display präsentiert.



Mit den Pintor Markern in sechs neuen Neonfarben erhält die DIY-affine Zielgruppe noch mehr Spielraum, um kreativ zu werden.

Shopper-Inspiration durch angesagte Kreativ-Trends

Knallige Neonfarben, praktische Starter-Sets und jede Menge neuer DIY-Projekte - mit ihrer diesjährigen Kampagne beweist Pilot einmal mehr, dass die Pintor Marker das perfekte Kreativwerkzeug sind und setzt dabei auf aktuelle Trendthemen innerhalb der Zielgruppe.

Der „Do it yourself“-Trend hält an. Immer mehr Verbraucher finden Gefallen daran, eigene, individuelle Teile zu kreieren, die ihrer persönlichen Note Ausdruck verleihen. Genau dafür hat die Schreibgerätemarke Pilot mit dem Pintor Kreativmarker vor drei Jahren das perfekte Werkzeug auf den Markt gebracht, das dank seiner robusten Spitze auf nahezu allen Oberflächen haftet. „Unser Pintor hat inzwischen eine echte Fanbase, die mit den Markern alle möglichen Alltagsgegenstände pimpen und upcyclen. Umso mehr freuen wir uns, der kreativen Zielgruppe in diesem Jahr mit neuen Produkten und DIY-Ideen noch mehr Auswahl und Inspiration an die Hand zu geben, die sich an aktuellen Trends orientieren - frei nach unserem diesjährigen Kampagnen-Motto: Ready 2 DIY“, sagt Filia Tzanidakis, Marketingleitung bei Pilot Pen Deutschland.

Neues aus der Pintor Range

Es wird knallig, denn Neonfarben sind einer der Trends in diesem Jahr. Auch Pintor-Fans kommen hier auf ihre Kos-

ten, denn zum bestehenden Sortiment aus 24 Farben, gesellen sich seit Januar 2021 auch sechs angesagte Neon-Töne, die in den beiden Strichstärken M und B erhältlich sind. Darüber hinaus bieten acht DIY-Starter-Sets vor allem DIY-Anfängern die Möglichkeit, ohne viel Vorbereitung direkt kreativ zu werden - auch ideal zum Verschenken. Ein Set beinhaltet dabei jeweils eine Auswahl von drei bis vier Pintor Markern sowie unterschiedliche Materialien, mit denen DIYs zu aktuellen Trends ganz einfach nachgebastelt werden können. Für kreative Auswahl sorgen auch die neuen „My Colour Palette Sets“ mit jeweils zehn Pintor Markern in aufeinander abgestimmten warmen oder kalten Farbtönen in Strichstärke M. Be-

sonders praktisch: Die Verpackung des Sets ist ein verschließbares Mäppchen, das ebenfalls individuell gestaltet werden kann und beinhaltet zudem ein Inspirationsheft mit Anwendungsideen.

Um für Sichtbarkeit innerhalb der DIY-affinen Zielgruppe zu sorgen, setzt Pilot über das Jahr crossmediale Maßnahmen um, welche die vielfältigen Anwendungsanlässe der Pintor Marker in Szene setzen. Abgerundet wird die Kreativ-Präsenz durch Kooperationen mit reichweitenstarken Influencern aus dem Lifestyle- und DIY-Bereich sowie ausgewählten Kreativ- und Frauenmagazinen.

Für eine aufmerksamkeitsstarke Präsenz am PoS sind die Pintor Marker neben den Sets auch als lose Ware in verschiedenen Display-Varianten erhältlich. Weitere PoS-Materialien können direkt bei Pilot angefordert werden.

www.pilotpen.de



Fantasie wird Realität

Pelikan macht mit seiner magischen Kreativfabrik das Unmögliche möglich! Die Kids können sich kreativ austoben und werden optimal gefördert. Die Kreativprodukte lassen sich durch ein einzigartiges Stapelsystem vielseitig kombinieren und systematisch verstauen.

Der Geist eines Kindes ist eine schier unerschöpfliche Quelle für pure Kreativität. Diese gilt es, von Anfang an gezielt zu fördern, denn Kreativität ist eine der wichtigsten Kernkompetenzen unserer Zeit. Am besten funktioniert das beim kreativen Malen und Basteln, denn dabei kann das Kind seiner Fantasie freien Lauf lassen. Das schöpferische Gestalten ist für Kinder eine wichtige Möglichkeit und bedeutende Erfahrung, sich selbst auszudrücken. Genau dafür hat Pelikan die Kreativfabrik entwickelt.

Umfangreiche Palette an Kreativmitteln

Ob malfertige Farbe, Pinsel, Knete, Wachsmaler, wasservermalbare Buntstifte oder Fasermaler - die neue Kreativfabrik von Pelikan bietet Kindern die Chance, mit möglichst vielen gestalterischen Mitteln zu experimentieren. Die Kreativfabrik besteht aus einzelnen Etagen mit unterschiedlichen Kreativprodukten. Sie kann individuell zusammengestellt und jederzeit um weitere Kreativtagen ergänzt werden. Durch



Das Malzubehörset groß beinhaltet alle Features des kleinen Sets und zusätzlich fünf Tuben malfertige Flüssigfarbe (Tempera) in Gelb, Dunkelblau, Rot, Schwarz und Weiß. Ergänzt um die fünf griffix Pinsel sowie eine kindgerechte Mischanleitung bietet dieses Set ein geniales Starterpaket zum Losmalen.

die Kombination mehrerer Fabriketagen entstehen dabei die schönsten Kunstwerke. Mit der Pelikan Kreativfabrik sind der kindlichen Kreativität keine Grenzen gesetzt. Und das Beste: Die Eltern wissen, dass nach dem kreativen Chaos ganz schnell wieder Ordnung herrscht. Nicht sie müssen aufräumen, das Kind hat selbst Spaß daran. Unbändige Kreativität - kompakt verstaut und systematisch geordnet!

Durchdachte Qualitätsprodukte

Das innovative System der platzsparenden Kreativfabrik mit seinen langlebigen und beliebig stapel- sowie kombinierbaren Etagen ist einzigartig am Markt. Es sorgt im Handumdrehen für Ordnung im Kinderzimmer und fasziniert Groß und Klein mit seiner ansprechenden Optik. Sämtliche Produkte und Inhaltsartikel sind von ausgewählter hochwertiger Pelikan Qualität und perfekt auf die Bedürfnisse der Zielgruppe abgestimmt. Sie entsprechen den strengen Vorgaben, die für Kinder und Kinderspielzeug eingehalten werden müssen. Zur Individualisierung und Namensbeschriftung gibt es zu jeder Kreativtage einen Stickerbogen. Alle Etagen können weiterverwendet und mit neuen Kreativmitteln wieder befüllt werden.

Pelikan Kreativfabrik im Detail

Die Produktränge für das Startjahr 2021 umfasst neben zwei Basis-Sets eine umfangreiche Produktpalette an Kreativmitteln wie die malfertige Farbe Tempera, griffix Pinsel, Creaplast Kinderknete, die neuen griffix Wachsmaler, wasservermalbare Fasermaler und wasservermalbare Buntstifte. Die Produktpalette der Pelikan Kreativfabrik wird weiterwachsen und ist die perfekte Ergänzung für den Deckfarbkasten K12. Made in Germany - Made by Pelikan.

Pelikan Kreativfabrik am POS

Jedes Produkt der Pelikan Kreativfabrik wird einzeln in einer optisch attraktiven, stabilen Kartonverpackung mit Euroloch-Bänderole für eine liegende und optional hängende Platzierung angeboten. Die Pelikan Kreativfabrik ist eine ideale Geschenkidee für Eltern, Großeltern, Freunde und Verwandte, die sinnvolle und die Kreativität fördernde Geschenke machen möchten!

www.pelikan.com



Zudem bietet Pelikan sämtliche Artikel der Kreativfabrik auch als 54-teiliges Geschenkset an: Der „Supertower“ ist für 59,99 € (UVP) entweder in einer hochwertigen Tragetasche oder in einer attraktiven Geschenkbox, die auch als Malvorlage genutzt werden kann, erhältlich. So ist geballte Kreativität garantiert!



Die Goldene Grußkarte 2021

In diesem Jahr geht der Wettbewerb in seine dritte Runde. Und wieder haben sich zahlreiche Verlage beteiligt und über 450 Motive eingesandt - keine leichte Aufgabe für die hochkarätige Fachjury, die Vielzahl der kreativen und qualitativ hochwertigen Beiträge zu bewerten.

Im Jahr 2018 hat der AVG (Arbeitsgemeinschaft der Hersteller und Verleger von Glückwunschkarten) erstmals zum großen Branchenwettbewerb „Die Goldene Grußkarte“ aufgerufen. Die Resonanz der Verlage, der Branche und der Öffentlichkeit war groß und hat die Organisatoren darin bestätigt, mit diesem Award ein attraktives Schaufenster für das Produkt Grußkarte geschaffen zu haben.

Hier stellen wir die Finalisten der „Goldenen Grußkarte 2021“ vor. Präsentiert werden jeweils zwei Motive der vier Finalisten in jeder der neun Kategorien in alphabetischer Reihenfolge. Die Gewinner jeder Kategorie bleiben bis zur feierlichen Abschlussgala am 10. Juni 2021 in München geheim.

„Qualitativ wie quantitativ ist die „Goldene Grußkarte“ wieder einmal ein beeindruckender Erfolg. Wir danken allen teilnehmenden Verlagen, den Mitgliedern der Jury und den Sponsoren ganz herzlich für ihr Engagement, das diesen

Wettbewerb erst ermöglicht“, resümiert die AVG.

Mit dem Branchenwettbewerb „Die Goldene Grußkarte“ ruft die AVG alle deutschsprachigen Grußkartenverlage dazu auf, sich mit ihren innovativsten und kreativsten Produkten einer hochkarätigen Fachjury zu stellen. Der Award bringt in einem besonderen Event Handel, Verlage, Zulieferer und Medien zusammen und stellt dabei die Attraktivität, Relevanz und Zukunftsfähigkeit der Grußkarte in den Mittelpunkt. Den teilnehmenden Verlagen bietet der Award die Gelegenheit, ihre Produkte frühzeitig den wichtigen Entscheidern der Branche zu präsentieren. Den Fach- und Großhändlern, die Teil der Jury sind, bietet sich die exklusive Möglichkeit, die Produkte zu einem frühen Zeitpunkt kennenzulernen und die Sponsoren haben die Chance, sich auf besondere Weise vielen potenziellen Kunden zu präsentieren.

Die „Goldene Grußkarte 2021“ ist aufgrund der Corona-Situation eine ganz

besondere. So setzt der Award vor allem in punkto Zukunftsfähigkeit schon jetzt Maßstäbe. Denn nicht nur die Einreichung der Kollektionen durch die Verlage, sondern auch die Nominierung der Finalisten durch die Fachjury fand digital statt. Ein neu konzipiertes Online-Voting-Tool hat sich dabei bereits wunderbar bewährt und etabliert. Die Bewertung der Kollektionen erfolgte Ende Januar anonym und nach folgenden Kriterien:

- Kommerz. Betrachtung/Marktrelevanz
- Design / ästhetischer Eindruck / Idee
- gefühlte Wertigkeit / Preis-Leistung
- Qualität von Druck und Verarbeitung

Die Ergebnisse der Fachjury wurden im Anschluss von einem Treuhänder ausgewertet. Höhepunkt der „Goldenen Grußkarte 2021“ wird die feierliche Preisverleihung am 10. Juni 2021 in München sein. In einer spannenden und unterhaltsamen Gala werden dann die Gewinner jeder Kategorie bekannt gegeben und prämiert.

www.avgcd.de



Aufgrund der besonderen Umstände haben die Finalisten die Preisverleihung des AVG Awards „Die Goldene Grußkarte 2020“ nur virtuell erlebt. In diesem Jahr ist die Veranstaltung wieder live im „Deutschen Theater“ in München geplant.



Moderatorin Nele Schenker zeigte sich von der Motivvielfalt der Finalisten in 2020 begeistert.



Avancarte GmbH



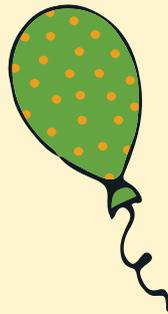
Edition Gollong

Goldbek Verlag GmbH

Skorpion Glückwunschkarten-
verlag GmbH & Co. GmbH



Avancarte GmbH



Edition Tausendschön



Goldbek Verlag GmbH



Pickmotion GmbH



Edition Gollong GmbH



Pickmotion GmbH



Skorpion Glückwunschkartenverlag GmbH & Co. GmbH



Verlag Dominique GmbH



ABC Kunst- und Glückwunschkartenverlag A. Boss + Co. AG



Edition Gollong GmbH



Michel-Verlag GmbH



Perleberg GmbH



Avancarte GmbH



BSB Obpacher GmbH



Gutsch Verlag GmbH & Co.KG



Perleberg GmbH



ABC Kunst- und Glückwunschkartenverlag
A. Boss + Co. AG



Gutsch Verlag GmbH & Co.KG



Perleberg GmbH



Verlag Dominique GmbH



Avancarte GmbH



BSB Obpacher GmbH



Hallmark Cards GmbH



HANRA - Klaus Hanfstingl Verlag GmbH



Avancarte GmbH



Editon Gollong GmbH



Goldbek Verlag GmbH



HANRA - Klaus Hanfstingl Verlag GmbH



Verlag Dominique GmbH



Pickmotion GmbH



Skorpion Glückwunschkartenverlag GmbH & Co.

DIE
goldene
GRÜßKARTE





Foto: Shutterstock 75140980 by Halfpoint

Der Ideal Hercules H14 ist die perfekte Lösung, wenn es auf höchste und schnelle Reinigungsleistung in stark frequentierten Bereichen - wie Schulen, Büros, Kantinen, Fitness-Studios - ankommt.

Gesundheitsrisiko „belastete Raumluft“

Dem Thema Lufthygiene in Innenräumen kommt ein neuer Stellenwert zu. Im Rahmen der Frühjahrs-Kampagne liefert Ideal seinen Handelspartnern fundierte Verkaufsargumente und mit dem Hercules H14 vor allem ein ganz neues Modell - ausgestattet mit einem HEPA H14-Filter.

Um dem Infektionsrisiken in Büros, Wohnräumen, im Homeoffice, in Wartezimmern oder Therapieräumen vorzubeugen, bietet Ideal im Rahmen der Frühjahrs-Kampagne mehrere Luftreiniger im Einstiegssegment an. Aber auch wenn es auf höchste und schnelle Reinigungsleistung in stark frequentierten Bereichen ankommt, bietet Ideal mit dem robusten, extrem leistungsstarken und mobilen Hercules H14 eine

perfekte Lösung. Das mit einem hocheffizienten HEPA H14-Filtersystem ausgestattete neue Modell reduziert Schadstoffe besonders effektiv aus der Raumluft. Seinen Handelspartnern liefert Ideal damit neue, fundierte Verkaufsargumente sowie gute Umsatzpotenziale.

Krankheitserreger und Schadstoffe tummeln sich in unserer Raumluft. Ne-

ben Aerosolen, Viren und Bakterien belasten auch Allergene, Feinstaub sowie Chemikalien und Gerüche die Luft. Dies birgt Ansteckungsgefahren und kann auch Wohlbefinden sowie Leistungsfähigkeit verschlechtern.

Ideal Luftreiniger sorgen für hygienisch reine Luft

Luftreiniger von Ideal ermöglichen eine dauerhaft sichere Luftqualität: Durch



Der Ideal Hercules H14 zeichnet sich durch eine besonders robuste Bauweise aus. Neben dem pulverbeschichteten Metallgehäuse trägt dazu das Bedienpanel mit staub- und wasserdichten Wippschaltern bei. Der HEPA H14-Partikelfilter mit einem Abscheidegrad von mindestens 99,995 Prozent filtert Aerosole, Schadstoffe und Verunreinigungen aus der Raumluft.

die hochwirksamen mehrlagigen Filter werden auch kleinste Partikel hocheffizient aus der Raumluft entfernt. Die kompakten Hochleistungsgeräte bringen damit saubere Luft in den Alltag und minimieren die erheblichen Ansteckungsgefahren. Im Rahmen der Ideal Frühjahrs-Kampagne hat Ideal eine Auswahl an verschiedenen kompakten Luftreinigern zusammengestellt, die für ideale Lufthygiene sorgen. Damit werden Ansteckungsgefahren deutlich minimiert und für eine sichere Luftqualität im Alltag ist stets gesorgt. Und dies alles zu einem sehr attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis.

Ideal Hercules - Saubere Luft ist sicherer

Den verstärkten Infektionsgefahren an Orten, an denen regelmäßig viele Menschen zusammentreffen, begegnet der Balingen Hersteller mit dem neuen mobilen Luftreiniger Ideal Hercules H14. In solch stark frequentierten Bereichen kommt es auf höchste Reinigungsleistung in sehr kurzer Zeit an. Ziel ist es, eine größtmögliche Hygiene und mehr Sicherheit zu erreichen, da sich dort viele Menschen aufhalten. Hier sorgt der extrem leistungsstarke Luftreiniger Ideal Hercules H14 für Top-Ergebnisse und für ein sauberes sowie sicheres Umfeld.

In einem ersten Schritt filtert ein hochwertiges Vorfilter-Vlies bereits grobe Schmutzpartikel und Stäube, bevor die verschmutzte Luft anschließend in den Hochleistungs-HEPA-Partikelfilter geleitet wird. Dieser HEPA H14-Partikelfilter entfernt anschließend Aerosole, Schadstoffe und Verunreinigungen wie Staub, Feinstaub (PM10, PM2.5 und kleiner), Pollen und andere luftgetragene Allergene aus der Raumluft - und zwar mit einem Abscheidegrad von mindestens 99,995 Prozent (bei einer Partikelgröße von bis zu 0,2 Mikrometern). Dieser Wert besagt, dass von 100.000 durchgeleiteten Partikelteilchen 99.995 durch den H14-Filter zurückgehalten werden und lediglich fünf Teilchen diesen passieren. Aber auch Krankheitserreger wie Viren, Bakterien und Schimmelsporen eliminiert der mehrlagige Partikelfilter hocheffizient aus der Raumluft. Die hohe Funktionsweise des



mehrlagigen H14-Filtern (nach DIN EN ISO 1822-4) und die deutliche Reduzierung von Infektionsgefahren, belegen auch offizielle Studien. Jeder Filter wird dabei einer speziellen Prüfung unterzogen und die hohe Qualität mit einem entsprechenden Prüf-Zertifikat bescheinigt.

Mit seinem hohen Luftdurchsatz von bis zu 810 m³ gereinigte Luft pro Stunde garantiert der robuste Ideal Hercules mobile und effiziente Luftreinigung in größeren, öffentlichen Gebäuden. Er bildet damit einen wichtigen Baustein in jedem Hygieneschutzkonzept und ist unter anderem für den Einsatz in Büros, Schulen und Kitas, aber auch in Behörden, Kantinen, Fitness-Studios, Praxisräumen sowie im Einzelhandel perfekt geeignet. In der Stufe 5 (bezogen auf eine Raumgröße von 100 m²) wälzt er die Luft bis zu siebenmal pro Stunde um und erneuert diese komplett. Damit senkt er die Verweildauer von Schadstoffen und reduziert die Menge von virulenten Aerosolen in der Raumluft. Das ist besonders wichtig, da in öffentlichen bzw. stark frequentierten Bereichen vielfach gar nicht (ausreichend) gelüftet werden kann oder dies außerdem - ge-

rade in der Winterzeit - nicht möglich ist, ohne Energie zu verschwenden oder die Gesundheit und das Wohlbefinden anderer Personen zu beeinträchtigen. Vielfach bringt das Lüften, je nach Standort, sogar neue Schadstoffe und Partikel ins Zimmer und verschlechtert die Raumluft ggf. noch.

Individuelle Verkaufsunterstützung der Handelspartner

Im Zuge der Frühjahrs-Kampagne „Gesundheitsrisiko belastete Raumluft“ unterstützt Ideal seine Vertriebspartner mit einem umfangreichen Marketing-Paket, woraus diese sich ihre individuell passenden Medien zusammenstellen können. Im Händlerbereich bietet sich den teilnehmenden Handelspartner die Möglichkeit, diese Aktion bequem online abzuwickeln. Produkte und Werbemittel können dort direkt bestellt und heruntergeladen werden. Umfassendes Hintergrundwissen sowie viele wichtige Praxistipps, wie man durch den Einsatz von Luftreinigern für ideale Lufthygiene sorgen kann, bietet Ideal zudem auf der Landingpage www.ideal.de/lufthygiene. www.ideal.de



Die beiden neue Schwarzweiß-Laserdrucker von G&G: Der M4100 (links) und der P4100 (oben).

Erster Rollout der neuen Laserdrucker erfolgt

G&G bringt neuen Schwung in den weltweiten Druckermarkt. Gerade für das Homeoffice sind preiswerte und robuste Drucker gefragt. Ninestar hat darauf reagiert und hat Anfang des Jahres für den Deutschen Markt zwei neue Geräte auf den Markt gebracht.

Gerade in Zeiten, wo viele Angestellte von zu Hause aus arbeiten müssen, sind kleine und günstige Drucker gefragt wie noch nie. Auf diese hohe Nachfrage an kompakten Home-Office-Druckern hat der weltweit größte Hersteller kompatibler Druckerpatronen - Ninestar - reagiert. Unter seiner eigenen Marke G&G

hat der Konzern bereits zwei Laserdrucker für den Deutschen Markt vorgestellt. Diese zeichnen sich vor allem durch schnelles Ausdrucken, hohe Verarbeitungsqualität und vor allem durch sehr niedrige Folgekosten aus. Sie sind WLAN-fähig und können auch per Smartphone angesteuert werden.

Das zweite Modell, der „G&G M4100DW“, verfügt zusätzlich über einen Scanner. Und das entweder über einen integrierten Flachbett-Scanner oder über einen automatischen Papiereinzug. „Das Besondere bei diesen Druckern sind die niedrigen Folgekosten“, hebt Daniel Orth, Geschäftsführer und Inhaber von Tonerdumping in Berlin hervor.



Michael Büttner (l.), Sales und Marketing, sowie Daniel Orth, Geschäftsführer und Inhaber (Tonerdumping, Berlin).

Wer zwischen 1000 und 10000 Seiten pro Monat druckt, für den lohnt sich schon die Anschaffung eines G&G Druckers P4100DW. Der Schwarzweiß-Laserdrucker unterstützt doppelseitiges Drucken und schafft 33 Seiten pro Minute. Neben der komfortablen Anbindung per WLAN kann der P4100 auch sehr einfach per Smartphone und oder NFC-Chip angesteuert werden. Es gibt einen Einzelblatteinzug, der Papierstärken bis 200 Gramm unterstützt und ein Papierfach für 250 Blätter. Das Papierausgabefach fasst rund 120 Seiten. Auch ein Netzwerkkabel-Stecker oder ein USB-Kabel lassen sich an das kompakte Gerät anschließen. Der G&G P4100DN wird für knapp 200 Euro angeboten.

Obwohl es sich bei den G&G Tonern in diesem Fall um ein Original-Produkt handelt, „sind die Seitenkosten relativ niedrig“ ergänzt Orth. Der kleine 3000 Seiten-Toner, der GT410, kostet knapp 50 Euro. Der GT410X wird knapp 70 Euro kosten und 6000 Seiten drucken. Der GT410XX ist nur dem Multifunktionsgerät, dem M4100DW vorbehalten und kostet knapp 90 Euro und damit kann man dann 11000 Seiten drucken. Dazu kommen dann noch Kosten für die Trommel, die knapp 100 Euro kostet und für 25000 Seiten ausgelegt ist. Im Lieferumfang der Drucker befindet sich bereits eine Trommel zusammen mit einem 3000-Seiten-Starter-Toner.

„Für Fachhändler und Distributoren bieten wir Spezialpreise und Drucker-Toner-Trommel-Bundles an. Wir freuen uns auf Ihre Anfragen“, sagt Daniel Orth. Die ersten Geräte wurden bereits an Händler ausgeliefert.

„Obwohl jeder sagt, dass die Nachfrage nach MPS und Geschäftsdrucksachen schrumpft, weil der COVID-19-Ausbruch viele Unternehmen dazu zwingt, auf Fernarbeit umzustellen, denken wir anders darüber. Die Unternehmen müssen nach wie vor für die Druckkosten ihrer Mitarbeiter aufkommen, unabhängig davon, wo sich diese befinden. Daher trägt die Verwaltung der Druckaufgaben ihrer Mitarbeiter bzw. die Einführung einer verwalteten Druckanwendung für ihre Mitarbeiter definitiv zur Nachhaltigkeit der Unternehmen bei, insbesondere angesichts der Situation im aktuellen Coronavirus“, sagte Gang Chen, MPS-Direktor von Ninestar Image. „Was G&G tut, ist, unsere Partner an der Spitze zu halten. Wir erweitern unser Produktportfolio und erinnern unsere Partner daran, das im MPS-Sektor liegende Potenzial nicht zu verpassen. Deshalb bringen wir zusammen mit der Einführung der Hardware-Kombination diese verlockende und wertschöpfende MPS-Lösung auf den Markt, um unsere globalen Partner besser zu unterstützen.“

Ninestar zählt nach eigenen Angaben zu den weltweit führenden Herstellern von alternativem Druckerzubehör. Zur chinesischen Konzerngruppe gehören unter anderem die Marken Lexmark, Pantum, G&G, Static Control, Apexmic. Ninestar verbindet schon seit einigen Jahren eine enge Geschäftsbeziehung mit dem Berliner Unternehmen Tonerdumping. Die Berliner betreiben neben ihrem Onlineshop außerdem 20 stationäre Ladengeschäfte in Berlin, Brandenburg, Hamburg sowie Salzburg. Am 26. Januar 2020 haben Ninestar und Tonerdumping auf der Paperworld in Frankfurt ein Memorandum of Understanding unterzeichnet mit dem Ziel, die Partnerschaft zwischen beiden Unternehmen im G&G-Markengeschäft weiter zu stärken.

www.gg-image.de

Die smarte Art der Dokumenten-Digitalisierung

Viele Unternehmen setzen inzwischen verstärkt ihren Fokus auf Digitalisierung und digitale Workflows. Vor allem bei Anforderungen an spezielle Dokumentenvorlagen oder hohem Digitalisierungsbedarf entstehen oft Hürden, die einen reibungslosen Ablauf schwierig gestalten. Hier sind einfache und unkomplizierte Lösungen gefragt, die auch in bestehende Arbeitsumgebungen eingebunden werden können.

Mit dem Plustek SmartOffice PT2160 Dokumentenscanner präsentiert Scanner-Spezialist und Lösungsanbieter Plustek eine Antwort auf diese Anforderungen. Das Hauptaugenmerk des schnellen Dokumentenscanners liegt vor allem in der Verarbeitung von Vorlagen unterschiedlicher Art. Der Scanner verarbeitet Dokumente mit einer Grammatur bis 413 g/qm. Dazu zählen neben den üblichen Papiersorten auch Reisepässe. Die hochmoderne Einzugsmechanik mit gegenläufigem Rollensystem, sowie eine verbesserte Bildverarbeitung favorisieren diesen leistungsstarken Scanner für den Einsatz in Unternehmen und Arbeitsgruppen mit mittlerem bis hohem Digitalisierungsbedarf. Die integrierte Bildverarbeitung, mit der beispielsweise gescannte Vorlagen auf Wunsch automatisch zugeschnitten und gedreht



Plustek SmartOffice PT2160 Dokumentenscanner

werden können, gehört ebenso zu den Vorzügen des Gerätes, wie eine hohe Scangeschwindigkeit von bis zu 60 Seiten pro Minute. Gescannte Dokumente können schnell und einfach in FTP Verzeichnisse oder verbundenen Netzlaufwerke gespeichert werden. Dies bietet nicht nur in Home-Office-Umgebungen einen zusätzlichen Vorteil für standortübergreifendes Arbeiten. Weiterhin bietet der im Lieferumfang befindliche TWAIN-Treiber die Möglichkeit, den Scanner spielend einfach in bestehende DMS- und ERP-Systeme einzubinden.

Zu beziehen ist der Plustek SmartOffice PT2160 Dokumentenscanner und andere Produkte aus der IT-Welt über den Würzburger Distributor dexxit.

www.dexxit.de

Die asymmetrische Papierzuführung beim Plustek SmartOffice PT2160 Dokumentenscanner ist so konstruiert, dass sie unterschiedliche, gestapelte Papierformate aufnehmen kann. Dies ermöglicht eine einfache und flexible Handhabung auch von unterschiedlichen Vorlagenarten.



Verlag

Zarbock Media GmbH & Co. KG

Anschrift

Sontraer Straße 6, 60386 Frankfurt am Main
 Telefon 069/42 09 03-0
 Telefax 069/42 09 03-70
 E-Mail verlag@zarbock.de
 Internet: www.pbsreport.de

Druck

Druck- und Verlagshaus Zarbock
 GmbH & Co. KG
 Sontraer Straße 6, 60386 Frankfurt
 Telefon 069/42 09 03-0
 E-Mail team@zarbock.de



Titelbild: Schneider Schreibgeräte

Geschäftsführung



Dipl.-Ing. Ralf Zarbock

Redaktion



Pietro Giarrizzo (V.i.S.d.P.) / gia
 Telefon 0 69 / 42 09 03-79
 Handel/Industrie, Digital Business,
 Bürobedarf u. -technik
pietro.giarrizzo@zarbock.de



Sabine Baumstark / sab
 Telefon 0 69 / 42 09 03-85
 Schule, Freizeit, Papeterie, Grußkarten
sabine.baumstark@zarbock.de



Ann-Katrin Jaeger / jae
 Telefon 0 69 / 42 09 03-58
 Lifestyle, Kreativ- und Hobbysortimente
ann-katrin.jaeger@zarbock.de

Mediaberatung



Armin Schaum
 Telefon 0 69 / 42 09 03-55
armin.schaum@zarbock.de

Erscheinungsweise:

Monatlich. Zusammenlegung einzelner Hefte zu Doppelheften vorbehalten.

Bezugspreise

Einzelheft - außerhalb des Abonnements - 11,- Euro (inkl. MwSt.) zuzüglich Versandkosten. Jahresabonnement 102,- Euro (inkl. MwSt.) inkl. Porto- und Versandkosten. Luftpostgebühren werden gesondert berechnet. Bestellungen: Bei allen Buchhandlungen und bei ZARBOCK MEDIA. Das Abonnement verlängert sich jeweils um ein weiteres Jahr, falls nicht 8 Wochen vor Ende des Bezugsjahres Kündigung erfolgt. Gerichtsstand und Erfüllungsort ist Frankfurt am Main.

Anzeigenpreisliste

Nr. 51 vom 1.11.2020/54. Jahrgang

Bei Nichterscheinen infolge Streiks oder Störung durch höhere Gewalt besteht kein Anspruch auf Lieferung. Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in dieser Zeitschrift berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Warenschutzgesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürfen. ISSN-Nr. 0344-726 X



Informationsgemeinschaft
 zur Feststellung der Verbreitung
 von Werbeträgern e. V. [IVW]

Erklärung gemäß § 5 des Hess. Pressegesetzes:
 Zarbock Media GmbH & Co. KG, Sontraer Straße 6,
 60386 Frankfurt am Main

Termine



10. bis 12. April 2021
ILM Virtual Order Show, Offenbach
www.ilm-offenbach.de

20. April 2021
Consumer Goods Digital Day
consumergoodsdigitalday.messefrankfurt.com

21. bis 22. April 2021
EK Fun - www.ek-messen.de
www.ek-servicegroup.de

7. Mai 2021
45. Generalversammlung - LiveStream
www.bueroring.de

24. bis 26. Mai 2021
Paperworld Middle East, Dubai
ae.messefrankfurt.com

10. bis 21. Juli 2021
Trendset, München
www.trendset.de

24. bis 26. Juli 2021
Nordstil, Hamburg
nordstil.messefrankfurt.com

7. bis 9. Oktober 2021
Insights-X, Nürnberg
www.insights-x.com

10. bis 13. Januar 2022
International Stationery Fair, Hong Kong
www.hkstationeryfair.com

29. Januar bis 1. Februar 2022
Paperworld/Creativeworld, Frankfurt
paperworld.messefrankfurt.com
creativeworld.messefrankfurt.com

11. bis 25. Februar 2022
Ambiente, Frankfurt
ambiente.messefrankfurt.com

26. bis 27. April 2022
duoSymPos, Berlin
www.duo.de

März 2021

- Schulbedarf und kreatives Gestalten
- Geschenke, Papeterie und Weihnachten
- Aktenvernichter und Datenschutz
- Binden und Laminieren

**Die nächste Ausgabe des PBS Report
 erscheint am: 30. April 2021.**

Erfahren Sie mehr über die Premiumpartner des Handels im Showroom auf
www.pbsreport.de

MAUL



STÄDTLER



NAVIGATOR
Living Room Solutions



LEITZ



AMOS
Steupel & Schilder



ONLINE

Germany · since 1991



**schreib
kultur**



FABER-CASTELL
since 1762



Schule OK!
Alles für Schüler



LAMY

Design. Made in Germany.



IDEAL

pure air. pure life.



Pentel



avg Der
Grüßkartenverband





Klimaneutral

Produkt

ClimatePartner.com/13742-1910-1001



Nachhaltig Zeichnen
setzen.

Weil ich es kann.

100% edding
Qualität

umweltfreundliche
Materialien

für eine
grünere Welt



www.ecoline.edding.com