

Kommt nicht in die Tüte



Fotomachweis: © iStockphoto.com/Patmal

Jedenfalls nicht mehr in die Plastiktüte. Trinkhalme aus Plastik sowie Plastiktüten wurden weitgehend aus dem Handel verbannt. Aber sind Papiertüten die Lösung, und welche Aspekte im Bereich „Nachhaltigkeit beim Einkaufen“ sind den Konsumenten außerdem wichtig? Nachhaltig zu handeln bedeutet, dass wir unsere Ressourcen schonen und nicht mehr verbrauchen, als die Natur wiederherstellen kann. Oder wie es der Unternehmer Eric Schweitzer formuliert: „Bei allem was man tut, das Ende bedenken, das ist Nachhaltigkeit.“

// Im Moment stoßen wir mehr Kohlendioxid aus, als die Natur absorbieren kann, wir fischen zu viel, die Bestände können sich nicht erholen, und wir fällen mehr Bäume als nachwachsen. 2019 waren sämtliche Ressourcen, welche die Natur wieder herstellen kann, bereits in sieben Monaten verbraucht. Die Organisation Global Footprint Network berechnet den sogenannten „Earth Overshoot Day“ mithilfe des Ökologischen Fußabdrucks. Noch 1987 fiel der „Earth Overshoot Day“ auf den 19. Dezember. Die Weltbevölkerung lebt derzeit so, als hätten wir 1,75 Erden. Das hat katastrophale Folgen für die Umwelt wie Klimawandel, Artensterben, schrumpfende Wälder und mehr.



THINK GREEN

*Langlebige und witzige
Kühltasche von Mini
Hippo Import*

„Wir leben in einem gefährlichen Zeitalter. Der Mensch beherrscht die Natur bevor er gelernt hat, sich selbst zu beherrschen.“ Albert Schweitzer



LET IT GROW

*„Yellow submarine“
Pflanzengefäß von
Red Candy*

WAS TUT DER HANDEL? WAS FORDERT DER KUNDE?

Wenig oder kein Verpackungsmaterial, recycelbare Verpackungen, saisonale und regionale Produkte, faire Arbeitsbedingungen, kurze Transportwege, geringer Ressourcenverbrauch, lange Haltbarkeit und bestimmte Siegel sind auch den Kunden immer wichtiger. Im aktuellen Consumer Barometer 01/2020 der KPMG steht das Thema Nachhaltigkeit im Fokus. Für die Kurzzeitstudie befragte das IFH Köln 500 Konsumenten online und führte ergänzend Interviews mit Experten. Das Ergebnis: Nachhaltigkeit ist längst kein kurzlebiger Trend mehr. 69 Prozent der Befragten sind bereit, für Nachhaltigkeit einen Aufpreis zu bezahlen, vier von fünf Verbrauchern achteten im vergangenen Jahr beim Einkaufen öfter als zuvor auf Nachhaltigkeit. Kon-

sumenten sehen die Verantwortung für nachhaltigen Konsum in erster Linie bei den Herstellern und dem Gesetzgeber. Hersteller und Handel, aber auch politische Entscheidungsträger sind gefordert, die nachhaltige Transformation voranzutreiben. (Mehr unter: www.kpmg.de) Zeit zum Umdenken also. Nicht nur die Bewegung „Fridays for Future“, nicht nur die Jugend, auch der Handel, die Hersteller, die Industrie sind alarmiert und zunehmend bereit, ihren Beitrag zu leisten. Auf den ersten Messen dieses Jahr war Nachhaltigkeit ebenfalls ein zentrales Thema. Den Worten der Schriftstellerin Marie von Ebner-Eschenbach folgend „Was wir heute tun, entscheidet darüber, wie die Welt morgen aussieht“ greifen wir das Thema auf und zeigen, welchen Beitrag einzelne Unternehmen bereits leisten.

„In welchen Bereichen achten Sie (als Unternehmen) auf die Umwelt?“



Illustration: ©vectorszy.com

Casablanca

Recyclingglas- und Keramikartikel, die in Europa hergestellt werden, befinden sich hier ebenso in der Produktpalette wie unsere „Upcycling“-Kollektion oder Ziergegenstände aus nachhaltigem Mangoholz. Bei Importartikeln aus Asien erhalten Hersteller, die durch BSCI oder FSC zertifiziert sind, den Vorrang. Unsere Produkte, die sich aufgrund ihrer Hochwertigkeit einer gewissen Langlebigkeit erfreuen, stellen in Bezug auf Nachhaltigkeit das Pendant zu Massen- bzw. Einwegartikeln.

www.casablanca-design.de

Heinz J. Saller,
Geschäftsführer
Casablanca



VOR DER SCHROTTPRESSE BEWAHRT

Bei der „Upcycling“-Kollektion von Casablanca mit bereits über 20 verschiedenen Produkten, werden alte, nicht mehr verkehrsfähige Fahrzeuge wie zum Beispiel Motorroller und Fahrräder in einzelne Komponenten zerlegt. Auch alten Öltonnen, Benzinkanistern, Abriss-Bauholz, alten Türen wird neues Leben eingehaucht, indem sie in handwerklicher Arbeit einer neuen Bestimmung übergeben werden. Neben der Handwerkskunst sind hier auch künstlerische Fantasie und Ideen wichtige Kriterien bei der Neuschöpfung.

NATUR IM BÜRO!

Für natürliche Ordnung im Büro sorgen die neuen Schreibtisch-Accessoires Office rock von e+m Holzprodukte. Praktisch und schön sind in dieser Serie verschiedene Aufbewahrungsmöglichkeiten zu einem Set vereint. Ob Becher für Stifte, Becher für kleinere Accessoires oder Schalen für Klammern, alle Teile sind aus heimischer Buche gefertigt, die ganz bewusst unbehandelt ist. Somit bleibt die natürliche Oberfläche der Hölzer spürbar. Die Teile sind auch einzeln erhältlich. Die Produkte sind gefertigt von e+m Holzprodukte, der traditionsreichen Holzmanufaktur aus Bayern.



EM Holzprodukte

„Da der Begriff Nachhaltigkeit aus der Forstwirtschaft kommt und e+m seit über 120 Jahren Schreibgeräte aus massiven Hölzern fertigt, leben wir dieses Prinzip bis heute. Wir verarbeiten massive Hölzer, vorwiegend aus heimischer Forstwirtschaft und haben bereits seit 2007 eine FSC-Zertifizierung, alle Produkte werden in eigener Manufaktur hergestellt. Das spart Transportwege und CO2.“

www.em-holzprodukte.de



Brigitte Federhofer-Mümmeler,
Inhaberin
EM Holzprodukte



VEGAN UND NACHHALTIG

Das bekannte, edle Fine-China-Porzellan war nicht nur Inspiration für den Namen der Duftkerzen-Linie Fine China von Engels Kerzen. Auch die Gefäße dieser puristischen, eleganten Kollektion sind aus dem hochwertigen Porzellan gefertigt. Kennzeichnend für dieses edle Material ist seine Zartheit und Transparenz. Die leicht offenporige Oberflächenstruktur in Bisquitoptik unterstreicht den eleganten Charakter und ist ein weiteres Merkmal hoher Qualität. Verschlossen werden die stilvollen Gefäße mit einem schlichten Deckel aus Kork.

Engels Kerzen

„Nachhaltigkeit muss ganzheitlich umgesetzt und gelebt werden, als Privatperson und als Unternehmer. Das heißt Bahn statt Flieger, Wachs aus nachwachsenden Rohstoffen, Müllvermeidung durch Wiederverwendbarkeit, Kartonaugen mit PEFC-Prüfsiegel, aber auch kurze Transportwege dank des Produktionsstandortes Deutschland.“

www.engels-kerzen.de



Thomas Engels,
Geschäftsführer
Engels Kerzen

Grätz Verlag

„Nach und nach reduzieren wir die Menge an Plastikverpackungen in unserem Sortiment. Als ersten Schritt produzieren wir seit 2019 alle Kalender und Bücher unverpackt. Außerdem gestalten wir das Grundstück des Verlags naturnah und schaffen neue Lebensräume für Insekten, Amphibien und Vögel.“

www.graetz-verlag.de



Johannes Herche,
Geschäftsführer
Grätz Verlag



FÜR DEN BIENENSCHUTZ

Aus Sorge um die vielen bedrohten Wildbienenarten entstand im Grätz Verlag die Serie „Wilde Bienen“, umgesetzt von der Illustratorin Daniela Drescher. Zu den bezaubernden Produkten gehören Porzellantassen, Servietten, Kerzen, Klappkarten, Geschenkpapiere, Geschenktaschen, Notizblöcke, Schmuckanhänger, Geschenkkärtchen und eine Seife aus Honigmilch. Den Mittelpunkt der Serie stellt das informative Poster mit einem Überblick von 14 Wildbienen- und Hummelarten dar. Das Poster ist lehrreich und zugleich ein tolles Deko-Element im Gartenhäuschen oder in der Wohnung. Fünf Prozent des Umsatzes der Wildbienenreihe spendet das Unternehmen an das Netzwerk Blühende Landschaft (eine Initiative von Mellifera e.V.).

www.bluehpate.de

JuliFoli

„Für bessere Produkte sind wir immer in Bewegung und haben die Herausforderung, dass wir an zwei Standorten (Hannover und Köln) arbeiten. Unser Ziel ist ein kleiner CO₂-Fußabdruck. Wir „treffen“ uns überwiegend digital, in Köln habe ich kein Auto und bin per ICE, Rad und Nahverkehr zu Kunden unterwegs. Neben der Mobilität achten wir bei Produkten auf Langlebigkeit, Qualität, nahe Produktion und Müllvermeidung. Wir produzieren in Deutschland und EU.“

www.julifoli.de



Gabriela Grassmann,
Geschäftsführerin
JuliFoli



NATÜRLICH GUT SORTIERT

Die auf Design-Dokumentenüllen spezialisierte junge Marke JuliFoli, hat 2020 erstmals Hüllen aus 100 Prozent natürlichen Materialien auf den Markt gebracht: Dafür hat das Unternehmen, limitierte Kleinstserien (à drei Stück) produziert. Die mit dem Dreiklang: „To Do, Doing, Done“ oder „Today, Someday, Holiday“ umweltfreundlich bedruckten Ordnungshüllen werden aus muskatfarbenen Recyclingpapier produziert.

Nachhaltigkeit



NATUR TRIFFT NATUR

Robustes Gürtelleder kombiniert mit Leisten aus Nussbaumholz – rustikal und elegant. Die „Woody-Serie“ von and Sons präsentiert nützliche und bekannte Alltagsprodukte in einem völlig neuen Gewand – handgefertigt in Deutschland. Mit der Woody-Stiftebox sind Schreibgeräte bestens geschützt und immer zur Hand. Die Woody-Cardbox ist ein stilsicherer Hingucker für Visitenkarten und andere Karten im täglichen Gebrauch.

Kalos and Sons

„Schonender Umgang mit Ressourcen, kurze Wege, Materialien aus einwandfreien Quellen hinter denen wir zu 100 Prozent stehen können und Qualität – handgemacht im eigenen Betrieb in Rehau/Oberfranken – das sind seit 1926 die Leitlinien von Kalos and Sons und unsere Definition von Nachhaltigkeit und Umweltschutz.“

www.andsons.de



Helmut und Manuel Hoffmann, Inhaber Kalos and Sons

KCG

„Generell fahren wir zu 95 Prozent per Bahn zu Terminen und nutzen ebenfalls E-Autos als Dienstwagen, beziehungsweise Dienstfahrräder. Nachhaltigkeit beginnt bei jedem Einzelnen jeden Tag und mit jeder Handlung. Nicht „Die da“, sondern was kann ich tun!“

www.das-markenschwein.de



Sonja Kawlath,
Geschäftsführende Gesellschafterin KCG

DAS UMWELTSCHWEIN

Alle KCG Markenschweine werden tatsächlich nur aus Feuer, Wasser, Luft und Erde hergestellt, wie das schon seit Jahrhunderten üblich ist! Wir stecken unsere Produkte keinesfalls in Verkaufsverpackungen, sondern präsentieren die coolen Markenschweine in nachhaltig und sozialverträglich produzierten Displays. KCG Schweine sind eine tolle Geldschenkverpackung und können nachhaltigweise auch als Sparschwein weiterverwendet werden.



wash+dry by Kleen-Text

„Wir gewinnen die Wärme unserer Produktionsmaschinen zurück und verwenden sie für die Heizung und das Warmwasser. Wir recyceln die Garn- und Rohgummiabfälle zu 100 Prozent. Wir achten auf einen effizienten und kurzen Transport und das sowohl im Einkauf, als auch beim Transport an unsere Kunden. In diesem Jahr streben wir die Zertifizierung im Bereich Umweltmanagement an, daran sieht man, wie wichtig uns das Thema ist.“

www.wash-and-dry.eu



Klaus Stöckl
Sales Director
wash+dry



OPTISCHES HIGHLIGHT

Die Puzzle Cubes aus der wash+dry Decor „Special Shape“-Serie können sowohl einzeln eingesetzt werden als auch miteinander kombiniert werden, so dass eine tolle 3D-Wirkung entsteht. Die Kollektion wird ausschließlich in der EU gefertigt, und die Produkte sind durchgängig mit Ökotex 100 zertifiziert. Alle wash+dry Matten und Druckteppiche sind zu 100% PVC-frei.

RESSOURCENSCHONEND

Der Christbaumständer Krinner Green Line Comfort M ist der erste Christbaumständer aus in Deutschland recyceltem Kunststoff und mit der original Rundum-Einseil-Technik ausgestattet. Die durchgehende Seilführung garantiert dabei den gleichmäßigen Druck der Klauen an den Stamm. Einfach den Baum in den Ständer stellen, das Fußpedal treten, fertig! Zudem sorgt der patentierte Sicherheitsgurt durch seine schrittweise öffnende Mechanik für extra Sicherheit und verhindert ungewolltes Kippen.



Karsten Eibach,
Marketingleiter
Krinner



Krinner

„Wir bei Krinner sind schnell und innovativ. Mit unserer Krinner Green Line bieten wir als erstes Unternehmen einen Christbaumständer an, der hier in Niederbayern vollständig aus in Deutschland recyceltem Kunststoff hergestellt worden ist. Wir haben damit sowohl im Sinne der Nachhaltigkeit, als auch der CO2 Bilanz alles Mögliche getan, um ein Zeichen für die Zukunft zu setzen. Wir hoffen sehr, dass auch der Handel diesen neuen Baumständer als Zeichen in der Vermarktung nutzt.“

www.krinner.de

Lässig

„Nachhaltigkeit ist ein Weg, ein Prozess, an dem wir täglich arbeiten, um uns kontinuierlich zu verbessern. Faire Produktion unter Einhaltung strenger Qualitätsrichtlinien, ressourcenschonende Materialien und innovative Produktionsverfahren sowie soziales Engagement – wir arbeiten stetig daran, den Gedanken der Nachhaltigkeit in unserem Unternehmen weiter auszubauen. Und folgen täglich unserer Vision, die dazu beiträgt, die Welt von Morgen, die Welt unserer Kinder ein Stückchen besser zu machen.“

www.laessig-fashion.de



Claudia Lässig,
Managing Director
Lässig

BOTTLE TO BACKPACK

Der Wickelrucksack Rolltop Backpack von Lässig besticht durch seine klare Silhouette und Nachhaltigkeit sowie die Extraportion Platz. Einen schnellen Zugriff auf das Innenleben ermöglicht der über die gesamte seitliche Länge gehende Reißverschluss. Der Rolltop Backpack besteht zu 100 Prozent aus recyceltem Polyester der Textilmarke Waste2Wear. Für jeden Rucksack wurden 38 wiederaufbereitete PET-Flaschen verarbeitet.



ZURÜCK ZUR KURBEL

Der manuelle Allerschneider Amano 5 verfügt über eine hohe Materialgerechtigkeit, besteht zum Großteil aus robustem Metall und passt dank seines zeitlosen Designs praktisch in jedes Zuhause. Betrieben wird er mit einer leichtgängigen Handkurbel mit einem hochwertigen Buchenholzgriff und kommt daher ganz ohne Strom aus. Für eine bessere Ausgabe von großem, hartem Schneidgut hat die Amano 5 einen flexiblen Schneidgut-Führungsbügel.



Michael Schüller,
Geschäftsführer
Ritterwerk



Ritterwerk

„Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein sind derzeit in aller Munde, auch in unserer Branche“, sagt Michael Schüller, Geschäftsführer von Ritterwerk. „Wir machen es uns seit 1905 zum Ziel, besonders hochwertige sowie langlebige Geräte in die Küche zu bringen – fernab von Wegwerfware. Top-Qualität der eingesetzten Materialien sowie eine nachhaltige, verantwortungsbewusste Produktion am Standort Gröbenzell bei München stehen dabei ganz klar im Fokus.“

www.ritterwerk.de

Eva Samuelsson,
CSR-Manager Rosendahl



Rosendahl

Bei der Rosendahl Design Group arbeiten wir ständig daran, Umweltrisiken in den Ländern, in denen wir unsere Lieferkette haben, zu erfassen und zu mindern. Unter anderem durch die Amfori Best Environmental Practice Initiative. Wir arbeiten mit FSC-zertifiziertem Holz und werden im Jahr 2020 GOTS-zertifizierte Baumwollprodukte auf den Markt bringen. Diese Bereiche sind neben anderen von großer Bedeutung, um zu einer nachhaltigeren Zukunft beizutragen.

www.rosendahldesigngroup.com



HOHE STANDARDS

Die dänische Textilmarke Juna steht als Teil der Rosendahl Design Group ebenfalls für Nachhaltigkeit. Sämtliche Produkte werden nach höchsten ökologischen und ethischen Standards hergestellt. Alle Bettgarnituren haben das Oeko-Tex-Zeichen. Die Hamam-Handtücher aus der Reflection-Reihe spiegeln Strukturen der Natur wider. Das große Badetuch aus 100 Prozent Bio-Baumwolle hat gleichzeitig eine feine und rohe Oberfläche, wodurch die Farben lebendig werden.



VIER FARBEN – EIN STIFT

Der Vierfarb-Kugelschreiber Take 4 von Schneider bietet die perfekte 4-in-1-Lösung. Mithilfe der farbigen Drücker kann man schnell und komfortabel zwischen den einzelnen, dokumentenechten Schreibfarben wechseln und behält dabei alles im Blick. Die Viscoglide-Technologie sorgt für sensationell weiches und gleitendes Schreiben. Das Gehäuse besteht aus 92 Prozent recyceltem Kunststoff.

Schneider

„Die Nachhaltigkeit in Produkt und Herstellung und unser Bekenntnis zu „Made in Germany“ sind zentrale Bestandteile unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Bereits seit 1998 verwendet Schneider ausschließlich regenerative Energien und eigener Strom wird aus Kraft-Wärme-Kopplung und Photovoltaikanlagen erzeugt. Durch den in EMAS verankerten permanenten Verbesserungsprozess wurden in den vergangenen Jahren Maschinen und Anlagen laufend optimiert. Bei Materialien setzen wir zunehmend auf biobasierte und recycelte Kunststoffe.“

www.schneiderpen.com



Christian Schneider,
Geschäftsführer
Schneider Schreib-
geräte

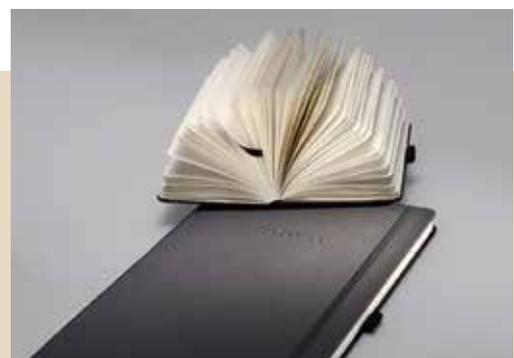
Sigel

„Sigel orientiert sich am Leitbild der Nachhaltigkeit und bekennt sich zu seiner gesellschaftlichen Verantwortung sowie dem Prinzip einer nachhaltigen Entwicklung. Dabei sind Umweltschutz, Arbeitssicherheit, Gesundheitsmanagement und soziale Sicherung in die Unternehmensziele integriert und werden bei allen Entscheidungen berücksichtigt.“

www.sigel-office.com



Dr. Joachim
Roth, Geschäfts-
führer Sigel



DESIGN PUR

Elegant, modern und auf das Wesentliche reduziert: Bei den Conceptum Notizbüchern und Kalendern von Sigel trifft mehrfach international ausgezeichnetes Design auf Liebe zum Detail. Die edlen Conceptum Bücher punkten mit vielen funktionalen Features wie Stiftschleufe, zwei Zeichenbänder, mehreren Archivtaschen oder perforierten Blättern und sind in Kombination mit der hochwertigen Qualität perfekte Begleiter für Business und Privates. Alle Conceptum Notizbücher und Kalender sind PEFC-zertifiziert.



*Björn Hansen,
Geschäftsführer
Soendgen
Keramik*



Soendgen

„Nachhaltigkeit hat bei uns Tradition – Qualität Made in Germany ist wörtlich zu nehmen: Entwickelt und produziert wird in Deutschland mit Rohstoffen aus der Region. Regenwassernutzungsanlagen, Wärmerückgewinnung und die Verwertung von Tonabfällen sind weitere Beispiele für eine nachhaltige Produktion.“
www.soendgen.de

PERFEKT IN SZENE GESETZT

Eine klare und moderne Formensprache sowie top-aktuelle Farben zeichnen die Neuheit „Bari“ von Soendgen Keramik aus. Die Gefäße sind mit einem besonderen Oberflächen-Design versehen: Die hochglänzenden Uni-Dekore in Grünblau und Greige vermitteln eine hohe Wertigkeit; mit einem natürlichen Sprenkel-Effekt überzeugen die beiden anderen Farbvarianten Mintgrün Effekt und Braun Effekt. Kombiniert mit den stylischen Topfständern werden Pflanze und Gefäß zum Blickfang im Wohnambiente.

Wendt & Kühn

„Unser Credo, überlieferte Werte zu leben, Ursprüngliches zu bewahren und die Zukunft zu gestalten, ist ein guter Wegweiser, um dem Anspruch nachhaltiger Arbeitsweise in unserer Manufaktur gerecht zu werden. Der verantwortungsvolle Umgang mit unserem Basis-Rohstoff Holz und das Zeichen, das wir mit unserem Reparaturservice gegen die „Wegwerfkultur“ setzen, gehören ebenfalls dazu.“
www.wendt-kuehn.de



*Thomas Rost, Leiter
Marketing/Vertrieb
Wendt & Kühn*



FRÖHLICHER BLUMENJUNGE

Mit fescher Kappe, feinem Hemd und lässig nach oben gekrempelter Hose mit schickem Karo-Innenfutter spaziert der neue Blumenjunge aus der Manufaktur Wendt & Kühn der Sonne entgegen und verzaubert mit liebevollen Details. In den Händen hält er eine kunstvoll bemalte, leuchtend gelbe Blume: das Mittagsgold. Ihren Namen verdankt sie ihrer Vorliebe für sonnige Lagen, an denen sie bevorzugt zur Mittagszeit ihre Blüten öffnet. Ihr aufwendig gefertigtes Abbild aus Holz erfreut hingegen auch unabhängig von der Wetterprognose.

Werkhaus

„Werkhaus gehört zu den Nachhaltigkeitspionieren. Seit der Gründung in 1992 wirtschaften und handeln wir nach ökologischen Prinzipien. Wir nutzen umweltfreundliche Materialien und Werkstoffe wie zertifiziertes Holz und Papier sowie ungiftige Farben und legen höchsten Wert auf eine nachhaltige Produktion.“
www.werkhaus.de



*Eva Danneberg,
Geschäftsführerin
Werkhaus*



JURASSIC PARK AUF DEM SCHREIBTISCH

Die Saurier sind zurück! Als Stifteboxen erobern Stegosaurier, T-Rex und Brachiosaurus von Werkhaus den Schreibtisch von kleinen und großen Dino-Fans. Ein perfektes Geschenk zur Einschulung, denn in den Fächern finden die neuen Stifte, Scheren und andere Büro-Utensilien ausreichend Platz. Die freundlichen Gesellen werden aber auch größere Schulkinder, erwachsene Anhänger der großen Echsens und Künstler verzaubern. Alle Büroaccessoires von Werkhaus sind aus nachhaltigen Materialien ausschließlich in Deutschland gefertigt.



„In welchen Bereichen achten Sie (als Unternehmen) auf die Umwelt?“

Illustration: ©vecteezy.com

Accentra

„Bei unserer nachhaltigen Naturkosmetik – Made in Germany verwenden wir innovative Verpackungsmöglichkeiten und verzichten dabei auf Plastikverpackungen und Chemie. Zudem unterstützt unser Unternehmen die Stiftung „Plant-for-the-Planet“, somit leisten wir unseren Beitrag zur Klimagerechtigkeit!“

www.accentra.de



*Benjamin Kaspar,
Geschäftsführer /
Inhaber Accentra*

Andersen

„Seit 1958 fertigen wir in Deutschland Shopper. Aus sozialer Verantwortung, aber auch aus ökologischen Gründen (Reduktion globaler Lieferketten) bekennen wir uns zum Standort Deutschland. Der wahre „Umweltheld“ ist aber das Produkt. Allein oder in Kombination mit einem Fahrrad ist der Shopper eine ressourcenschonende Alternative für den Einkauf – ohne Plastiktüten und ohne Auto.“

www.andersen-shopper.de



*Sven Andersen,
Geschäftsführer
Andersen Shopper
Manufaktur*

Artoz

„Wir achten sowohl bei Transportwegen, Verpackungen als auch bei den Produkten auf die Umwelt. Konkrete Schritte sind zum Beispiel die Umstellung von Celloverpackungen auf Papierbanderolen sowie auf schnell nachwachsende Rohstoffe oder die Fokussierung CO2-neutraler Produktionen. Auch Lieferanten und Heimarbeitende, die ihr Domizil auf dem eigenen Firmengelände oder der nahen Umgebung haben, sind erwähnenswert.“

www.artoz.ch



*Dana Sommerhalder,
Head of Com-
munications Artoz
Papier*

Boltze

„Neben der hauseigenen Geothermie-Anlage zur innovativen Wärmegewinnung setzt auch die neue „ECO Glas“-Serie auf Nachhaltigkeit. 100 Prozent recyceltes Glas wird unter energiesparenden Temperaturen eingeschmolzen und zum Beispiel zu trendigen Windlichtern oder Vasen weiterverarbeitet.“

www.boltze.de



*Janike Salsieder
Einkäuferin*

Candle Factory

„Der Umwelt zuliebe wird unsere Produktion größtenteils mit Solarenergie betrieben. Bei der Produktion unserer Jumbo-Kerzen im Weckglas verzichten wir gänzlich auf Plastik und beziehen unser rein pflanzliches Wachs aus kontrolliertem und nachhaltigem Anbau. Alle Kerzen werden liebevoll von Hand in weiterverwendbare Gläser gegossen und in Recyclingkartonagen versandt.“

www.candle-factory.de



*Dennis Gödecke,
Inhaber Candle
Factory*

Carl Dietrich

„Wir als Carl Dietrich GmbH setzen bei der Herstellung von bedruckten Servietten ausschließlich FSC-Material ein. 50 Prozent der benötigten Energie generieren wir selbst mit unserer hauseigenen Wasserturbine. Zudem sind wir als Unternehmen zertifiziert nach dem Nordic Swan Eco Label und bieten ebenso Servietten auf 100 Prozent recyceltem Material an.“

www.carldietrich.de



*Andreas Uhlig,
Geschäftsführer
Carl Dietrich*

Childhome

„Childhome stellt Babymöbel her, die ausschließlich aus Naturprodukten bestehen und weiteren, bei denen bei der Herstellung oder Verpackung kein Kunststoff verwendet wird. Alle Jersey-Babytextilien entsprechen den Oeko-Tex-Standards. Darüber hinaus produziert das Unternehmen Dekorationen aus recycelter Baumwolle.“

www.childhome.com



*Cédric Rodrigues,
Head of International Sales*

Curt Bauer

„Unsere Produkte im Bereich der Haustextilien bestehen aus 100 Prozent Baumwolle, einem nativen nachwachsenden Rohstoff. Die Produktion erfolgt umweltschonend mit durch Solar und aus Wasserkraft in der Firma erzeugter Elektroenergie. 2019 wurden wir mit dem Label Step by Oeko-Tex zertifiziert und können nach Einbeziehung der Konfektion im Jahr 2020 unsere Produkte mit dem Slogan Made in Green auszeichnen.“

www.curt-bauer.de



*Michael Bauer,
Geschäftsführer
Curt Bauer*

Dabelino

„Mit unserer 2019 eingeführten Cradletto-Cradle-Papeterie-Linie sowie unseren CO2-neutral produzierten Verpackungsfolien aus 100 Prozent recyceltem Plastik hat unser Verlag Dabelino in der PBS-Branche eine Vorreiterrolle eingenommen. Darüber hinaus pflanzen wir über eine NGO Bäume in tropischen Gebieten.“

www.dabelino.de



*Miriam Frömel-Scheumann,
Mitinhaberin Dabelino*

Dauphin Gruppe

„Die Dauphin HumanDesign Group verfügt über ein umfassendes Konzept zum Umweltschutz. Dank diesem wurde der CO2-Ausstoß des Unternehmens seit 2012 um 50 Prozent reduziert. Umfangreiche Zertifizierungen bestätigen zudem die nachhaltige Herstellung am Standort Offenhausen und in der Lieferkette. Wir sind besonders stolz darauf, dass unsere Produktion als eine der ersten das Zertifikat für nachhaltige Möbelproduktion erhalten hat.“

www.dauphin-group.com



*Dr. Jochen Ihring,
Sprecher der
Geschäftsführung
bei der Dauphin-
Gruppe*

Elvang

„Elvang ist eines von nur zwei dänischen Unternehmen, die gemäß den strengen Anforderungen der World Fair Trade Organization zertifiziert sind. Von Beginn an haben wir ein starkes Fundament in puncto nachhaltige Textilien und ethischer Handel aufgebaut.“

www.elvangdenmark.dk



*Jesper Holst
Schmidt, Vorstandsvorsitzender Elvang*

Enesco

„Wir freuen uns, unsere ersten beiden kunststofffreien, umweltfreundlichen Kollektionen auf den Markt gebracht zu haben, deren Verpackungen zu 100 Prozent biologisch abbaubar sind. Eine unserer Hauptinitiativen besteht darin, alle Recyclinginformationen auf unsere Produktetiketten zu setzen. Enesco hat kürzlich neue Fenster, Heizungen und Beleuchtung in den Büros installiert, um den CO2-Fußabdruck zu verringern.“

www.enesco.co.uk



*Helen Cotrill,
Marketing Director
Enesco*

FLSK

„Wir sehen Nachhaltigkeit nicht als trendiges Verkaufsargument, sondern im Unternehmen verankerte Selbstverständlichkeit. Das äußert sich beispielsweise in der Wahl langlebiger, schadstofffreier Materialien und emissionsreduzierter Logistik. On top spenden wir jährlich ein Prozent unseres Umsatzes an Umweltschutz- und Entwicklungsprojekte.“

www.flsk.de



*Quentin Pratley,
Geschäftsführer
FLSK*

Goebel

„Nachhaltigkeit geht uns alle an! Bei Goebel Porzellan wird dieses Thema groß geschrieben: Wir präsentieren unsere Produkte in neuen, zeitlosen Verpackungen, die zu 70 Prozent aus recyceltem Material bestehen. Frei von Plastik, aus nachwachsenden Rohstoffen und bedruckt mit umweltfreundlicher Farbe sind sie zu 100 Prozent recycelbar und stellen das Produkt in den Fokus.“

www.goebel.de



*Hans Peter
Langsch, Geschäftsführer
Goebel Porzellan*

Nachhaltigkeit

Gollnest & Kiesel

„Schon seit 2004 pflanzt Gollnest & Kiesel jedes Jahr Bäume und hat mit 400.000 Bäumen dazu beigetragen, Schleswig-Holstein etwas grüner zu machen. In unseren vier europäischen Standorten arbeiten wir klimaneutral, da die Werke entweder mit Photovoltaik-Anlagen ausgestattet sind oder Ökostrom beziehen. Verpackungsmaterial und -größen werden Schritt für Schritt reduziert.“

www.goki.eu



*Thorsten Koss, Senior Vice President
Gollnest & Kiesel*

Hahnemühle

„Gutes Papier braucht gutes Wasser. Hahnemühle verwendet seit dem Gründungsjahr 1584 bis heute reines Quellwasser. Es wird für die Herstellung feinsten Künstlerpapiere weder chemisch auf- noch nachbereitet. Am Ende des Produktionskreislaufes wird es unter hoher und ständig kontrollierter Wasserqualität in einen Fluss geleitet.“

www.hahnemuehle.com



*Bettina Scheerbarth
Corporate Communications
Hahnemühle*

Halbach Seidenbänder

„Solarzellen und eine Wasserrückgewinnungsanlage sind am Produktionsstandort in Remscheid bereits seit vielen Jahren installiert. Alle eingesetzten Chemikalien und Farben sind lösungsmittelfrei. Die in der Weberei verarbeiteten Polyester- und Greencel-Acetat-Garne sind Oeko-Tex-zertifiziert. Verpackungen werden reduziert beziehungsweise auf plastikfreie oder solche aus recyceltem Material umgestellt.“

www.halbach-seidenbaender.de



*Roswitha und Brigitte Halbach,
Geschäftsführerinnen
Halbach Seidenbänder*

Holzunique

„Wir als Manufaktur sehen uns verpflichtet, sorgsam mit Ressourcen umzugehen und verwenden daher nur europäische Holzsorten, die vorher eine strenge Selektion durchlaufen. Auf diese Weise gewährleisten wir eine geregelte Aufforstung. Regionales Holz bedeutet natürlich auch immer kurze Wege.“

www.holzunique.de



*Matthias Ludewig,
Gründer von
Holzunique*

Kleiber

Nachhaltigkeit spiegelt sich in unserem Warensortiment wider: Flicker, Patches, Applikationen, Bunderweiterungen, BH-Bügel und so weiter. Die Devise ist klar: Reparieren statt wegwerfen! Neben nachhaltigen Produkten produzieren wir unseren eigenen Ökostrom, setzen intern auf papierlose Ablage und klimaneutrale Katalogproduktion.

www.kleiber-co.de



*Roland Hartsch,
Geschäftsführer
Kleiber*

Moses

„Quer durch alle Abteilungen und in der gesamten Lieferkette schauen wir stetig, was wir verbessern können. So stammt ein Großteil unseres Papiers für Bücher und Spiele aus nachhaltiger Forstwirtschaft. Auch die Reduzierung von Plastik-Verpackungen haben wir stets im Blick. Nachhaltigkeit beginnt bei uns selbst: Unser Strom für die Verlagsräume stammt zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energien, und wir zahlen einen CO₂-Ausgleich für alle Dienstreisen mit dem Flugzeug.“

www.moses-verlag.de



*Björn Wandtke,
Geschäftsführer
Moses*

Oeko-Tex

„Die Labels und Standards von Oeko-Tex unterstützen dabei, verantwortungsvoll und nachhaltiger zu handeln. Weltweit entwickeln 18 unabhängige Forschungs- und Prüfinstitute aus den Bereichen Textil- und Lederökologie Grenzwerte für die Textilindustrie, die für eine Zertifizierung erfüllt werden müssen.“

www.oeko-tex.com



*Georg Dieners,
Generalsekretär
Oeko-Tex*

PAD

„PAD legt großen Wert auf Nachhaltigkeit und faire Produktionsbedingungen. Unsere Produkte sind Oeko-Tex 100 oder Good Weave zertifiziert. Wir setzen auf kurze Transportwege und recycelbare Materialien. Besonderes Augenmerk liegt zukünftig auf einer nachhaltigen Verpackung ohne Plastik. Für einen schönen Alltag mit qualitativ anspruchsvollen Heimtextilien auf unserem wertvollen Planeten.“

www.padconcept.com



*Michael Rossmann,
Geschäftsführer
PAD Home Concept*

Pericosa

„Pericosa übernimmt Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und Umwelt. Alle Produkte werden in der EU entwickelt und produziert. Das sichert die Einhaltung hoher Qualitätsstandards und Arbeitsplätze und fördert zudem die wirtschaftliche Stärke Europas. Weitere Aspekte der Nachhaltigkeit sind die Nutzung von recycelbaren Verpackungsmaterialien und regenerativem Strom.“

www.pericosa.de



*Iris Bornemann,
Gründerin von
Pericosa*

Raeder

„Aktuell versuchen wir alle Verpackungen so gut es geht umzustellen, sodass sie bis Ende des Jahres ohne Kunststoffe auskommen. Bei der Vielzahl der Produkte ist das eine Extrameile, die wir jedoch gern gehen – der Umwelt zuliebe. Schöner Nebeneffekt: Die Verpackungen sind attraktiver als vorher.“

www.raeder.de



*Kathrin Völker,
Geschäftsführerin
Raeder*

Scheurich

„Scheurich ist Vorreiter beim Thema Umweltschutz und gehört zu den wenigen Unternehmen in der Branche, die ISO- und Ökoprot-zertifiziert sind. Wir fertigen unsere Keramik- und Kunststoffprodukte fast ausschließlich in Deutschland. Kurze Lieferwege, hochwertige Materialien sowie eine insgesamt ressourcenschonende Produktion und Verpackung sorgen für eine positive Umweltbilanz.“

www.scheurich.de



*Axel Schröder,
Marketingleiter
Scheurich*

Scholtissek

„Seit nun mehr fast 50 Jahren, ist das so aktuelle Thema „Nachhaltigkeit“ Teil der Scholtissek-DNA. Die Verarbeitung von zertifizierten Europäischen Massivhölzern, kurze Materialtransportwege und natürliche Oberflächen, sind seit je her Grundlage eines jeden Möbels, das den Namen Scholtissek trägt.“

www.scholtissek.de



*Alexander Haas,
Vertriebsleiter
Scholtissek*

Staedtler

„Holz steht bei uns im Fokus der Nachhaltigkeitsentwicklung – darum setzte Staedtler 2017 in Ecuador den ersten Spatenstich für eine eigene Plantage. Ein ökologisch wie ökonomisch gleichermaßen zukunftsweisender Schritt. Generell wird für die Herstellung aller holzgefassten Stifte nur Holz aus zertifizierten, nachhaltig bewirtschafteten Forstwirtschaften verwendet.“

www.staedtler.com



*Britta Olsen, Head
of Brand and Com-
munications*

Tramontina

„Als brasilianisches Familienunternehmen liegt uns die weltweit einzigartige Flora und Fauna Brasiliens sehr am Herzen. Alle verwendeten Hölzer sind natürlich FSC-zertifiziert. Wir erzeugen Strom aus nachhaltiger Biomasse und betreiben Systeme zum Brauchwasser-Recycling. Weiterhin sind firmeneigene Naturschutzzonen Teil unserer vielfältigen Nachhaltigkeitsinitiativen.“

www.tramontina.de



*Rogério Finger,
Geschäftsführer
Tramontina*

Wenko

„Wir sind uns unserer Verantwortung für die Umwelt und nachhaltigem Handeln absolut bewusst. Eigene Bienenvölker, die Wiederaufforstung eines Waldes in Brandenburg und die Optimierung von Verpackungen sind hierbei erste Schritte. In unserem Sortiment finden sich bereits Artikel mit nachhaltigem Charakter, beispielsweise aus Bambus.“

www.wenko.de



*Niklas Köllner,
Geschäftsführer
Wenko-Wenselaar*

IN KÜRZE

Nachhaltigkeit gehört zu den alles bestimmenden Themen unserer Zeit – auch im Handel. Dass bei den Herstellern bereits einiges getan wird, zeigen die zahlreichen Antworten auf unsere Umfrage. Gemeinsam können wir viel erreichen. Jeder Schritt in Richtung Nachhaltigkeit zählt.

