

Hier wird nachhaltig gearbeitet

MÖBELHANDEL

7 Tipps – wie gehe ich es an?

STRASSER Steine

100 % recyclebar

Eine Weltneuheit aus Österreich

ARBON

*Lust am
Wohnen*



SCHÖSSWENDER
MÖBEL



Eine Milchmädchenrechnung

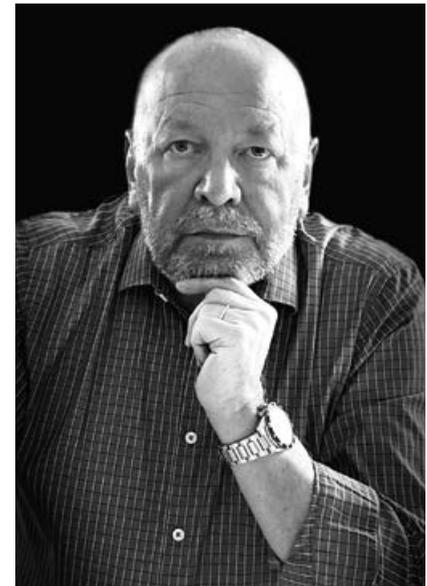
Wir wissen (fast) alle, dass der Begriff „Nachhaltigkeit“ längst über den nachwachsenden Baum, wenn der Vorgänger gefällt wurde, hinausgewachsen ist. Ganze 17 globale Ziele hat die UN in ihrer Agenda der nachhaltigen Entwicklung zugeordnet (siehe Seite 6). Das Thema Nachhaltigkeit betrifft unser gesamtes Dasein, spielt in jeden Bereich hinein und wird immer mächtiger und wichtiger. Ich habe dazu einen schönen Satz gehört, der den Begriff meiner Meinung nach sehr gut erklärt: „Nachhaltigkeit bedeutet von den Zinsen zu leben ohne das Vermögen anzugreifen.“ Kurz und bündig sagt das eigentlich alles.

Leider läuft es in der Realität anders. Schon am 6. April dieses Jahres war der Earth Overshoot Day für Österreich. An diesem Tag haben wir unsere Zinsen für das laufende Jahr verprasst und seit dem 7. April greifen wir auf unser Vermögen zurück. In anderen Staaten unseres Planeten schaut es nicht viel anders aus, zum Teil noch schlimmer. Es ist eine simple Milchmädchenrechnung: Irgendwann wird sich das nicht mehr ausgehen. Irgendwann ist das Vermögen verbraucht. Irgendwann ist Schluss. Sind wir also dabei den Planeten zu vernichten? Nein – den Planeten können

wir gar nicht vernichten, dem ist das „wuascht“. Wir vernichten uns selbst. Der Planet hat zig Millionen Jahre vor uns existiert und wird zig Millionen Jahre nach uns existieren. Er hat die Zeit, die Wunden, die wir ihm schlagen, zu korrigieren. Wir haben diese Zeit nicht.

Wir müssen beginnen anders zu denken und anders zu handeln. Unsere Ressourcen sind begrenzt und dementsprechend müssen wir damit umgehen. In unserer Branche wird jetzt vermehrt in die richtige Richtung gearbeitet. Das Thema Regionalität wird wichtiger, Materialien werden genauer unter die Lupe genommen, die Logistik wird hinterfragt und was mit den Produkten nach ihrem Lebenszyklus passiert, interessiert auch immer mehr. Vor allem den Konsumenten interessiert es immer mehr.

Die Einrichtungsbranche reagiert und wir haben in dieser wohninsider Sonderausgabe einige Beispiele vor den Vorhang geholt. Was können Sie als Fachhändler tun? Das Einfachste ist mit nachhaltigen Produkten zu handeln. Schauen Sie sich Ihre Lieferanten genau an, vergessen Sie Containerware aus Billigländern, suchen Sie in Ihrem eigenen Betrieb nach Möglichkeiten einen nachhaltigen Weg zu beschreiten. Und bleiben Sie trotz der schwierigen Zeiten zuversichtlich.



Eine erkenntnisreiche Reise durch das Thema Nachhaltigkeit wünscht Ihnen Ihr

Gerhard Habliczek

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

Albert Schweitzer

IMPRESSUM

wohninsider.at – Das B2B-Magazin für die Einrichtungsbranche. Verlag und Medieninhaber: Wohninsider Medien GmbH, A-1150 Wien, Eduard-Sueß-Gasse 12/2, office@wohninsider.at, FN: 486285 a, UID: ATU73559936.

Herausgeber und Chefredakteur: Gerhard Habliczek, Redaktion: A-1120 Wien, Ratschkygasse 44/32, T: +43 1 2809374, gh@wohninsider.at, www.wohninsider.at. Redaktion: Gerhard Habliczek, Anna Habliczek, Mag. Sylvia Pilar, Mag. Lilly Unterrader. Gestaltung und Grafik: Mag. Michaela Schneider, www.textundgrafik.at | Lektorat: Kristina Habliczek.

Anzeigenannahme: Anna Habliczek, Ratschkygasse 44/32, A-1120 Wien. T: +43 1 2809374, ah@wohninsider.at

Verwaltung & Abos: Ratschkygasse 44/32, A-1120 Wien. T: +43 (0) 1 2809374, office@wohninsider.at.

Abopreis für 6 Ausgaben Euro 90,00 inkl. MwSt. und Versand, Einzelpreis Euro 15,00 inkl. MwSt. exkl. Porto.

Bankverbindung: Raiffeisenregionalkbank Wr. Neustadt. IBAN: AT79 3293 7000 0008 2149, RLNWATWWRN. Gerichtsstand: Wien.

Druck: Ferdinand Berger & Söhne GmbH, A-3580 Horn.

PRINTED IN AUSTRIA Fotocredit Icon Kopfzeile: Julia Ardanar/Shutterstock.com

Gastkommentare und Lesermeinungen müssen nicht mit den Ansichten der Redaktion übereinstimmen. Berichte mit Firmenlogos können bezahlte Einschaltungen sein. Bei allen personenbezogenen Bezeichnungen gilt die gewöhnliche Form in Ausführung des Art. 7B-VG auf Frauen und Männer und darüber hinaus alle Geschlechter in gleicher Weise.



INHALT

3 – Editorial

Eine Milchmädchenrechnung

3 – Impressum

6 – Nachhaltigkeit im Möbelhandel – wie gehe ich es an?

Sieben Tipps, um im eigenen Betrieb loslegen zu können.

8 – Nachhaltigkeit im Fokus

Der Fachausschuss des Einrichtungsfachhandels hat einen sechs Punkte umfassenden Leitfadens für die Branche erarbeitet.



Sieben Tipps für Ihren erfolgreichen Einstieg ins Thema Nachhaltigkeit Seite 6



Aus Stein wird wieder Stein – 100 % recyclebare Arbeitsplatte von STRASSER Steine Seite 16



Unendliches materielles Wachstum in einem endlichen System? Seite 22



Quooker: Gelebte Nachhaltigkeit Seite 28



Nachhaltigkeit und Design gehen bei SCHOCK Hand in Hand Seite 32



FAIRTRADE boomt mit zertifizierter Baumwolle in der Einrichtungswelt Seite 38



Mit „Handwerk.“ geht eine neue Marke in Österreich an den Start Seite 46

28 – Quooker: Gelebte Nachhaltigkeit

Die Bedürfnisse zukünftiger Generationen betrachtet man bei Quooker aus einer Perspektive der Umwelt- und Sozialverantwortung und handelt dementsprechend.

30 – Trendig, aber dennoch zeitlos

Trends schließen Verantwortungsbewusstsein und Nachhaltigkeit nicht aus, ist man bei ewe Küchen überzeugt.

31 – Bienchen summ

Miele ist neuer Partner des im Vorjahr gegründeten Gesellschaftsprojekts BioBienenApfel.

32 – Design nachhaltig denken

Nachhaltiges Design bedeutet nicht, dass auf Farbe verzichtet werden muss. Nachhaltigkeit und Design gehen bei SCHOCK Hand in Hand.

33 – Mit OptiBake zum Pizzabäcker

Gorenje liefert individuell einsetzbaren Backstein.

34 – Vom Gegensatzdenken zum nachhaltigen Management

„Das Gegensatzdenken zwischen Profit und Nachhaltigkeit gilt es nun endgültig zu überwinden.“

KÜCHE

16 – Aus Stein wird wieder Stein

Die Weltneuheit aus Österreich – genauer gesagt aus dem Mühviertel. STRASSER Steine bringt die erste zu 100 % recyclebare Stein-Arbeitsplatte auf den Markt.

18 – Verantwortungsvoll für Mensch und Natur

Ein verändertes Konsumverhalten prägt unsere Zeit. In nahezu allen Lebensbereichen achten die Menschen auf kritische Inhaltsstoffe, nachhaltigkeitsbasierte Auszeichnungen und das Engagement von Unternehmen.

20 – Die perfekte Einheit am Wasserplatz

Thomas Hafner, BLANCO: „60 % der Arbeitszeit in der Küche verbringt man am Wasserplatz. Je mehr dieser kann, desto mehr Zeit spart man.“

22 – Unendliches materielles Wachstum in einem endlichen System?

„Der Schlüssel zu einer nachhaltigen Zukunft liegt darin, die Beziehung der Menschheit zur Natur zu verändern.“ – Umweltprogramm der Vereinten Nationen, 2021.

25 – together to zero

Nachhaltigkeit – CO₂-Reduzierung – Klimaschutz. Schon lange beschäftigt man sich bei Rotpunkt Küchen mit diesen Themen.

26 – FSC zeichnet Nachhaltigkeit im europäischen Holzmöbelmarkt aus

Unter dem Motto „Schöner leben, gesündere Wälder“ launcht FSC die neue Ausgabe seiner FSC Furniture Awards.

27 – Investitionen in Nachhaltigkeit

Ökologisch nachhaltig zu agieren ist für HAKA Küchen ein unverzichtbarer Teil des Erfolgskonzeptes.

WOHNEN & SCHLAFEN

38 – Fairtrade – mit gutem Gewissen

FAIRTRADE boomt mit zertifizierter Baumwolle in der Einrichtungswelt.

40 – Bauzentrum Blaue Lagune

Das Bauzentrum am Standort Blaue Lagune setzt ein wichtiges Zukunftssignal für eine nachhaltige Immobilienentwicklung.

42 – WOHNEN & INTERIEUR

So nachhaltig wird Österreichs größte Wohnmesse, die unter dem Motto „5 Tage Wohnsinn“ im März 2023 stattfindet.

44 – Meilenstein für nachhaltige Badgestaltung

Kaldewei schlägt ein neues, nachhaltiges Kapitel im Badezimmer auf.

46 – „Wir stellen den Status quo infrage“

Mit „Handwerk.“ geht eine neue Marke in Österreich an den Start. Dipl.-BW Nina Schulmeister, MBA MA will mit dem Label Möbel, Wohnen, Kochen und Schlafen hinterfragen und neu denken.



48 – Nachhaltiges Wohnen made in Austria
Gute Zutaten und viel Handarbeit, das ist das Rezept bei sedda.



50 – Erfolgreich mit konsequenter Öko-Politik
Der deutsche Naturbettenspezialist dormiente bietet ein sehr breites grünes Sortiment für den erholsamen Schlaf.

dormiente – erfolgreich mit konsequenter Öko-Politik Seite 50

52 – Klimaneutral schlafen
Nachhaltigkeit wird bei Elastica mit dem redmoon genesis Matratzensortiment groß geschrieben.



Guter Schlaf trifft Nachhaltigkeit bei Betten Reiter gemeinsam mit Elastica Seite 56

54 – 30 Jahre gelebte Nachhaltigkeit
JOKA lebt die Ausrichtung der Produkte und Produktionsabläufe im Sinne eines nachhaltigen Wirtschaftskreislaufes.

55 – Designpreis denkt nachhaltig
Der Call für den German Design Award 2023 läuft.



Interface bietet eine Hospitality-Kollektion ohne ökologischen Fußabdruck Seite 60

56 – Guter Schlaf trifft Nachhaltigkeit
Betten Reiter nimmt die erste klimaneutrale Matratze aus Österreich ins Sortiment.

57 – Hanfbettwaren – perfekte Klimatisierung auf die nachhaltige Art
dormiente Naturbetten setzt verstärkt auf Hanf für Bettwaren und Naturmatratzen.

In den Möbeln von Schösswender steckt mehr als nur schönes Design Seite 66



58 – Exklusive Bettwäschekollektion
Hefel überzeugt mit Tencel Bettwäsche, gewebt und gefertigt in Vorarlberg mit einem minimalen CO₂-Footprint.

60 – Hospitality-Style ohne ökologischen Fußabdruck
Interface hat sich auf CO₂-neutrale textile modulare und elastische Bodenbeläge spezialisiert.

FOKUS ZUKUNFT



Mag. Gerhard Zirsch beschreibt den Weg zur Klimaneutralität für Ihr Unternehmen Seite 72

62 – Circular Design als zukunftsweisender Schlüssel
Denken, gestalten, produzieren und agieren in Kreisläufen über den Möbelzyklus hinaus.

„Ist die Menschheit eine Fehlkonstruktion?“ Der Raubbau an den Ressourcen lässt Walter Kandut zweifeln Seite 76



65 – Grüne Visionen werden Design
Object Carpet setzt als Spezialist für Bodenbeläge immer wieder neue Statements mit seinem Engagement für nachhaltiges Produzieren und Wirtschaften.



Die österreichische Manufaktur gut präsentiert eine CO₂-negative Möbellinie Seite 80

66 – Der natürlich Weg zur Nachhaltigkeit
Nachhaltigkeit ist Zukunft. Eine Zukunft, die uns alle betrifft. In den Möbeln von Schösswender steckt mehr als nur schönes Design.

68 – Eines wie keines
Der Produktionsablauf bei ANREI ist von Nachhaltigkeit geprägt. Lesen Sie wie ein Unikat entsteht.

70 – Ökologische Wandgestaltung aus Flachfasern
Mit Flachsvliestapeten aus nachhaltigen Rohstoffen und mit positivem Effekt auf Raum und Wohlbefinden setzt der Norafin ein nachhaltig gutes Statement.

71 – Ernten im Mondlicht
Tischler-Meister Harald Grössing berichtet über das Ernten des Holzes zur richtigen Zeit.

72 – Fokus Zukunft
Mag. Gerhard Zirsch beschreibt den Weg zur Klimaneutralität für Ihr Unternehmen.

74 – Nutzen statt besitzen
Produkt-Service-Systeme: Die Funktionalität von Produkten im Fokus nachhaltiger Innovationen.

76 – „Ist die Menschheit eine Fehlkonstruktion?“
„Wir müssen etwas tun.“ Der Raubbau an den Ressourcen unserer Erde lässt Walter Kandut an der Menschheit zweifeln.

78 – Der Wille ist da
VAV-Studie: Die Österreicher:innen wollen, dass Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung verstärkt in unser Leben einziehen.

80 – Premiere mit positivem Impact
Die österreichische Manufaktur gut präsentiert mit „finlix“ die erste, in Österreich hergestellte CO₂-negative Möbellinie.

81 – Leuchtende Kunstwerke aus Furnier
Echte Handarbeit: Bei Gofurnit aus Köln werden aus edlen Furnieren leuchtende Kunstwerke gefertigt.

82 – Awards gehen an fünf Preisträger
PEFC ehrte die diesjährigen Gewinner am höchsten Berg Österreichs, dem Großglockner.



Foto: wohnsieder

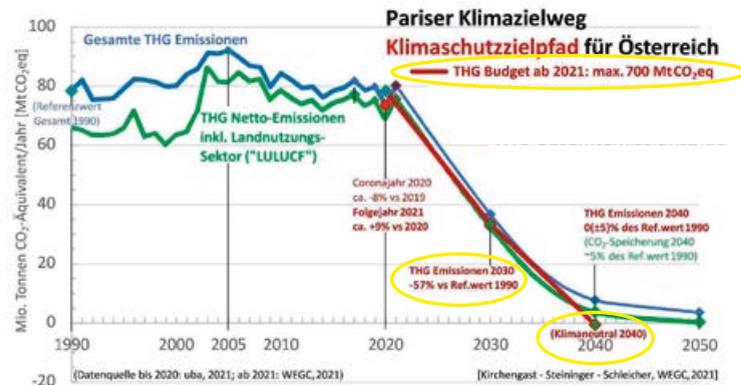


Nachhaltigkeit im Möbelhandel – wie gehe ich es an?

Bei der diesjährigen MZE Jahrestagung im Schloss Mondsee referierte Mag. Andreas Poimer zum Thema Nachhaltigkeit. Der Geschäftsführer der Markenkraft Consulting kam dabei gleich zur Sache und machte Nägel mit Köpfen. Sieben Tipps gab er den Besuchern mit auf den Weg um im eigenen Betrieb bzw. Leben unmittelbar loslegen zu können.

„Der 2. Mai war der Tag der Abhängigkeit von Öl, Kohle und Erdgas. 122 Tage kommen wir in Österreich mit Energie aus natürlichen Ressourcen wie Wasser, Sonne, Wind und Wald sowie Erdwärme aus. Seit 2. Mai sind wir für den Rest des Jahres abhängig von Öl, Kohle und Erdgas“, sagt Mag. Poimer. „Nachhaltigkeit ist kein Megatrend, der wieder verschwinden wird, Nachhaltigkeit wird bleiben und ist Gebot der Stunde“. Mit seinen **SIEBEN TIPPS**, will er jedem KMU einen Leitfaden an die Hand geben, wie dieser in Richtung Nachhaltigkeit starten kann. Das Ziel ist den Pariser Klimazielweg zu erreichen.

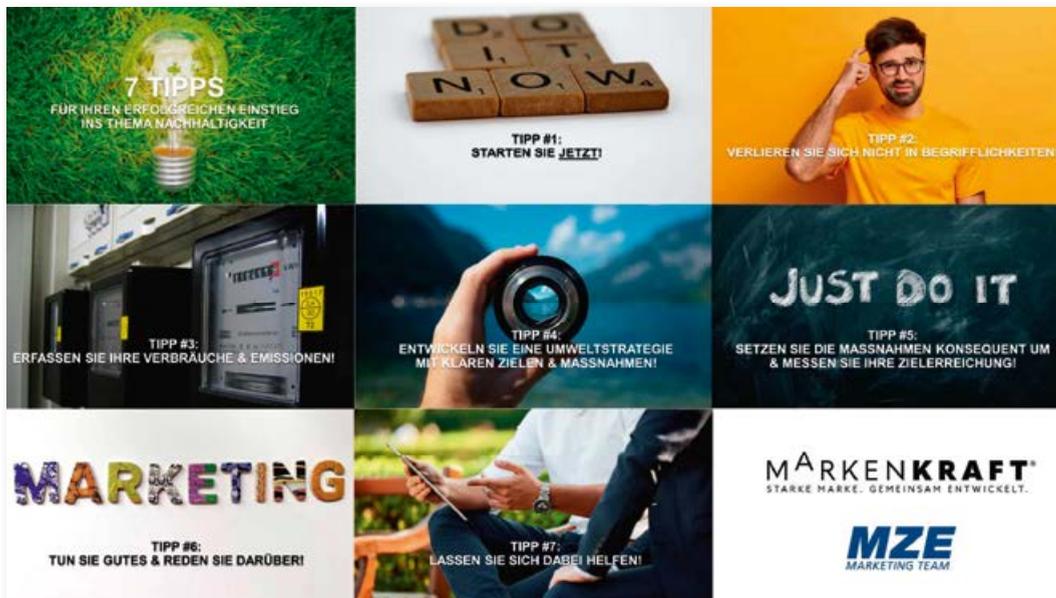
DAS ZIEL IST KLAR & VERBINDLICH!



Der Pariser Klimazielweg.



Die UNO hat 17 Ziele für den Begriff Nachhaltigkeit definiert.



7 TIPPS für Ihren erfolgreichen Einstieg ins Thema Nachhaltigkeit

TIPP 1

STARTEN SIE JETZT – „DO IT NOW“

Wie kann ich als Unternehmer jetzt starten? Es gibt viele Möglichkeiten und die Vorteile liegen auf der Hand. Ich komme in eine Vorreiterrolle, meine Mitarbeiter werden inspiriert und motiviert und ich werde zum Vorbild für andere Unternehmen.

TIPP 3

ERFASSEN SIE IHRE VERBRÄUCHE UND EMISSIONEN

Erstellen Sie eine CO₂ Bilanz für Ihr Unternehmen und messen Sie Ihre Verbräuche.

TIPP 5

SETZEN SIE DIE MASSNAHMEN KONSEQUENT UM UND MESSEN SIE IHRE ZIELERREICHUNG

So erkennen Sie schwarz auf weiß Ihren Erfolg, sind weiter motiviert oder können auch gegensteuern, wenn es in die falsche Richtung geht.

TIPP 6

TUN SIE GUTES UND REDEN SIE DARÜBER

Ihre Maßnahmen exakt auf den Punkt bringen und Ihren Kunden mitteilen. In Ihr Marketing aufnehmen und verbreiten. Wenn möglich mit dem Produkt kommunizieren.

TIPP 2

VERLIEREN SIE SICH NICHT IN BEGRIFFLICHKEITEN

Nachhaltigkeit ist ein sehr großer Begriff und umfasst auch soziale und ökonomische Aspekte. 17 Ziele für Nachhaltigkeit hat die UNO definiert. Fixieren Sie für sich Umwelt- und Klimaschutz als Startpunkt.

TIPP 4

ENTWICKELN SIE EINE EIGENE UMWELTSTRATEGIE MIT KLAREN ZIELEN UND MASSNAHMEN

TIPP 7

LASSEN SIE SICH DABEI HELFEN

Es gibt Profis, die sich in den verschiedenen Bereichen der Nachhaltigkeit auskennen, die praktische Umsetzungsmöglichkeiten kennen und die auch im Förderdschungel kompetent sind. Für viele Bereiche in Richtung Nachhaltigkeit sind Fördertöpfe eingerichtet.

Mag. Andreas Poimer



Andreas Poimer ist Experte für Markenpositionierung und Nachhaltigkeitsstrategie-Entwicklung mit über zwanzigjähriger Erfahrung bei internationalen Markenartikelkonzernen wie Unilever und Trodat. Als Head of Marketing und Product Management beim Weltmarktführer für Stempelprodukte Trodat wurde er mehrfach ausgezeichnet. A. Poimer ist Gründer und Geschäftsführer von Markenkraft Consulting, unterstützt Unternehmen bei der Entwicklung und Umsetzung professioneller Nachhaltigkeitsstrategien und hilft Unternehmen mit seiner Erfahrung dabei zur Nr. 1 im Kopf ihrer Zielgruppen zu werden.

Erfolge & Auszeichnungen:

- Verantwortlich für Entwicklung und Umsetzung der globalen Trodat Umweltstrategie
- Positionierung von Trodat als Vorreiter im Umwelt- und Klimaschutz in der gesamten Büroartikelbranche
- Österreichisches Umweltzeichen für mehr als 80 Trodat Produkte – Kategorie Büro- und Schulartikel (2018)
- Österreichischer Umweltmanagementpreis für Trodat GmbH – Kategorie Ökoeffizienz und Ökodesign (2019)

www.markenkraft.co.at



Nachhaltigkeit im Fokus

Anfang Mai traf sich der Fachausschuss des Einrichtungsfachhandels in Hinterstoder zu einer Strategieklausur. Das Thema „Nachhaltigkeit“. In der zweitägigen Tagung wurden die zahlreichen Aspekte für den Einrichtungsfachhandel diskutiert und ein erster, sechs Punkte umfassender Leitfaden für die Branche erarbeitet.

Die Schwierigkeit, das Thema Nachhaltigkeit im Fachhandel umzusetzen, ist sicherlich die Vielfalt des Themas. Wo beginnt Nachhaltigkeit und wo hört sie auf? Wer kann welche Schritte in seinem Unternehmen setzen? Wie kann das praktisch funktionieren? Was ist konkret zu tun? Dass das Thema in unserer Gesellschaft und in der heutigen Zeit immer mehr an Bedeutung gewinnt ist Tatsache. 84 % der Händler sehen ein Engagement für Nachhaltigkeit als Chance, sagte Mag. Christoph Haller (Abteilung Umwelt- und Energiepolitik der Wirtschaftskammer Österreich), der mit einem Vortrag „Nachhaltigkeit im Fokus“ die Klausur eröffnete.

Zusammengefasst kamen die Teilnehmer zu dem Ergebnis, dass Nachhaltigkeit im Fachhandel in kleinen Schritten begonnen werden soll. Konkrete Maßnahmen in möglichst vielen Bereichen bringen das Wissen um Nachhaltigkeit im Betrieb in die Mitarbeiter:Innen, zu den Konsumenten

und schlussendlich in das Image der Firma. Für den praktischen Start wurde an der Klausurtagung ein Leitfaden für die Umsetzung in der Praxis erarbeitet. Kritisiert wurden unter anderem das Transportwesen, die Lieferungen einzelner Firmen, die Verpackungskultur, der Billigmöbelimport aus Übersee, die Rücksendungen im Online-Handel und vieles mehr. Dass Nachhaltigkeit nicht von selber kommt, sondern auch Geld kosten wird, wurde auch klar angesprochen. Aber man kam zum Schluss: Nachhaltigkeit ist eine Investition in die Zukunft und eine Chance für jeden Unternehmer.

Begriff Nachhaltigkeit ist angekommen

Nachhaltigkeit ist ein bedeutendes Leitbild unserer heutigen Gesellschaft zur Begegnung der Herausforderungen unserer Zeit, sagt Mag. Christoph Haller (Abteilung Umwelt- und Energiepolitik der Wirtschaftskammer Österreich) in dem oben erwähnten Vortrag. Die Wirtschaft an sich ist ein zentraler Akteur in Gestaltung und Umsetzung der Problematik und sie steht mit ihren Unternehmen »

Der erste Leitfaden für einen Start im Einrichtungsfachhandel für nachhaltiges Wirtschaften:

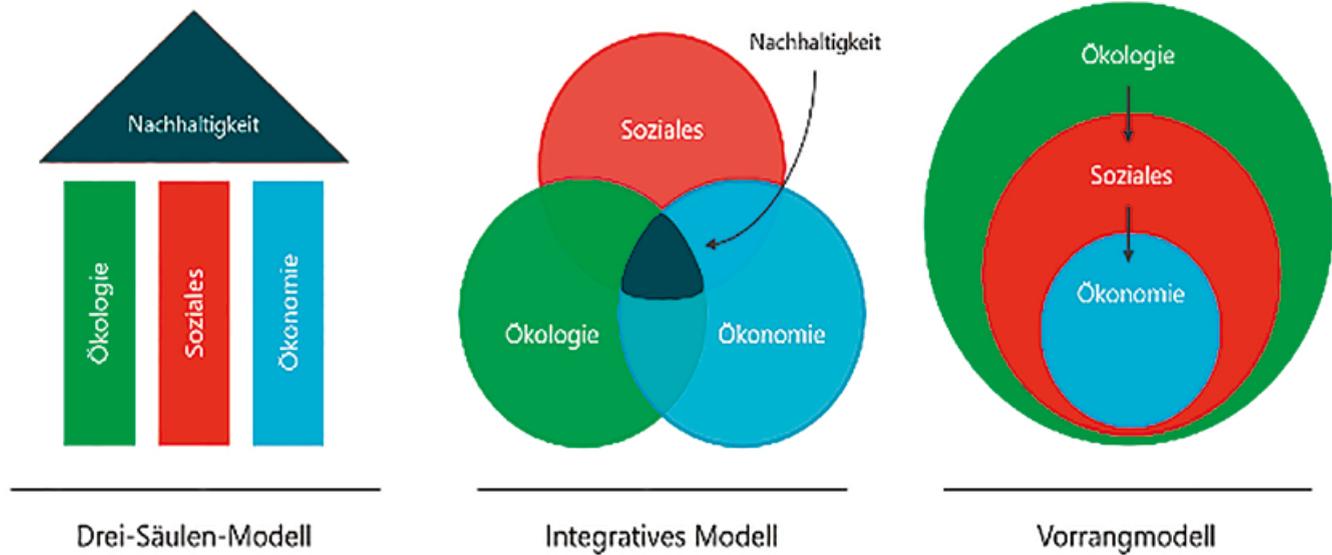
1. Ich werde alle Prozesse privat wie beruflich auf deren Nachhaltigkeit prüfen und gegebenenfalls ändern.
2. Ich werde meine eigene Mobilität überprüfen und gegebenenfalls ändern. Und das auch bei meinen Lieferanten. Transportwege privat und betrieblich reduzieren und optimieren.
3. Ich werde alle Unternehmensentscheidungen auf Nachhaltigkeit prüfen.
4. Ich nehme meine Vorbildwirkung in Sachen Nachhaltigkeit ernst.
5. Nachhaltigkeit wird in meinem Unternehmen gelebt, gelehrt und vermittelt.
6. Ich werde als Möbelhändler meinen Kunden die Notwendigkeit einer nachhaltigen Einrichtung vermitteln.



Mag. Christoph Haller bei seinem Vortrag „Nachhaltigkeit im Fokus“. Der Fachausschuss des Einrichtungsfachhandels lud nach Hinterstoder zu einer Strategieklausur zum Thema „Nachhaltigkeit“.



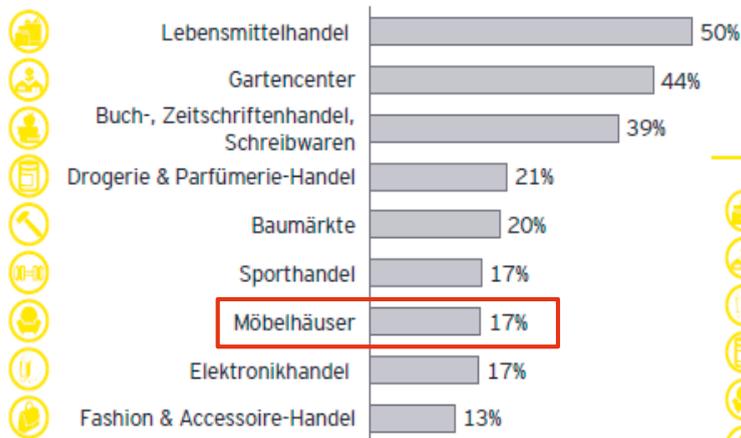
Darstellung Nachhaltigkeit: Ökonomische, ökologische und soziale Ziele auf einen Nenner bringen



EY-Studie - Sustainable Commerce Report 2021

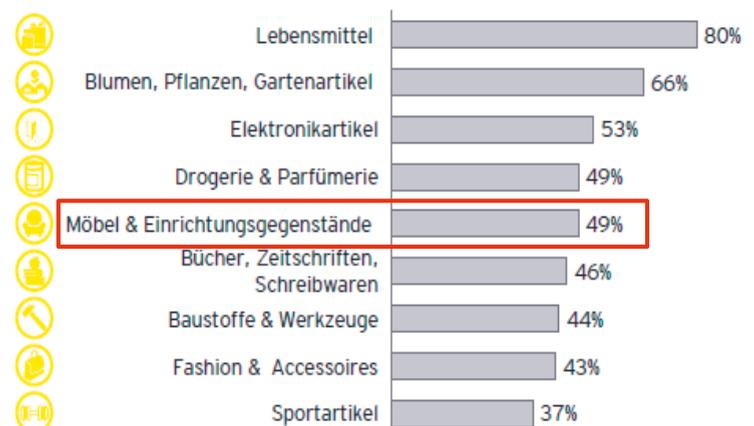
Der Nachhaltigkeitskompass für den österreichischen Handel

Für wie nachhaltig halten Sie diese Handelsbranchen?



... aus Sicht der Konsument:innen

Wie wichtig ist Ihnen Nachhaltigkeit in den folgenden Warengruppen?





zunehmend im Blickfeld der Öffentlichkeit. Die Herausforderung ist die Sicherung unseres Wohlstands, ohne dabei die natürlichen Lebensgrundlagen zu zerstören. Auch die Politik hat sich für einen nachhaltigen Weg entschieden! Nachhaltigkeit umfasst neben ökologischen Aspekten auch ökonomische und soziale Ziele.

Gemeinsames Nachhaltigkeitsverständnis

„Vom Zins leben und das Vermögen nicht antasten“, erklärt in einem Satz, was Nachhaltigkeit bedeutet. „Die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigen, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können.“

Die drei Dimensionen Wirtschaft, Soziales und Ökologie gehören gleichrangig synergetisch berücksichtigt. Das Zukunftsbild 2025 der WKO umfasst die Bewusstseinsbildung sowie das Aufzeigen der Vorteile und Chancen von Nachhaltigkeit bei Mitgliedern und bei der Unternehmensgründung. Nachhaltigkeit und Krisenfestigkeit sind im Verständ-

nis der WKO nicht getrennt zu betrachten; daher richtet die WKO ihre Leistungen verstärkt darauf aus, die Krisenfestigkeit ihrer Mitglieder zu unterstützen.

Dazu braucht es nachhaltige Rahmenbedingungen für die Wirtschaft:

- Innovation als Basis für Nachhaltigkeit und qualitatives Wachstum
 - Konzept der ökosozialen Marktwirtschaft: leistungsstarke Wirtschaft als Basis für eine stabile Gesellschaft und eine nachhaltige Entwicklung
 - Innovation, Innovationskraft und Innovationsfähigkeit spielen eine zentrale Rolle
- Innovation schafft Impulse für (qualitatives) Wachstum
 - Synergie von Innovation und den richtigen marktwirtschaftlichen Anreizen schafft qualitatives und nachhaltiges Wachstum
- Investitionsfreundliches Klima zur Umsetzung innovativer Ideen

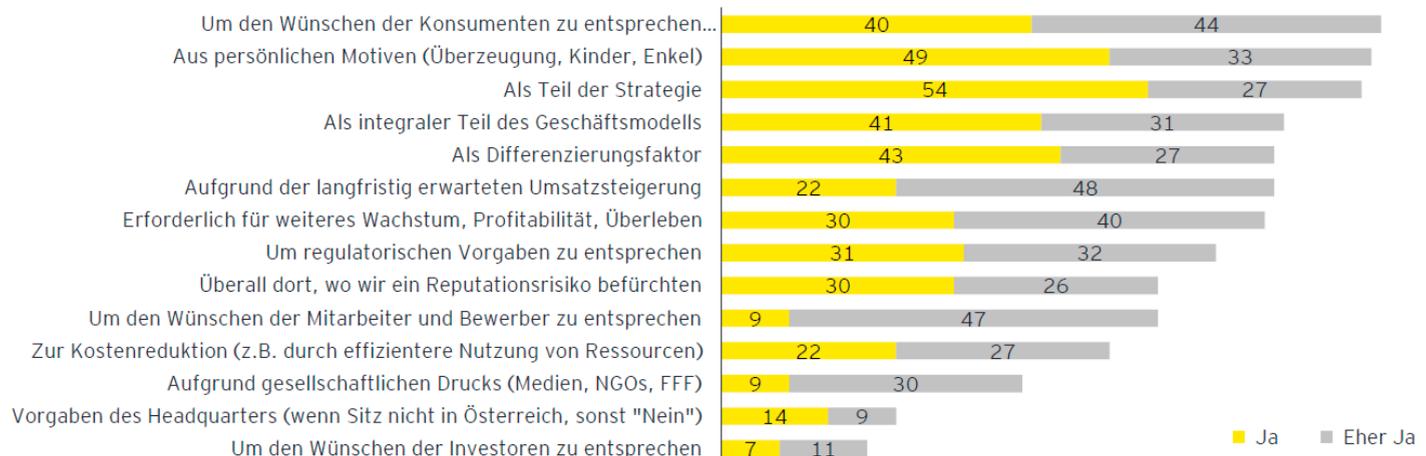
- Prinzipien einer Marktwirtschaft dabei nicht außer Kraft setzen
- Nachhaltigkeit als Wettbewerbsfaktor
 - Nachhaltigkeit ist kein Widerspruch zu wirtschaftlichem Erfolg
 - ökologische und gesellschaftliche Verantwortung vom Kostenfaktor zum Wettbewerbsvorteil, um langfristig wirtschaftlichen Erfolg zu sichern
 - Wettbewerb als Innovationsmotor ist unverzichtbar
- gut zu wirtschaften
- realistische Ausgewogenheit zwischen kurzfristiger Gewinnerzielung und Sicherung der Zukunftsfähigkeit
- kontinuierlich den Ausgleich zwischen ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen Interessen suchen
- Produkte und Dienstleistungen sollen zu einer nachhaltigen Entwicklung der Gesellschaft beitragen

EY-Studie - Sustainable Commerce Report 2021

Der Nachhaltigkeitskompass für den österreichischen Handel

- Die **entscheidenden Treiber für nachhaltiges Handeln in der Branche:**
 - den Wünschen der Konsument:innen zu entsprechen (84 %)
 - persönliche Motive wie die Überzeugung (82 %)
 - (erst drittgenannt) strategische Überlegungen (81 %).
- Notwendigkeit, regulatorischen Vorgaben zu entsprechen (63 %)

Frage: Wie stark treiben die folgenden Gründe das Thema Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen?



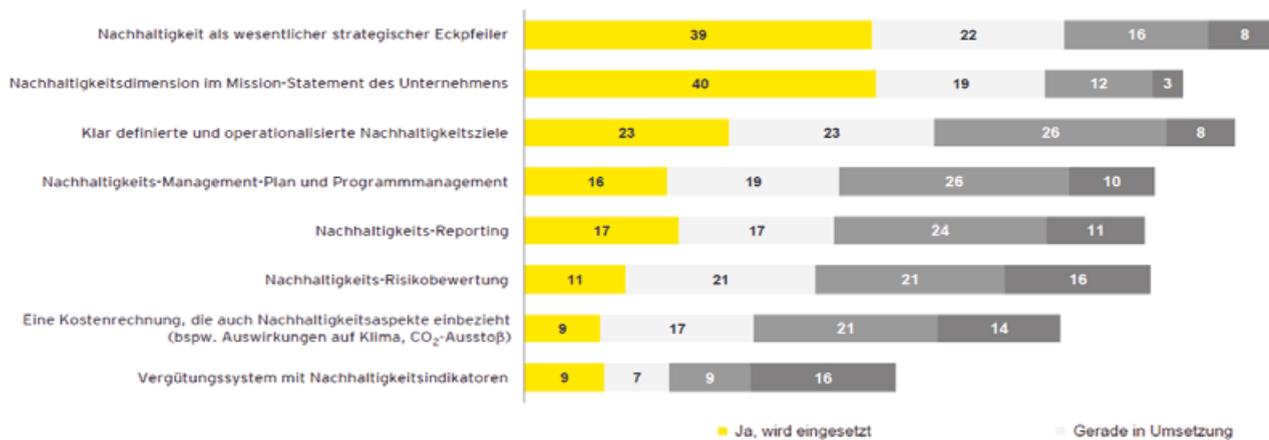


Handlungsfelder für Nachhaltigkeitsaktivitäten im Unternehmen

■ Nachhaltigkeit ist Chef:innen-Sache (EY-Studie: 85 % stimmen zu)

Nachhaltigkeits-Governance: Händler setzen vor allem auf Nachhaltigkeit als strategischen Eckpfeiler und auf eine Verankerung im Mission-Statement

Frage: Welche der folgenden Maßnahmen in Bezug auf Nachhaltigkeits-Governance setzen Sie in Ihrem Unternehmen bereits um bzw. planen diese zu implementieren?



Angaben in Prozent; an hundert fehlende Prozent: „Nein, nicht geplant“; Grundgesamtheit: jeweils nur die Unternehmen, auf die die jeweilige Antwortmöglichkeit anwendbar ist

Nachhaltigkeit und Handel – spielt der Handel die besondere Rolle?

Als Hersteller und Vertreiber von Produkten an der Schnittstelle zum Konsumenten spielt der Handel eine besondere Rolle. Er entscheidet, welche Produkte in das Sortiment aufgenommen werden und kann durch Beratung und Betreuung den Kund:innen neben Qualitäts- auch nachhaltigkeitsrelevante Informationen vermitteln. Nachhaltige Wirtschaft braucht daher als Partner konsumbewusste Bürger. 84 % der Händler sehen ein Engagement für Nachhaltigkeit als Chance. Zentrales Ergebnis: Transparenz kann die Wende beschleunigen.

Regulatorische Vorgaben für „mehr“ Nachhaltigkeit

Initiativen aus dem Aktionsplan für die neue Kreislaufwirtschaft:

- Förderung von Design, Produktion und Vermarktung von nachhaltigen Produkten;
- Mindestanforderungen, um zu verhindern, dass umweltschädliche Produkte auf den EU-Markt gebracht werden

- Maßnahmen für einen stärkeren Beitrag der Verbraucher zur Kreislaufwirtschaft, z.B. durch die Bereitstellung korrekter (vorvertraglicher) Informationen über den nachhaltigen Hintergrund von Produkten
- Maßnahmen, die sich auf Sektoren mit hohen Auswirkungen wie Textilien, Bauwesen und Elektronik beziehen
- Forcierung eines gut funktionierenden Sekundärrohstoffmarkts
- Vorschläge zur Schaffung von Rahmenbedingungen, die eine zirkuläre Wirtschaft fördern, wie z.B. Innovation und Investitionsmöglichkeiten für zirkuläre Geschäftsmodelle und Basistechnologien
- EU-Lieferkettengesetz ab 2023

Handlungsfelder für Nachhaltigkeitsaktivitäten im Unternehmen

Die Schwierigkeit im nachhaltigen Handeln besteht darin, immer neu entstehende Zielkonflikte durch langfristig tragfähige Kompromisse zu lösen. Strategische Veran-

kerung von Nachhaltigkeit im Kerngeschäft – der Schlüssel dazu ist die strategische Beschäftigung mit den Berührungspunkten zwischen dem Betrieb und seinem gesellschaftlichen Umfeld.

Mit der Verankerung von Nachhaltigkeit im Kerngeschäft schaffen Unternehmen einen Mehrwert...

...für die Gesellschaft:

- Einsparung von Ressourcen = Klimaschutz
- Unterstützung von Mitarbeiter:innen im Bereich Work-Life-Balance
- Aus- und Weiterbildung von jungen Fachkräften = Arbeitsplätze in den Regionen

...für das Unternehmen selbst:

- Ressourcenschonung bringt konkrete finanzielle Vorteile, z.B. niedrigere Betriebskosten
- Nachhaltiges Engagement = Wettbewerbsvorteil gegenüber Mitbewerbern, bringt z.B. die Gewinnung neuer, >>



nachhaltigkeitsbewusster Kund:innen oder Steigerung der Attraktivität des Unternehmens für zukünftige Fachkräfte oder Mitarbeiter:innen

Handlungsfeld Personalmanagement:

Nachhaltige Personal- und Organisationsentwicklung schafft ein positives und nachhaltiges Arbeitsumfeld mit passenden Formen des Zusammenarbeitens. Das macht Unternehmen effizienter und erfolgreicher. Wie Sie Mitarbeiter:innen nachhaltig unterstützen können:

- Zielgruppenorientierte Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter:innen und Führungskräfte
- Förderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- Vielfalt und Chancengleichheit – Diversity Management
- Initiativen für Gesundheit und Sicherheit;
- Generationenmanagement – lebenslanges Lernen
- Marke als Arbeitgeber gegenüber Mitbewerbern stärken (Employer Branding)

Handlungsfeld Umwelt, Klimaschutz und Ressourcenschonung:

Green Deal als Rahmen für eine umweltgerechte Unternehmensgestaltung.

- Klimaschutz im Unternehmen – Türöffner = CO₂-Schnellcheck

- Nachhaltiges Energiemanagement: Energieeinsparung, Energieeffizienz, Erneuerbare Energieträger
- Nachhaltige betriebliche Mobilität: betriebliche Mobilität optimieren bei Dienstflotte, Dienstreisen, Arbeitsweg der Mitarbeiter:innen, Anfahrtswege der Kund:innen an alle Ihre Standorte, Transportlogistik
- Kreislaufwirtschaft – Ressourcen- und Abfallmanagement: Produkt-Verpackung, Rohstoff- und Materialeinsatz, Vermeidung und Entsorgung von Abfällen/Recycling, Transformation des Geschäftsmodells
- Nachhaltige Beschaffung – Lieferantenmanagement: Produkte, Betriebsmittel (Papier, Toner, Kühlmittel,...), Werbemittel
- Ressourceneffiziente Produktion: Optimierung von Produktionsprozessen, Angebot nachhaltiger Produkt-Dienstleistungssysteme
- Standortmanagement: „Green Building“ Standards an Verkaufs- und Lagerflächen

Unterstützung bei den ersten Schritten zu mehr Nachhaltigkeit im Unternehmen

Die WKO unterstützt Unternehmer:innen mit einem breiten, auch finanziell geförderten Beratungsangebot. Beratungen im Vorfeld einer Entscheidung helfen, die bestmögliche und wirtschaftlich

vernünftigste Maßnahme zu finden und umzusetzen.

- Beratungs- und Investitionsförderungen
 - Umweltförderung im Inland
 - Übersicht über Beratungs- und Investitionsförderungen
 - WKO-Förderexperten
 - WKO-Förderdatenbank
 - Geförderte Energieberatungen für Unternehmen: BeraterInnen-Community, spezialisiert auf betriebliche Energieberatung und Aktuelles zur Energieeffizienz für Unternehmen
 - Geförderte Umweltberatungen für Unternehmen
 - Förderangebote für die Umsetzung von Mobilitätsprojekten
- Checklisten
 - Checklisten zu den Themen Energie, Mobilität, Geräte und Produktionsprozesse zum Download
 - CO₂-Schnell-Check
 - Ressourcencheck für Betriebe (Ressourcenforum Austria)

news.wko.at

Kontakt:

Mag. Christoph Haller, MSC
Abteilung Umwelt- und Energiepolitik
Wirtschaftskammer Österreich
Wiedner Hauptstraße 63
A-1045 Wien
T: +43 5 90900-4196
christoph.haller@wko.at



www.wohninsider.at

» Ihr direkter Draht in die Einrichtungsbranche

FÜR IHRE PLANUNG:

Die wohninsider Mediadaten downloaden unter www.wohninsider.at/printausgabe/mediadaten-2022.html
Oder direkt anfordern: a.habliczek@wohninsider.at



Als unabhängiges Medium informieren wir unsere Leserinnen und Leser neutral und professionell. Wir bieten Entscheidern am Point of Sale, in der Produktion oder in der Planung aktuelle Branchennews und alles Wissenswerte zu Neuprodukten und Events.

ewe[®]



Nicht irgendeine Küche.

Die Küche für morgen.

100 %
Fertigung
in Österreich

96 %
Heimische und
europ. Hölzer

100 %
Wohngesund

96 %
Lacke auf
Wasserbasis

100 %
Strom aus erneuer-
barer Energie

Nachhaltigkeit ist für ewe kein Trend – sie zeigt sich in jedem einzelnen Detail.
Weil Verantwortung für uns keine Phrase, sondern Leitsatz ist.



**KLIMANEUTRALES
UNTERNEHMEN**
certified by Fokus Zukunft

NACHHALTIGKEIT IN DER KÜCHE



Wofür ein Unternehmen steht und eintritt, rückt immer stärker in den Fokus der Konsumenten und beeinflusst die Kaufentscheidung. Eine gute Reputation eines Unternehmens kann mehr als ein Drittel des Umsatzes lukrieren. Firmen mit guter Reputation werden in Zukunft aber noch andere Vorteile haben. Ein positives Image ist auch ein wichtiges Instrument, um geeignete Mitarbeiter zu bekommen. Ein guter Ruf ist die beste Werbung für ein Unternehmen und wird für den Geschäftserfolg „nachhaltig“. Nachhaltige Betriebe gelten als sauber, fair und ehrlich.

Wie setzt die Küchenindustrie das Thema um? Sie konzentriert sich auf ihre Mitarbeitenden, die Produktionsstätten, die Zulieferer und auf die Logistik. Ein riesen Paket, das mehr oder weniger alle Bereiche zum Thema Umwelt, Energie, Transport, Recycling, Personal Management und vieles mehr anspricht.

Wie kann der Fachhändler auf diesen Zug aufspringen?

Er sollte sich genau informieren, wie, wo und von wem seine Waren produziert werden, denn in Zukunft werden immer mehr Konsumenten das wissen wollen.



Aus Stein wird wieder Stein

Seine gesamte Unternehmer-Historie lang beschäftigt sich KommR. Johannes Artmayr schon mit dem Thema Umweltschutz und Ressourcenschonung. Das zeigt sich einerseits durch sein rundum nachhaltiges Unternehmenskonzept – und nun auch mit einer Weltneuheit in Sachen Arbeitsplatte.

Von Gerhard Habliczek und Lilly Unterrader



Das Produkt soll durch seinen Umweltgedanken, aber auch die Funktionalität und das Design überzeugen. Und das in einer sehr gefälligen Preisgestaltung.

„Wir präsentieren aktuell eine echte **Innovation am Küchensektor**“, sagt Johannes Artmayr Ende Mai euphorisch gegenüber wohninsider. Dass es sich dabei nicht bloß um eine Marketingaktion handelt, wird schnell klar, als der Strasser-GF und Inhaber mit Alpinova die erste zu 100 % recycelbare Steinarbeitsplatte – und damit eine Weltneuheit – vorstellt. Doch damit nicht genug, dahinter steckt ein ganzes Konzept, wie er erläutert. „Wir haben rundherum einen Kreislauf entwickelt. Die Platte wird nicht nur aus Recycling-Material oder Verschnitten der aktuellen Produktion gepresst. Auch beinhaltet das System, dass nach dem Austausch der Küche (*die durchschnittliche Lebensdauer einer Küche in Österreich beträgt 20 Jahre, Anm. der Red.*) wir diese Platte

von unserem Handelspartner auf Wunsch zurücknehmen und sie wieder zu einer Alpinova-Arbeitsplatte verarbeiten.“ Der Kreislauf trägt den Namen Re-Stoning-System.

Großartige Eigenschaften

Die neue Arbeitsplatte Alpinova besticht aber nicht nur durch ihre Umweltverträglichkeit und den Nachhaltigkeitsgedanken, sondern auch durch ihre Anwendungseigenschaften, wie Artmayr ausführt: „Die Platte weist eine sehr hohe Stabilität aus, ist sehr kratzresistent, hitzebeständig und full body.“ Dass zudem die Produktion gegenüber anderen Arbeitsplatten-Materialien sehr umweltfreundlich, da bei geringer Temperatur gepresst, ist, sei hier ebenfalls erwähnt. Genauso wie, dass auch durch

das vergleichsweise geringe Gewicht (eine 240 x 60 cm Platte mit Ausschnitt wiegt beispielsweise nur 31 kg) der Transport leichter und damit umweltschonender vonstatten geht.

Bringt Eleganz in die Küche

Aber Alpinova erfüllt auch höchste Design-Ansprüche, erlaubt sie doch wie keine andere Platte eine 1mm Mikrofase bei einer Dicke von 12 mm. „Das bringt auch eine gewisse Eleganz in die Küche“, schwärmt der Strasser-Inhaber. Alpinova gibt es in den fünf Farben Nero (Schwarz), Verde (Grün), Grigio (Grau), Fango (Schlamm) und Bianco (Naturweiß) und zwei Oberflächen. Preislich positioniert wird Alpinova im unteren Drittel der Strasser-Preisrange und soll so auch in neue Käuferschichten



vorstoßen. Präsentiert wird das Produkt von 13. Juni bis zum 1. Juli 2022, im Rahmen einer Händlerveranstaltung unter dem Motto „A Green Change“, am Unternehmensstandort.

Wie kam es zu Alpinova?

„Ich sehe es schlicht als Unternehmerverantwortung, egal, ob es um Energiebeschaffung, Fuhrpark, Neubau oder Innovationen geht, dass die Nachhaltigkeitsidee stets mitschwingen sollte“, meinte der Unternehmer bei einem früheren Gespräch. Kein Wunder also, dass er sich auch über die Verschnitte der Steine seine Gedanken machte. „Bislang wurde das immer für den Straßenbau oder Ähnliches verwendet. Und die Idee, kleine Dekoartikel oder dergleichen daraus zu machen, macht hier keinen Sinn, weil die Produktion dieser Artikel in China viel günstiger ist.“ Und so war es wohl eine glückliche Fügung zur rechten Zeit, als sein italienischer Partnerbetrieb vor etwa einem Jahr mit Mustern einer Recycling-Platte gekommen ist. Die Saat war damit gesät und Artmayr entwickelte dies mit seinem Team weiter – sodass am Ende das runde Restoning-System und Alpinova entstanden sind. Artmayr: „Wir haben die Patente auf den Namen und den Prozess angemeldet und können guten Gewissens sagen, dass wir hier eine zukunftsweisende Weltneuheit präsentieren.“

Nachhaltigkeit am Standort

Das grüne Konzept bei Strasser zieht sich durch die ganze Unternehmensphilosophie.



Unternehmer mit Verantwortung und im Zeitgeist: Strasser-Inhaber Kommr. Johannes Artmayr denkt mit Alpinova an die Zukunft seines Unternehmens – und des Planeten.

So werden aktuell die Produktionshallen im Rahmen einer Investition von 23 Mio. Euro verdoppelt und auf den neuesten (umwelt-)technischen Stand gebracht. Artmayr: „Der Umweltgedanke zeigt sich da in vielen Details, angefangen damit, dass wir für den Neu- und Umbau keinen Boden versiegelt haben, dass wir auf Biomasse umgestellt haben, Photovoltaik-Anlagen auf dem Dach anbringen, aber auch in Mitarbeiter-Belangen, die wir mit günstigen e-Bikes ausgestattet haben. Und wir fokussieren zunehmend auf regiona-

le Herkunft der Steine.“ Nicht zuletzt mit der vor wenigen Jahren präsentierten Alpenwelt-Kollektion konnte man den Anteil aus Stein aus regionaler Herkunft wesentlich erhöhen. Artmayr: „Beispielsweise ist Alpengrün, der aus Osttirol kommt, aktuell schon einer der meistverkauften Steine in unserem Sortiment.“ Mit Alpinova setzt Strasser nun den nächsten stringenten Schritt, der das Thema Ressourcenschonung und Nachhaltigkeit auch produkttechnisch ideal widerspiegelt.

www.strasser-steine.at



Um die Weltneuheit Alpinova wurde ein Kreislauf entwickelt, der Stein wieder zu Stein werden lässt.



Verantwortungsvoll für Mensch und Natur

Ein verändertes Konsumverhalten prägt unsere Zeit. In nahezu allen Lebensbereichen achten die Menschen auf kritische Inhaltsstoffe, nachhaltigkeitsbasierte Auszeichnungen und das Engagement von Unternehmen.



Blühwiese von Häcker auf dem Werksgelände.

Die Tendenz, für ein gesundes Produkt grundsätzlich mehr auszugeben, zeigt sich deutlich im Verbraucherverhalten. Mit einem guten Gewissen zu kaufen, hat sich gesellschaftlich etabliert. Damit ergibt sich auch für den Küchenfachhandel die Chance, durch den Vertrieb von nachhaltigen Küchen und Produkten verantwortungsvoller Hersteller, neue Kunden und Marktanteile zu gewinnen.

Seit vielen Jahren, noch bevor das Wort Nachhaltigkeit in aller Munde war, hat sich Häcker Küchen aus dem ostwestfälischen Rödinghausen auf den Weg gemacht, in der Branche diesbezüglich echte Maßstäbe zu setzen. Dabei führt Häcker vielfältige Nachhaltigkeitsmaßnahmen in den Bereichen Produkt, Unternehmen und Soziales durch. Die neue Produktlinie concept130 bietet gleich mehrere gesundheits- und umweltspezifische Aspekte. Zum einen werden alle Küchen bei Häcker zertifiziert klimaneutral produziert. Die CO₂-Bilanz hat Häcker entsprechend den Kriterien

des Klimapakts für die Möbelindustrie ausgeglichen und ist dafür von der Deutschen Gütegemeinschaft Möbel (DGM) als „Klimaneutraler Möbelhersteller“ ausgezeichnet worden. Darüber hinaus verwendet Häcker ein umweltgerechtes Lacksystem auf Wasserbasis. Bei wasserbasierten Beschichtungsstoffen fallen bei der Verarbeitung etwa 90 Prozent weniger Lösemittel an. Das hat vielfältige Vorteile. Die Holzoberflächen sind widerstandsfähig, fühlen sich gut an und sehen perfekt aus. Zudem tragen sie auch zu einer positiven Ökobilanz bei, da sie den nachwachsenden, natürlichen Rohstoff Holz langfristig schützen. In der Produktlinie concept130 besitzen die Fronten der Küchen Roma und Ravenna zudem recyceltes Lacklaminat, welches von einem langjährigen Lieferpartner aus der Region stammt. Die Entwicklung des nachhaltigen Lacklaminats hat Häcker von Beginn an aktiv vorangetrieben.

Ausgezeichneter Gesundheits- und Umweltschutz

Mit der Auszeichnung „Goldenes M“ von der Deutschen Gütegemeinschaft Möbel e.V.

(DGM), für hohe Qualität sowie vorbildlichen Gesundheits- und Umweltschutz, unterstreicht Häcker ebenso den Anspruch, außerordentlich wohngesunde Produkte herzustellen. Mit PURemission zeigt das Unternehmen, dass bestehende internationale Grenzwerte für Formaldehydemissionen nicht nur eingehalten, sondern sogar weit unterschritten werden. Die innovative Verleimungstechnologie PUResist von Häcker bietet zudem einen zuverlässigen Schutz vor dem Eindringen von Feuchtigkeit in die Küchenmöbel. Damit der CO₂-Fußabdruck unter dem Qualitätssiegel „Made in Germany“ weiter reduziert wird, befinden sich gut 55 % der Lieferanten in einem Umkreis von rund 50 Kilometern, was die Ressourcen schont und eine schnelle Verfügbarkeit für die Kunden gewährleistet.

Apropos CO₂-Fußabdruck – Manchmal ist es an der Zeit, neue Wege zu gehen. Zum Beispiel den Weg von der Straße auf die Schiene. Häcker beliefert Kunden in ganz Europa. Aktuell sind rund 40 Prozent der modernen LkWs außerhalb Deutschlands unterwegs.



Das Vorgehen: Lkw-Fahrten werden bei mehrtägigen Europatouren reduziert, indem den Fahrern fertig beladene Auflieger per Bahn in ihr Zielgebiet nachgeschickt werden. Das clevere Transportkonzept spart – neben Zeit und Geld – insbesondere CO₂-Emissionen. Das nachhaltige Lösung die Ressourcen schonen, zeigt ein weiteres Beispiel aus der Häcker Versandlogistik.

Umweltfreundliches Material zur Ladungssicherung

Üblicherweise werden im Transportwesen Schaumstoffblöcke und Styropor-Platten verwendet, um die hochwertige Ladung zu sichern. Auf den werkseigenen Aufliegern befinden sich bei Häcker zur Ladungssicherung stabile Säcke aus Papier, die mit Pappresten gefüllt sind und anschließend zugenäht werden. Mit der Zeit passen sich die Papiersäcke immer besser den vorhandenen Lücken an, für die sie verwendet werden. So ist die Ware perfekt geschützt, bei gleichzeitig bester Umweltverträglichkeit.

Mit gutem Beispiel voran

Das Thema Elektromobilität besitzt bei Häcker ebenfalls eine zunehmend hohe Bedeutung. Poolfahrzeuge fahren elektrisch – Firmenfahrzeuge ebenso. Passend zum Anstieg der E-Mobilität, stellt Häcker auch die dafür notwendige Infrastruktur bereit. Aktuell verfügt Häcker am Standort Rödinghausen über zehn Ladepunkte für E-Fahrzeuge, plus 16 weitere, die kurz vor der Inbetriebnahme stehen. Zudem wurden die Fahrradboxen mit elektrischen Anschlüssen zur Aufladung von E-Bikes ausgestattet. Damit sich der nachhal-



Ladungssicherung aus Papier.



Häcker LKW auf Schiene.

tige Kreislauf schließt, wird der Strom in den Ladesäulen aus den Photovoltaikanlagen auf den Dächern der Häcker Zentrale gewonnen.

Das Häcker zum Umweltschutz weitere Möglichkeiten nutzt, zeigt auch das Beispiel der werkseigenen Biomassekesseln. Die Heizungsanbindung im Verwaltungsgebäude erfolgt aus dem Kesselhaus der Küchenproduktion. Die Wärme wird über fünf Biomassekessel mit insgesamt 13 MW Leistung erzeugt, die mit Holzabfällen aus der Produktion befeuert werden. Durch diese Nutzung kann das Gebäude sehr wirtschaftlich und umweltfreundlich beheizt werden. Die Luftmenge wird dabei ganz individuell entsprechend den Anforderungen eingestellt.

Gut für Mensch und Natur lautet das Motto der Nachhaltigkeitsaktivitäten

Neben den facettenreichen Maßnahmen für die Umwelt, steht auch der Mensch im Fokus des nachhaltigen Handelns bei Häcker. Das wird durch einen Blick auf das soziale Engagement von Häcker schnell deutlich. Neben dem eigenverantwortlichen Handeln fördert Häcker die individuelle Fort- und Weiterbildung, einen gesunden Lebensstil und das Wohlbefinden am Arbeitsplatz durch entsprechende Angebote und Leistungen. In der gemütlich gestalteten Häcker Lounge genießen Mitarbeiter und Kunden vorzügliche Speisen, deren Zutaten insbesondere aus regionalem und nachhaltigem Anbau stammen. Mit Viva con Agua nutzt man unternehmensweit ein Social Water, dessen Erlöse internationale Trinkwasserprojekte fördern. Zum Thema Gesundheit können die Mitarbeiter zudem noch verschiedene Benefits nutzen,

wie z.B. kostenlose Vorsorgeuntersuchungen, vergünstigte Mitgliedschaft im Fitness-Studio, aktive Pausen mit Rückentraining uvm.

Das soziale Engagement ist für die Inhabersfamilie Finkemeier eine Herzensangelegenheit. Das Unternehmen fördert seit vielen Jahren unterschiedliche Projekte im In- und Ausland. „Das soziale Engagement von Häcker ist mir sehr wichtig, denn dadurch wird denen geholfen, die Hilfe benötigen. Das entspricht unseren Werten und unserer Tradition.“, so Jochen Finkemeier, Inhaber von Häcker Küchen. Häcker fördert in der Region Rödinghausen einige soziale Einrichtungen. Dazu zählen neben Schulen, Sportvereinen und Feuerwehren auch Kindertagesstätten und Jugendhäuser. Letztere erhalten zum Beispiel auch funktionelle Küchen, damit vor Ort gesundes Essen zubereitet werden kann. Die regionale Hilfe umfasst auch die großflächige Erstellung von Blühwiesen zum Insektenschutz. Häcker hat auf gut 40.000 Quadratmetern Betriebsgrundstücken Blühwiesen angelegt, damit Bienen, Schmetterlinge & Co. einen nahrungsreichen Lebensraum erhalten. Im Rahmen dieser regionalen Landschaftspflege wurden zudem über 1.400 junge Bäume und Sträucher an ausgewählten Orten in Rödinghausen gepflanzt. Ein wichtiger Beitrag, um die Artenvielfalt zu erhalten.

Nachhaltigkeit bestimmt bei Häcker seit Jahren das Denken und Handeln. Auch in Zukunft wird dies ein elementarer Bestandteil der Unternehmenspolitik und der eigenen Werte sein. Darüber hinaus entspricht es dem zunehmenden Kundenwunsch, nachhaltige Produkte zu erwerben.

www.haecker-kuechen.de



Die perfekte Einheit am Wasserplatz

Bei den BLANCO UNITs trifft Design auf Funktionalität und alle Elemente überzeugen optisch durch ihre Formgebung und Farbabstimmung. Und ganz gleich, ob der Einrichtungsstil modern, puristisch oder klassisch sein soll, für jeden Planungsfall findet sich die passende Lösung.



Diese BLANCO UNIT bestehend aus drink.soda Evol-S Pro schwarz matt, schwarzem Etagon-Becken aus Silgranit® und der Abfalllösung Select II Soda.

Die Vorteile der kombinierten Einheit zeigen sich in der harmonischen, nahtlos ineinandergreifenden Gestaltung, einer maßgeschneiderten Ergonomie sowie durch platzsparende Effizienz. Neu ist auch die Herangehensweise bei der Planung: So entscheidet man sich zunächst für das gewünschte Wassersystem mit dem passenden Abfallsystem, wählt dann das Becken, welche es in verschiedenen Ausführungen gibt, und fertig ist die Unit.



„60 % der Arbeitszeit verbringt man am Wasserplatz. Je mehr dieser kann, desto mehr Zeit spart man.“

Thomas Hafner, Geschäftsführer
Blanco Austria

drink.soda EVOL-S Pro schwarz matt

So integriert sich die BLANCO drink.soda Evol-S Pro nahtlos in den modernen Wasserplatz. Mit fünf Funktionen in einer Armatur und in trendigem schwarz matt bietet sie Wasser für jeden Geschmack und setzt in der neuen Ausführung kraftvolle Akzente. Optisch edel, im Gebrauch ideal, spendet das moderne Wassersystem kaltes und warmes Leitungswasser sowie gefiltertes, gekühltes und aufbereitetes Wasser still, medium oder prickelnd. Dank ihrer Vielfalt an Funktionen trägt diese Armatur zu einem gesunden und nachhaltigen Lebensstil bei. Und das kann



Das Wassersystem in schwarz matt liegt voll im Trend von Retro-Chic und Industrial Style. Separater Auslauf für veredelttes Wasser, regeln von Wassermenge per Touch & Click und Kohlensäuregehalt per Drehrad.



sich sehen lassen: Im neuen matt schwarzen Outfit liegt BLANCO drink.soda Evol-S Pro voll im Trend von Retro-Chic und Industrial Style. Dank des Farbklassikers Schwarz bleibt sie auch in Zukunft zeitlos elegant. Wer dennoch eine Metalloptik bevorzugt, wählt die Edelstahlausführung in PVD steel.

Eleganz trifft Funktionalität

BLANCO drink.soda Evol-S Pro schwarz matt ist eine Evolution der Armatur, mit der man so viel mehr kann, als nur Wasser zapfen: Sie vereinfacht das Arbeiten in der Küche, spart Zeit, macht noch mehr Lust

auf puren Wassergenuss und ist eine echte Augenweide. Die Wasserqualität erhöht sich durch den Filter, auf das Schleppen schwerer Wasserkrüge und zusätzliche Fahrten zum Getränkemarkt kann verzichtet werden – für mehr Komfort und weniger CO₂. Besonders praktisch sind das separate Drehrad zum Einstellen des Kohlesäuregehalts im gefilterten Trinkwasser und die Click & Touch-Funktion. Mit ihr lässt sich die Menge an gefiltertem Wasser bedarfsgerecht regeln. Zwei separate Abläufe trennen veredelttes Wasser von Leitungswasser und ermöglichen die parallele Bedienung.

Infovideo zu BLANCO
drink.soda EVOL-S Pro:
bit.ly/3GqDAjY



Der Austausch der Verbrauchsmaterialien kann dank der leicht zugänglichen Platzierung im vorderen Teil der Soda-Einheit in Sekunden erfolgen. Auf dem intuitiven Touch-Display der Soda-Einheit können wesentliche Informationen wie die restliche Kapazität von Filter und CO₂-Zylinder bequem abgelesen und rechtzeitig online im Blanco Ersatzteil-Shop nachbestellt werden.

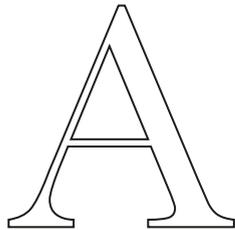
Zur modernen BLANCO UNIT wird drink.soda Evol-S Pro schwarz matt in Kombination mit einem schwarzen Etage-Becken aus Silgranit® und der Abfalllösung Select II Soda. Das schwarze Becken zeigt sich als optimal abgestimmter Design-Partner für einen Gesamtauftritt mit eindrucksvoller Wirkung. Select II Soda hingegen bietet viel Komfort durch eine besonders gute Zugänglichkeit des Soda-Systems beim Filter- oder CO₂-Zylinder-Wechsel. Auch nutzt die praktische Abfalllösung den Unterschrank sehr effektiv aus.

www.blanco.at



Unendliches materielles Wachstum in einem endlichen System?

von Mag.a Rebecca Kandut



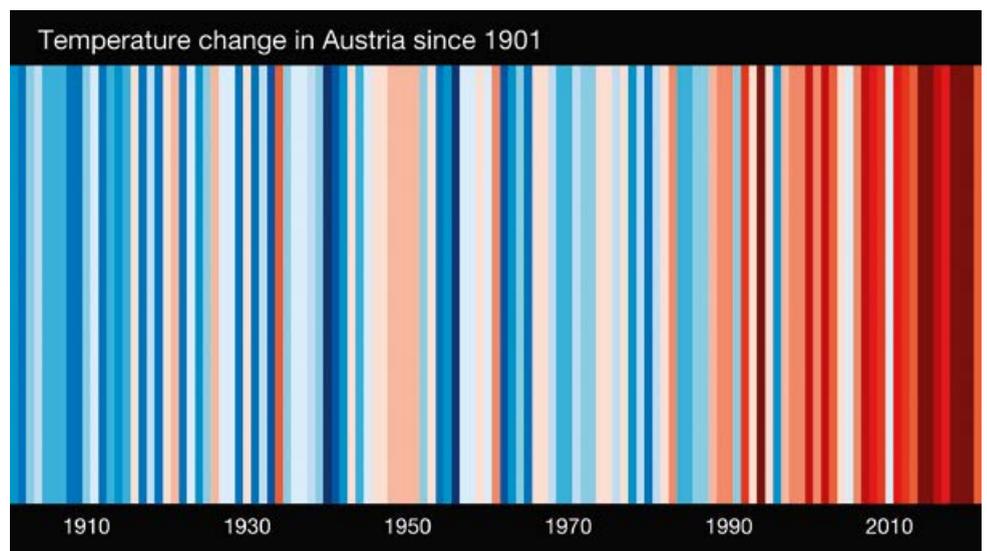
Am 2. März 1972 postulierte der Club of Rome die Grenzen des Wachstums. Die Hauptthese lautete: begrenzte Ressourcen und grenzenloses Wachstum schließen einander aus. Eine Warnung, dass ein Voranschreiten der Industrialisierung und des Wirtschaftswachstums, ein stetiger Anstieg der Bevölkerungszahl und Lebensmittelproduktion, massive Umweltverschmutzung und die Ausbeutung natürlicher Ressourcen ein Ende des Wachstums der Menschheit einleiten und zu einem Kollaps der menschlichen Gesellschaft führen kann.

50 Jahre mit scharfer Kritik, Zustimmung sowie einigen Gegenentwürfen später ist das prognostizierte „business as usual“ Szenario mehr oder weniger eingetreten. Ein kontinuierliches materiell-basiertes Wirtschaftswachstum auf Kosten natürlicher Ressourcen ist allerdings als Ziel der Menschheit im 21. Jahrhundert in Frage zu stellen. Denn wir leben in einem endlichen System: dem Planeten Erde. Diese unsere einzige Heimat hat uns die vergangenen über 10.000 Jahre im Holozän, einem beständigen Zeitalter mit konstanter globaler Durchschnittstemperatur,

Landwirtschaft und ein relativ stabiles soziales Leben ermöglicht. Durch die industrielle Revolution und die fälschliche Annahme, dass fossile Energie unbegrenzt und ohne Konsequenzen zur Vermehrung von Wohlstand und Bekämpfung von Hunger zur Verfügung stünde, haben wir eine fundamentale Veränderung angestoßen. Wir sind in eine neue Epoche eingetreten: das Anthropozän

– der Ära der Menschen. Wir Menschen dominieren nun den Wandel der Erdsysteme, verursachen durch unsere Lebensweise einen globalen Temperaturanstieg und überschreiten unsere planetaren Grenzen, mit weitreichenden Folgen.

2015 hat sich die internationale Gemeinschaft im Zuge des Pariser UN-Klimaabkom-



Temperaturveränderung in Österreich seit 1901 (blau = kälteres Jahr als Durchschnitt des Vergleichszeitraumes) von Professor Ed Hawkins (University of Reading), showyourstripes.info/europe/austria/all

Fotos diese Seite: Professor Ed Hawkins, Lightspring/Shutterstock.com



mens geeinigt, die Erderwärmung möglichst auf 1,5 Grad gegenüber dem vorindustriellen Niveau begrenzen zu wollen. Dennoch steigt die globale Temperatur weiter an. Das Jahr 2016 war das heißeste jemals gemessene Jahr mit 1,2 Grad mehr als Ende des 19. Jahrhunderts. Die Weltwetterorganisation sieht eine 50%-ige Wahrscheinlichkeit, dass wir bereits kurzfristig in einem der nächsten fünf Jahre die kritische 1,5 Grad Schwelle überschreiten. Sehr wahrscheinlich brechen wir zwischen 2022 und 2026 den bisherigen Temperaturrekord. Dies wird Wetterextreme wie Hitzewellen, Waldbrände, Dürren, Überschwemmungen, Hagel oder Wirbelstürme auch in Österreich zur Folge haben. Mit dem Überschreiten der 1,5 Grad Schwelle gehen wir als Menschheit ein großes Risiko ein, nicht reversible Vorgänge anzustoßen, die wie eine Kaskade aus Dominosteinen nicht mehr zu stoppen sind. Wenn wir unsere Erdsysteme unkontrolliert weiter verändern und unsere planetaren Grenzen zunehmend überschreiten, schaden wir uns selbst. Denn der Klimawandel stellt laut Weltklimarat die größte Bedrohung unserer Gesundheit und unseres Wohlbefindens dar.

Planetare Grenzen

Die Erde kann nach einem Modell von Prof. Rockström und Kolleg:innen mittels neun planetarer Grenzen beschrieben werden, innerhalb derer wir sicher als Menschheit agieren und leben könnten. Bei Überschreitung dieser Grenzen gehen wir das Risiko ein, unsere Lebensqualität, Versorgungsgrundlage, Gesundheit und Sicherheit zu gefährden. 2021 galten vier dieser Grenzen als überschritten. Im April 2022 haben Forscher:innen des Stockholm Resilience Centres erstmals gezeigt, dass wir die planetare Grenze für „grünes“ Süßwasser (welches für Pflanzen z.B. durch Bodenfeuchtigkeit zur Verfügung steht, im Gegensatz zu „blauem“ Wasser wie Grund- und Oberflächenwasser) nun auch überschritten haben. Die zweite Hiobsbotschaft dieses Jahres, denn zuvor wurde die Schwelle für neuartige Substanzen (wie z. B. Plastik oder Pestizide) zum ersten Mal evaluiert und ebenso festgestellt, dass wir den sicheren Handlungsbereich bereits verlassen haben.

Zusammenfassend agieren wir nun bei sechs der neun planetaren Grenzen außerhalb des sicheren Bereiches. Insbesondere die bereits überschrittenen Schwellen des Verlusts der Artenvielfalt (biosphärische

Integrität) sowie des Klimawandels stellen eine fundamentale Bedrohung für unser Wohlbefinden dar. Zudem haben wir die Stickstoff- und Phosphorkreisläufe und Veränderungen durch Landnutzung aus der sicheren Zone gebracht. Eine planetare Grenze konnte noch nicht abschließend evaluiert werden: die atmosphärische Aerosolbelastung. Da laut Europäischer Umwelt-

Wasser, Gesundheit, Bildung, Frieden oder soziale Gerechtigkeit) benötigen. Wenn dies innerhalb der planetaren Grenzen geschieht, erhalten wir unsere Erdsysteme auf einem stabilen Niveau. Zwischen diesen beiden Grenzen liegt also ein ringförmiger Bereich, der sowohl ökologisch sicher als auch sozial gerecht ist: ein Umfeld, in dem die Menschheit gedeihen kann.



agentur im Jahr 2019 eine bessere Luftqualität 178.000 Leben in Europa hätte retten können, kann diese Grenze eventuell auch als bereits überschritten angesehen werden. Die Ozeanversauerung befindet sich derzeit noch im grünen Bereich, doch auch dieser Indikator hat laut aktuellem Bericht der Weltwetterorganisation in 2021 einen Negativrekord gebrochen. Sicher im grünen Bereich liegt die Ozonbelastung der Stratosphäre – das Positivbeispiel für die Wirksamkeit globaler Einigkeit und eines gemeinschaftlichen Gegensteuerns.

Gerechter und sicherer Raum für menschliche Entwicklung

Das Modell der planetaren Grenzen wurde von der britischen Wirtschaftswissenschaftlerin Prof. Raworth weiterentwickelt und um soziale Minimalstandards ergänzt. Herausgekommen ist ein Donut-förmiges Wirtschaftsmodell deren innere Grenze das Mindestmaß an Ressourcen darstellt, welche wir für die Erfüllung unserer menschlichen Grundbedürfnisse (wie Nahrung, Zugang zu sauberem

Fenster der Möglichkeit

Wir Menschen können als Reaktion auf Einschränkungen große Potentiale freisetzen, wenn wir unseren Fokus auf Kreativität, Sinn, Partizipation, Verbundenheit und Zugehörigkeit legen. Und wenn wir uns auf den Kern des Wirtschaftens besinnen: mit knappen Ressourcen gut hauszuhalten. Eine Änderung unseres grundsätzlichen Denksatzes zeichnet sich bereits ab, nicht mehr nur nach quantitativem, materiellem Wachstum zu streben, sondern einen gesellschaftlichen Wertewandel zu vollziehen.

Der aktuelle Weltklimabericht macht deutlich, dass die Zeit zum Handeln JETZT ist. Es besteht ein erreichbares Fenster der Möglichkeit bis zum Jahr 2030 unsere Emissionen in allen Sektoren um die Hälfte zu senken. Wenn wir allen Menschen bei prognostiziertem Bevölkerungswachstum ein gutes Leben innerhalb der planetaren Grenzen ermöglichen wollen, muss der Grad an eingesetzten Ressourcen drastisch gesenkt werden. Um dies zu erreichen ist eine Kombination aus den drei »



MATERIELLES WACHSTUM

Grundstrategien der Nachhaltigkeit essentiell: Suffizienz (Adaption von Verhaltens- und Konsummustern auf das richtige Maß), Effizienz (optimierte Material- und Energieeinsätze) und Konsistenz (Kreislaufwirtschaft und Umstieg auf erneuerbare Energie).

Eine enkelfähige Welt liegt in unseren Händen

Unsere Gehirne sind auf Kooperation, Empathie und gegenseitige Hilfe eingestimmt. Wir Menschen sind eine globale Familie, miteinander verbunden und voneinander abhängig. Wir sind nicht das Maß aller Dinge, wie wir das in unserem anthropozentrischen Weltbild gerne meinen, sondern zutiefst von der Natur abhängig, denn sie dient uns als Lebensgrundlage. Globaler und lokaler Klimaschutz stellen daher auch eine Selbstinvestition dar. Wenn wir diese Einstellungen in unseren Werten verankern, dienen unsere Entscheidungen dem Erhalt des Wohlstands von Menschheit und Planeten.

Der Schlüssel zu einer nachhaltigen Zukunft liegt darin, die Beziehung der Menschheit zur Natur zu verändern.

Umweltprogramm der Vereinten Nationen, 2021

Für eine grundlegende sozial-ökologische Transformation unserer Welt ist demnach

ein breiter gesellschaftlicher Wandel erforderlich, der auch unsere Werte, unsere Weltbilder, unsere Art zu Denken und zu Fühlen kritisch unter die Lupe nimmt. So ist etwa unsere innere Einstellung zur Welt und ein Gefühl von Verbundenheit ein wesentlicher Ausgangspunkt für berufliche und private Entscheidungen. Positive Zukunftsbilder, Selbstwirksamkeitsüberzeugung, Empathie und Achtsamkeit stellen ebenfalls wirksame Hebel dar, um pro-soziales und klimafreundliches Verhalten zu fördern. Das Autorenpaar Julia Buchebner und Stefan Stockinger hat sich in ihrem Buch „Innen wachsen – außen wirken“ eben dieser inneren Dimension der Nachhaltigkeit gewidmet. Unter dem Motto EINE NEUE WELT IST MÖGLICH zeigen sie auf, welche Rolle mentale, emotionale und intrapersonelle Aspekte auf dem Weg in eine lebenswerte Zukunft spielen und wie durch mehr Bewusstsein ein echter Wandel möglich ist.

Der aktuelle Weltklimabericht zeigt klar, dass wir wissen, was zu tun ist und es auch tun können. Wir haben Einfluss auf die Zukunft der Menschheit und unsere Entscheidungen haben eine globale Wirkung. Wir können die globale Erwärmung auf 1,5 Grad beschränken. Eine Welt mit mehr Gesundheit und Wohlbefinden, weniger Armut, gesunden Ökosystemen und sozialer Gerechtigkeit ist erreichbar und möglich. Wenn wir JETZT aktiv werden und als Menschheit geeint in die richtige Richtung gehen. Für welche Zukunft entscheiden Sie sich? ■

Rebecca Kandut

Mag.a Rebecca Kandut ist Gestalterin einer lebenswerten Zukunft zur Sicherung der planetaren Gesundheit. Die Ernährungswissenschaftlerin, Autorin, Lektorin und Vortragende im Bereich Nachhaltigkeit absolviert zurzeit ein Nachhaltiges Management Zweitstudium.



Kontakt:

[linkedin.com/in/rebecca-kandut](https://www.linkedin.com/in/rebecca-kandut)



Limits and Beyond: 50 years on from The Limits to Growth, what did we learn and what's next?
2022, Exapt Press

Julia Buchebner & Stefan Stockinger: Innen wachsen – außen wirken. Eine nachhaltige Zukunft beginnt in uns selbst.
2021, Ennsthaler





together to zero

Nachhaltigkeit? CO₂-Reduzierung? Klimaschutz? Schon lange hat man sich bei Rotpunkt Küchen mit Fragen und Themen wie diesen beschäftigt.



Man hat niemals weggeschaut – doch nicht immer alle Konsequenzen betrachtet und bedacht, die das alltägliche Handeln oder Entscheidungen für die Umwelt und das Klima haben. Schon vor einigen Jahren haben wir deshalb damit begonnen, uns differenziertere Fragen zu stellen: Wie schafft man es als Produzent für Küchenmöbel, den CO₂-Fußabdruck zu verkleinern? Wie reduziert man den Einsatz von Frischholz, um wertvolle Ressourcen zu schonen? Und wie leistet man einen positiven Beitrag zum Klimaschutz?

the time is now

Seit 2017 arbeitet man bei Rotpunkt Küchen kontinuierlich daran, Antworten auf diese – und viele weitere Fragen, die sich um das Thema Nachhaltigkeit drehen – zu finden. Dem Handeln bei Rotpunkt liegen dabei die 17 globalen Ziele der UN für nachhaltige Entwicklung der Agenda 2039 (*siehe Seite 6*), die sogenannten Sustainable Development Goals, zugrunde.

Our mission: zero emission

Wie und wo fängt man damit an, den CO₂-Ausstoß zu reduzieren? Ganz einfach: Mit einer Bilanz. Mit den bloßen Zahlen. Mit Ergebnissen, schwarz auf weiß. Also wurden die Standorte in Bünde und Getmold überprüft und eine CO₂-Bilanzierung erstellt. Es folgten: viele Erkenntnisse, noch mehr Meetings. Und eine wichtige Entscheidung: Über den Ansatz „Vermeiden-Vermindern-Kompensieren“ sollen die CO₂-Emissionen schrittweise reduziert werden. Das bedeutet konkret: Alle Emissionen, die nicht vermieden oder vermindert werden können, werden über einen zertifizierten Partner (myclimate) in Nachhaltigkeitsprojekten kompensiert.

our green production

Wie schafft man eine nachhaltige Produktionsumgebung? Bei Rotpunkt Küchen setzt man sich kontinuierlich damit auseinander, wie sich altbekannte Prozesse und Strukturen optimieren lassen, wie man den Anteil von genutztem Frischholz in Spanplatten reduziert, Produktionsabfälle nutzt und Mitarbeitenden

eine gesunde Arbeitsumgebung bieten kann. Es wird heute genau(er) hingeschaut als noch vor einigen Jahren. Es wird überlegt, wie sich die Materialeffizienz verbessern lässt und es wird nachgedacht, wie das Team in der Produktion und Verwaltung dabei unterstützt werden kann, gesünder zu arbeiten.

Diese Veränderung hat bereits viele gute Ideen zutage befördert – darunter einige technische Innovationen. So wird am Standort Getmold beispielsweise in Losgröße 1 gefertigt und dadurch die Menge an Materialverschnitt erheblich reduziert. Weiterhin haben die Mitarbeitenden im Versand die Möglichkeit, ein passives robotisches Exoskelett zu nutzen, das die körperliche Belastung beim Ausführen schwerer Wiederholungs- oder Überkopftätigkeiten verringert. Für das gesamte Team gibt es zahlreiche Angebote im Rahmen eines betrieblichen Gesundheitsmanagements. Denn Nachhaltigkeit? Bezieht sich nicht nur auf Technik, sondern auch auf ein tägliches Miteinander.

rotpunktkuechen.de/de/nachhaltigkeit.html



FSC® zeichnet Nachhaltigkeit im europäischen Holzmöbelmarkt aus

Unter dem Motto “Schöner leben, gesündere Wälder” launcht FSC die neue Ausgabe seiner FSC Furniture Awards, die den nachhaltigsten Möbelherstellern und -händlern in ganz Europa verliehen werden sollen.

Die FSC Furniture Awards sind ein europaweiter Wettbewerb, der vom Forest Stewardship Council® ins Leben gerufen wurde, um das Engagement für FSC und Nachhaltigkeit von Unternehmen im europäischen Innen- und Außenmöbelsektor zu würdigen. Teilnahmeberechtigt sind Inhaber von FSC-Zertifikaten und Werbelizenzen in der Möbelbranche, die ihren Hauptsitz in einem der folgenden europäischen Länder haben: Österreich, Belgien, Bosnien und Herzegowina, Kroatien, Tschechische Republik, Dänemark, Frankreich, Deutschland, Italien, Montenegro, Niederlande, Nordmazedonien, Polen, Portugal, San Marino, Serbien, Slowenien, Spanien, Schweiz und das Vereinigte Königreich.

Unternehmen haben die Gelegenheit, in einer der drei Preiskategorien zu gewinnen: Commitment, Brands und Communication (jeweils eine Auszeichnung für Hersteller und eine für Einzelhändler in jeder Kategorie). Die FSC Commitment-Auszeichnungen werden an Zertifikats-/Lizenzinhaber vergeben, die sich in ihrer Beschaffungs- und Vertriebspolitik einer Präferenz für FSC-zertifizierte Rohstoffe verpflichtet haben. Die FSC Brands Awards werden an Unternehmen vergeben, die die FSC-Trademarks in außerordentlicher Art und Weise nutzen. Mit den FSC Communications Awards werden Unternehmen ausgezeichnet, welche die Jury mit ihren Werbe- und Kommunikationsaktivitäten und -kampagnen unter Einbeziehung des FSC und mit FSC-Bezug überzeugen. Die weiteren Kategorien lauten: Hersteller des Jahres für



Innen- und Außenmöbel und Einzelhändler des Jahres.

“Nach dem erfolgreichen Start der FSC Furniture Awards in Italien wurde die Initiative 2021 auf elf europäische Länder ausgeweitet. In diesem Jahr geht der Wettbewerb in seine vierte Auflage – er wird noch größer und steht FSC-zertifizierten Unternehmen sowie erstmals auch Inhabern einer FSC-Markenzulassung offen, die in der Möbelbranche in 20 europäischen Ländern tätig sind”, erläutert Alexia Schrott vom FSC Italien, die für das Projekt verantwortlich zeichnet, stolz das schnelle Wachstum der Initiative FSC Furniture Awards.

“Weltweit gibt es über 12 000 FSC-zertifizierte Unternehmen in der Möbelbranche. Auf Europa entfallen fast 50 Prozent, wobei die meisten Unternehmen in Polen, Italien, dem Vereinigten Königreich, den Niederlanden und Deutschland angesiedelt sind (in der Reihenfolge der Anzahl der Unternehmen in den jeweiligen Ländern). Damit decken die

FSC Furniture Awards die wichtigsten Möbelhochburgen ab”, so Schrott weiter.

“Die Möbelindustrie trägt Verantwortung für die Sicherstellung der legalen und nachhaltigen Herkunft der forstwirtschaftlichen Materialien und Produkte. Als weltweit vertrauenswürdigste Lösung für eine nachhaltige Waldbewirtschaftung ist der FSC ein glaubwürdiger Partner der Möbelindustrie, um dieses Ziel zu erreichen und nachhaltige Holz-wertschöpfungsketten zu fördern. Gemeinsam mit der Möbelindustrie wollen wir nachhaltige Produkte und Lösungen für bewusste Verbraucher anbieten und die Wälder der Welt durch verantwortungsvolle Bewirtschaftung schützen”, ergänzt Dr. Uwe Sayer, Geschäftsführer vom FSC Deutschland.

Bewerbungen für die FSC Furniture Awards können bis zum 8. September, 12 Uhr MEZ, über die offizielle Website www.fscfurnitureawards.org eingereicht werden. Die Teilnahme ist kostenlos.

Für Bewerbungen und weitere Informationen: www.fscfurnitureawards.org oder kontaktieren Sie Ihr nationales Büro



Fotos: FSC



Investitionen in Nachhaltigkeit

Ökologisch nachhaltig zu agieren, ist für den Trauner Küchen- und Möbelhersteller HAKA ein unverzichtbarer Teil des Erfolgskonzeptes. Zahlreiche Investitionen wurden in der jüngsten Vergangenheit getätigt und stehen auch in Zukunft an – damit will man eine gewisse Vorreiterrolle in der Branche einnehmen.

Regionale Lieferanten, kurze Lieferwege, hochwertige Materialien aus dem nahen Umkreis – für HAKA ist dies seit Jahrzehnten eine Selbstverständlichkeit: „Wir haben in den vergangenen Jahren zusätzlich viel in umweltfreundliche Maßnahmen investiert. So ist beispielsweise jedes dritte Auto in unserem Fuhrpark ein E-Fahrzeug. Geladen werden diese über unsere hauseigene Photovoltaik-Anlage, also mit grünem Strom, die natürlich auch unser Werk mit Strom versorgt. Dadurch sparen wir pro Jahr mehrere Tonnen CO₂ ein“, erklärt HAKA-Geschäftsführer Mario Stifter.



Jedes dritte Auto im Fuhrpark ist ein E-Fahrzeug. Geladen werden diese über die hauseigene Photovoltaik-Anlage, die auch das Werk mit Strom versorgt.

„Wir wollen weiterhin in unsere Nachhaltigkeit investieren, das ist für uns eine Selbstverständlichkeit.“

Mario Stifter, HAKA-Geschäftsführer

Geheizt wird ebenfalls nachhaltig, mit den hauseigenen Überresten: „Wir haben hierfür ein Heizsystem investiert, das Produktionsüberreste und Staub ansaugt, in einen Silo

verfrachtet und bei Bedarf der Heizanlage zuführt. Dadurch erwärmen wir uns quasi von selbst. Und auch das hilft uns dabei, massiv CO₂ einzusparen. Wir wollen aber auch weiterhin in unsere Nachhaltigkeit investieren, das ist für uns eine Selbstverständlichkeit. Wir hoffen dadurch auch eine gewisse Vorbildwirkung für andere Unternehmen zu erzielen“, so Stifter.

HAKA Küche ist ein oberösterreichischer Familienbetrieb, der bereits seit 92 Jahren in Traun Küchen und Wohnmöbel nach Maß produziert. Neben dem Direktvertrieb in den drei HAKA Centern in Traun, Wien und Straßwalchen vertraut der Familienbetrieb auf ein Netzwerk mit über 300 Partnern in Österreich, Italien und der Schweiz.

www.haka.at





Gelebte Nachhaltigkeit

Kurzlink zum Video:
bit.ly/3GSZ6PW



Quooker ist stets darauf bedacht, den Kundenbedürfnissen bestmöglich gerecht zu werden, während man die zukünftigen Generationen gleichzeitig besser dazu befähigt, ihren Bedürfnissen selbst gerecht zu werden. Diese Bedürfnisse betrachtet man bei Quooker aus einer Perspektive der Umwelt- und Sozialverantwortung und dementsprechend wird gehandelt.



Quooker leistet einen Beitrag dazu, Ihre Küche umweltfreundlicher zu machen.

Damals wie heute

Seit der Gründung in den 70er Jahren sind nachhaltige Arbeitsweisen tief im Wesen des Unternehmens verwurzelt. Als Beispiel: Gründer Henri Peteri arbeitete über 20 Jahre lang an der Entwicklung der einzigartigen und patentierten hoch Vakuumisolierung. Dies resultiert in einem sehr geringen Standby-Verbrauch, während die augenblickliche Verfügbarkeit von kochendem Wasser aus dem Wasserhahn gewährleistet wird. Bequemlichkeit und Nachhaltigkeit gehen Hand in Hand.



Gründer Henri Peteri arbeitete über 20 Jahre lang an der Entwicklung der einzigartigen hoch Vakuumisolierung.

Nachhaltigkeit in der Produktion

Wie Quooker die CO₂-Bilanz reduziert:

- Reduktion von Energieverbrauch
- Abfälle vermeiden – nachhaltige Verpackungen verwenden
- 900 Solarzellen auf dem Dach, reduzieren 25 Prozent des Stromverbrauchs (Holland)
- Grüne Energie in Produktionseinrichtungen und Büros
- Voll beladene Container
- Effiziente Strecken
- Fahrzeugflotte soll in den kommenden Jahren auf Elektrofahrzeuge und Kleintransporter umgestellt werden.

Made Blue

Für jedes verkaufte COMBI(+)-System spendet Quooker 4.200 Liter Wasser an Made

Blue. Das Unternehmen unterstützt benachteiligte Gemeinden in Äthiopien bei der Entwicklung sauberer Wasserquellen. Bereits mehr als 1 Milliarde Liter sauberes Trinkwasser sind für dieses Projekt gespendet worden.

Lebenszyklusanalyse

Die Verpackungen werden zu 85 Prozent aus erneuerbaren Materialien hergestellt, und 80 Prozent der Abfälle werden nicht einfach entsorgt. Mit der Einführung neuer Produkte wird eine Lebenszyklusanalyse erstellt. Diese Analyse umfasst:

- Rohstoff: Gewinnung von natürlichen Ressourcen und Herstellung von Zwischenprodukten
- Produktion: Fertigung des Produkts
- Verbraucher/Verbrauch: Auswirkungen des Verbrauchs des Produkts
- Entsorgung: Ende des Produktlebenszyklus

Kreislaufprodukte

Ein Quooker-System ist nicht nur ein Kreislaufsystem, es hat eine lange Lebensdauer und Ersatzteile sind leicht erhältlich.

Wasser und Energie sparen

- Der durchschnittliche tägliche Frischwasserverbrauch pro Kopf in Europa beträgt 144 Liter pro Tag
- Rund 8,75 % davon werden für Zwecke in der Küche verbraucht.
(Quelle: Europäische Umweltagentur, 2021)

Mit einem Quooker lässt sich die exakte Menge Leitungswasser, die benötigt wird, zapfen – im Gegensatz zu einem Wasserkocher, mit dem oft mehr Wasser gekocht wird als benötigt oder das Wasser erneut gekocht wird, weil es abgekühlt ist, wodurch eine Menge Energie und auch Wasser verschwendet wird!

Ein Quooker-System ist mit einem kleinen Reservoir ausgerüstet, in dem das Leitungswasser bei einer Temperatur von 108°C gespeichert wird. Dieses Reservoir ist wie eine Art Thermosflasche, die an die Wasserhauptleitungen angeschlossen ist. Dank der Hoch-



Quooker spart 60 Plastikflaschen. Der Quooker C'UBE liefert zudem gekühltes und mit Kohlensäure angereichertes Leitungswasser.



vakuum-Isolation kann die Wärme nicht aus dem Tank entweichen. Das bedeutet, dass nur sehr wenig Energie (10 Watt/h) erforderlich ist, um das Wasser in dem Tank auf dem Siedepunkt zu halten. Das Quooker COMBI-Reservoir ist auch mit der Energie-Güteklasse A ausgezeichnet worden. Dieses Reservoir liefert nicht nur kochendes Leitungswasser, sondern auch Warmwasser für den Abwasch.

Warmes und kochendes Wasser:

Ein COMBI oder COMBI+ hilft, noch mehr Leitungswasser zu sparen. Denn, wenn der Zentralheizkessel einige Meter vom Wasserhahn entfernt ist, muss das Warmwasser bei einem konventionellen System eine beträchtliche Entfernung zurücklegen, bevor es den Wasserhahn erreicht. Mit einem COMBI oder COMBI+ wird die benötigte Wassertemperatur umgehend bereitgestellt – ohne Wartezeit und Wasserverschwendung.

Gekühltes stilles und sprudelndes Wasser:

Mit einem Quooker CUBE können Sie gekühltes und mit Kohlensäure angereichertes Leitungswasser aus dem Quooker-Hahn zapfen – wahlweise auch gefiltert. Die Verwendung von PET-Flaschen gehört somit der Vergangenheit an und die Produktion des gewünschten Trinkwassers erfolgt ab dem ersten Liter – kommerzielles Flaschenwasser benötigt ein Vielfaches der Verzehrmenge zur Produktion.

Nebst Leitungswasser auch Plastik sparen

Wir verbrauchen eine schier unvorstellbare Menge an Plastikflaschen. Der Reuters-Studie „Drowning in Plastic“ von 2018 zufolge wur-

den in einem einzigen Jahr rund 481,6 Milliarden Flaschen weltweit verbraucht. Außerdem werden für die Herstellung einer Plastikflasche rund 7 Liter Leitungswasser benötigt (Quelle www.treehugger.com). Mit dem Quooker fällt dieser Verbrauch weg!

Quooker Combi

Ein Quooker COMBI ermöglicht noch größere Einsparungen: Hier ein Beispiel eines Vier-Personen-Haushalts mit Induktionsherd und einem 10 Meter vom Wasserhahn entfernten Zentralheizkessel

- Leitungswassereinsparung pro Jahr: 8.080 Liter
- Energieeinsparung pro Jahr: 902 kWh

Zusammengefasst

Ein Quooker ist praktisch in jeder Küche während er gleichzeitig hilft, Leitungswasser, Energie und Plastik zu sparen. Ein Quooker ist nicht nur nachhaltig in der Verwendung, sondern wird auch auf nachhaltige Weise hergestellt. Damit leistet Quooker einen Beitrag dazu, Ihre Küche umweltfreundlicher zu machen.

www.quooker.com



Seit Gründung in den 70er Jahren sind nachhaltige Arbeitsweisen im Wesen des Unternehmens tief verwurzelt.



EWE

Trendig, aber dennoch zeitlos

Was ist der Kern von wahren Trends? Dass sie sich schließlich zu einem Must Have entwickeln.

ewe Küchen präsentiert mit diesem Anspruch die Farbneuheiten für 2022 und punktet dabei mit frischem Colour-Spirit für Fronten und Arbeitsplatten, die sich gekonnt mit bestehenden Akzenten in Szene setzen lassen und lange Zeit für Freude sorgen im Herzstück eines jeden Wohnraums.

Für frische Akzente sorgen auch die neuen Farbrends aus dem Hause ewe Küchen. Allen voran wird das Lieblingsmodell mit der supermatten pflegeleichten Oberfläche ewe nanoo® um zwei weitere Farben aufgestockt: Ein helles, zartes Kieselgrau und ein dunkles Granitgrau fügen sich perfekt in das bestehende Farbarrangement ein. Diese Tonalität gilt auch für die weiteren Farbneuheiten im Sortiment: Ein helles Angora, eine anmutig dunkle Havannaeiche oder Industrial Chic mit Beton Terra sorgen gekonnt für neue Farbanmutungen, erfüllen jedoch immer die Prämisse der harmonischen Kombinierbarkeit und zeitloser Schönheit, die perfekt zu den Wohn- und Farbbedürfnissen des Endkunden passen.

Supermatt und Ton-in-Ton

Die Küchenwelt von morgen gehört den supermatten Oberflächen. Hier bietet ewe nanoo® mit Anti-Finger-Print und Abperleffekt einen zusätzlichen Mehrwert zur supermatten und „smoothen“ Haptik. Mit Frühjahr 2022 können die beliebtesten Farben des Küchenbestsellers nun auch mit edlen, farb-



ewe nanoo®: „Die Küche für morgen“.

lich perfekt abgestimmten Dünnarbeitsplatten kombiniert werden und ermöglichen Ton-in-Ton-Konzepte, die begeistern. Und darüber hinaus ist die Anti-Finger-Print-Eigenschaft eine Gemeinsamkeit, die den Alltag im Küchenleben erheblich erleichtert und ganz leicht für ein schönes Aussehen sorgt.

Trends schließen Verantwortungsbewusstsein und Nachhaltigkeit nicht aus

ewe Küchen hat sich nicht nur dem Anspruch an hohe Qualität und zeitlosem Design verschrie-

ben, sondern möchte darüber hinaus auch der Umwelt gegenüber bewusst handeln. Viele kleine und große Maßnahmen münden dabei in sechs klaren Aussagen: 100 % Fertigung in Österreich, 96 % Heimische und europäische Hölzer, 100% Wohngesund, 96 % Lacke auf Wasserbasis, 100 % Strom aus erneuerbarer Energie, 88 % Klebstofffreie Kanten. Darüber hinaus ist ewe Küchen Österreichs erster klimaneutraler Küchenhersteller. Werte, die sich sehen lassen können und die in der Küche zu Hause auch zu spüren sind.

www.ewe.at



Links: Fina, die Küche mit der supermatten Küchenoberfläche mit Abperleffekt. Rechts: ewe Nuova in angora und nuss royal.

Fotos: ewe Küchen



Bienchen, summ

Das Schaffen von Lebensräumen für Bienen, dadurch die Förderung von Nachhaltigkeit und Bio-Diversität sind die hehren Ziele des von Manfred Hohensinner im Vorjahr gegründeten Gesellschaftsprojekts BioBienenApfel. Miele ist seit 5. Mai offizieller Partner dieser Aktion.



Bild links, v.l.: Manfred Hohensinner (Frutura), Petra Ummerberger (Miele Österreich), Lizz Görgl, Andreas Döllerer. Bild oben, v.l.: Conny Kreuter, Christina Lugner, Tamara Trojani, Konstantin Schenk.

Alles ist verbunden, und eine Schlüsselfigur dabei spielen die kleinen Bienen. Was in der Gesellschaft schon bekannt, wird nun auch von zahlreichen Unternehmen wie etwa Miele tatkräftig unterstützt. Allen voran ist auch Spitzenkoch und Miele Markenbotschafter Andreas Döllerer fortan BioBienenApfel-Kulinarik-Botschafter. Weitere Unterstützer des Projekts sind einige Mitglieder der Jeunes Restaurateurs (JRE) Österreich sowie das Who-is-Who der Seitenblicke-Revue: BioBienenApfel Botschafterin Lizz Görgl, Michaela Dorfmeister, Chris Lohner, Christina & Jacqueline Lugner, Martina Fasslabend oder die Künstlerwirtsleut Tamara Trojani und Konstantin Schenk.

1 Milliarde Bienen

Das hehre Ziel der Initiative: Innerhalb der nächsten fünf Jahre soll neuer Lebensraum für bis zu 1 Milliarde Bienen geschaffen und das Bewusstsein für den Wert regionaler Lebensmittel gestärkt werden. Eine Agenda, die Miele und ihrer Philosophie sehr zupass kommt. Denn Miele möchte nicht nur für erstklassige Produktqualität stehen, sondern gleichermaßen auch für Respekt, Fairness und partnerschaftliche Wertschätzung gegenüber seinen Geschäftspartner*innen, Beschäftigten und Kund*innen (gemäß Miele Nachhaltig-

keitsbericht 2021). Dies unterstreicht auch Miele Managing Director Mag. Sandra Kolleth: „Unsere tägliche Arbeit ist bestimmt von ganz viel Liebe zum Detail, eine in jeder Hinsicht überzeugende Performance sowie Nachhaltigkeit. Es ist uns als Familienunternehmen daher ein besonderes Anliegen, Initiativen zu unterstützen, die diese Werte teilen, und dass wir gemeinsam auch für unseren Planeten „Immer Besser“ werden. Deshalb hat uns alle das Gesellschaftsprojekt BioBienenApfel vom ersten Moment an begeistert. BioBienenApfel passt darüber hinaus auch deshalb so hervorragend zu uns, weil bei uns auch der Genuss nicht zu kurz kommen darf, um gemeinsam mit Freude und Leidenschaft viel erreichen zu können. Miele wird das Projekt durch Anlegen von Blumenwiesen, eigene „Give Bees a Chance“-Eventformate, Rezeptwettbewerbe, Social Media Kampagnen etc. unterstützen.“

Bienen und Genuss gehen Hand in Hand

Andreas Döllerer steht als amtierender Präsident der JRE in Österreich zudem für höchsten Genuss: „In unserem essbaren Garten auf den Steilhängen hinter dem Restaurant wachsen Kräuter, Obst und Gemüseraritäten der Region, die fast vergessene Geschmäcker wieder auf die Teller und in die Gläser bringen. Es ist mir ein Anliegen, die-

se Vielfalt zu bewahren und dafür Sorge zu tragen, dass sie nicht in Vergessenheit gerät. Wir haben 15 Bienenstöcke und im Garten herrscht reges Summen. Die Bienen fühlen sich wohl und danken es uns mit unserem eigenen Bio-Honig. „BioBienenApfel-Botschafter zu werden, ist für mich eine Freude und unterstützt mich in meinem persönlichen Anliegen, die Natur in ihrer Vielfalt den nachfolgenden Generationen zu erhalten.“ Das Projekt „BioBienenApfel“ wurde von Frutura, Produzent und größter Vermarkter von Obst und Gemüse in Österreich, ins Leben gerufen, um ein gesellschaftliches Umdenken voranzutreiben. Mit der Schaffung neuer Lebensräume für Bienen soll dem voranschreitenden Verlust an Bestäubern entgegengewirkt werden. Im ersten Jahr sind bereits mehr als 400 Hektar neue Blumenwiesen aufgeblüht. Seit Herbst 2021 ist auch das EU-Parlament ein offizieller „BioBienenApfel“-Partner und die Initiative ist – im Rahmen des „Green Deal“ der EU – als erstes und bislang einziges Gesellschaftsprojekt ein Teil des europäischen Weges zu einem ökologischen Gleichgewicht. Aber auch Tennisprofi Dominic Thiem, Sänger Sting oder F1-Weltmeister Sebastian Vettel sind einige der weiteren prominenten Unterstützer.

frutura.com/biobienenapfel
www.miele.at



SCHOCK

Design nachhaltig denken

Mit dem Claim „Colour Your Life“ bringt SCHOCK seinen Markenkern auf den Punkt: Es geht dem Erfinder der Quarzkomposit-Spüle um Farbe, um Lifestyle, um Inspiration und darum, das Leben in der Küche individueller zu machen.



Kallio M-175 in der Farbe Day.

Dass sich dieses Anliegen hervorragend mit dem Thema Nachhaltigkeit verträgt, zeigt das Unternehmen mit seiner Nachhaltigkeitsstrategie SINK GREEN und der Produktlinie CRISTADUR® Green Line. Für diese Spülen, die als Design-Highlight jede Küche aufwerten, wurde das Material in seiner Zusammensetzung weiterentwickelt. Eines der Ziele dabei: bereits in der Entwicklung den Umwelteinfluss des Produkts über seine gesamte Lebensspanne

mitzudenken – ein Gedanke, der SCHOCK in eine Zukunft mit Zukunft trägt.

Was bedeutet Nachhaltigkeit und Design bei CRISTADUR® Green Line?

Wie alle Quarzkomposit-Spülen von SCHOCK bestehen auch die Green Line Modelle aus bis zu 75 Prozent natürlichem Quarzsand, der über kurze Transportwege geliefert wird. Ergänzt wird die Rezeptur mit natürlichen Farbadditiven sowie einem weiterentwickelten Bindemittel auf Basis von nachwachsenden oder recycelten Rohstoffen. Mit der neuen Rezeptur der CRISTADUR® Green Line geht auch ein Recyclingkonzept einher: Durch eine innovative Recycling-Technologie können die langlebigen Produkte am Ende des Spülenlebens wieder in den geschlossenen Material-Kreislauf zurückgeführt werden – schon heute werden auf diese Weise Materialreste aus der Produktion wiederverwertet. Die Mission SINK GREEN endet aber

nicht beim Produkt – beispielsweise auch bei der Verpackung wird auf recyclingfähige Materialien geachtet. Und durch Maßnahmen wie die Steigerungen der Energieeffizienz durch Reduktion des Stromverbrauchs, die hausinterne Wasserwiederaufbereitung, den Einsatz von Ökostrom aus Wasserkraft sowie den CO₂-Ausgleich über Klimaschutzprojekte von ClimatePartner (climatepartner.com/14214-2103-1001), erreichte SCHOCK 2021 die Klimaneutralität für Unternehmen und Spülen.

Farbig in grün

Nachhaltiges Design bedeutet nicht, dass auf Farbe verzichtet werden muss. Vielmehr zeigen die Spülen der CRISTADUR® Green Line in Punkto Farbigekeit einen intensiven Charakter. Der Kern der SCHOCK Spülen, die langlebige Materialqualität, bleibt bestehen und wird mit Premium-Farben in Reinweiß, Tiefschwarz oder erdigem Taupe in Szene gesetzt. Auch weitere Designs sind bereits in Planung und ermöglichen zukünftig noch mehr Möglichkeiten für die individuelle Küchengestaltung. Das alles zeigt: Grün kann bunt sein und Nachhaltigkeit und Design gehen bei SCHOCK Hand in Hand.

www.schock.de



Wembley D-100L in Night.

Fotos: SCHOCK



Mit OptiBake wird jeder zum Pizzabäcker

Das Jahr 2022 startete voller Inspiration, Innovation und maximaler Leistungsstärke – und es geht weiter. Gorenjes neue OptiBake Einbaubacköfen sind immer die optimale Wahl, egal ob für erfahrene Köche oder leidenschaftliche Hobby-(Pizza)Bäcker.



Dank der innovativen Funktionen der neuen Einbaubacköfen wird das Koch-, Brat- und Backerlebnis noch einfacher und möglichst energie- und zeiteffizient: Es erwarten vollautomatische Kochprogramme, ein Dampf-Assistent, eine AirFry-Funktion und die Selbstreinigung darf auch nicht fehlen. Das Ganze wird mit der Pizzafunktion abgerundet, die bei 300°C für die optimale Heißluftzirkulation sorgt. Für das volle Pizza-Erlebnis gibt es einen kostenlosen Backstein dazu.

Dieser Backstein ist so individuell einsetzbar wie die Programme der neuen OptiBake

Backöfen – da ist für alle etwas dabei. Egal, ob Pizza wie beim Italiener oder doch lieber frische Semmeln wie vom Bäcker.

So schnell & einfach erhalten alle Endkunden den kostenlosen Backstein:

- Gorenje OptiBake Backofen beim Händler des Vertrauens in Österreich kaufen.
- Den QR-Code scannen oder die Website www.gorenje.at besuchen, das Registrierungsformular auf der Website ausfüllen und Kaufbeleg hochladen.
- Nach erfolgreicher Registrierung den Backstein kostenlos erhalten.

Die Aktion läuft noch bis 16. August 2022.

www.gorenje.at



Den Stein im Garraum auf den Rost der unteren Führung stellen. Eine falsche Anwendung könnte aufgrund des Gewichts eine Beschädigung der Teleskopausführungen verursachen.



Vom Gegensatzdenken zum nachhaltigen Management

von Mag.a Rebecca Kandut

Seit 24. Februar 2022 ist in Europa nichts mehr wie vorher. Es herrschen Krieg und unfassbares menschliches Leid in unserer unmittelbaren Nähe. Zeitgleich schreitet auch der menschengemachte Klimawandel voran. Deckungsgleiche Reaktionen auf beide Krisen sind der Ausstieg aus fossiler Energie und eine rasche Energiewende. Unternehmen müssen zukünftig mit vielen unerwarteten Herausforderungen und vielfältigen Krisen rechnen. Wie also aus unternehmerischer Perspektive nachhaltig mit den menschengemachten Veränderungen dieser Zeit umgehen?

Aktuelle Herausforderungen wie beispielsweise die Covid-19 Pandemie beschleunigen eine ohnehin notwendige Transformation, meint Dr. René Schmidpeter, Professor und

Experte für nachhaltiges Management an der Internationalen Hochschule (IU) München. Krisen setzen unsere Wirtschafts- und Businessmodelle unter verstärkten Stress und Druck. Sie bieten andererseits auch einen Anreiz, die immer noch vorherrschende Gegensatzdenkweise zwischen Profit und Nachhaltigkeit („Trade off“) nun endgültig zu überwinden. Aus einer konstruktiven und positiven Kraft heraus können neue Geschäftsmodelle entwickelt werden, die Antworten auf kritische Situationen bieten, so Prof. Schmidpeter.

Materielles Wachstum in derzeitiger Form ist aufgrund der planetaren Grenzen nicht wie lange angenommen unbegrenzt zielführend. René Schmidpeter weist darauf hin, dass es allerdings auch immaterielle Güter gibt, welche unseren planetaren Grenzen nicht unterliegen. Das zeigt, dass es daher

nicht nur um Verzicht oder Begrenzung von Wachstum als Ganzes geht, sondern darum unseren Wohlstand vom Wachstum des Ressourcenverbrauchs zu trennen, so Prof. Schmidpeter. Indem in neue Geschäftsmodelle investiert wird, die beispielsweise auf Lern- und Wissensräume setzen. Es gibt keine Grenzen des Lernens und der menschlichen Kreativität. Prof. Schmidpeter sieht die Chance, ein neues qualitatives Wachstum für uns zu bestimmen, welches eher an ökologischen und sozialen Notwendigkeiten ausgerichtet ist, als an rein materiellem und finanziellem Wachstum.

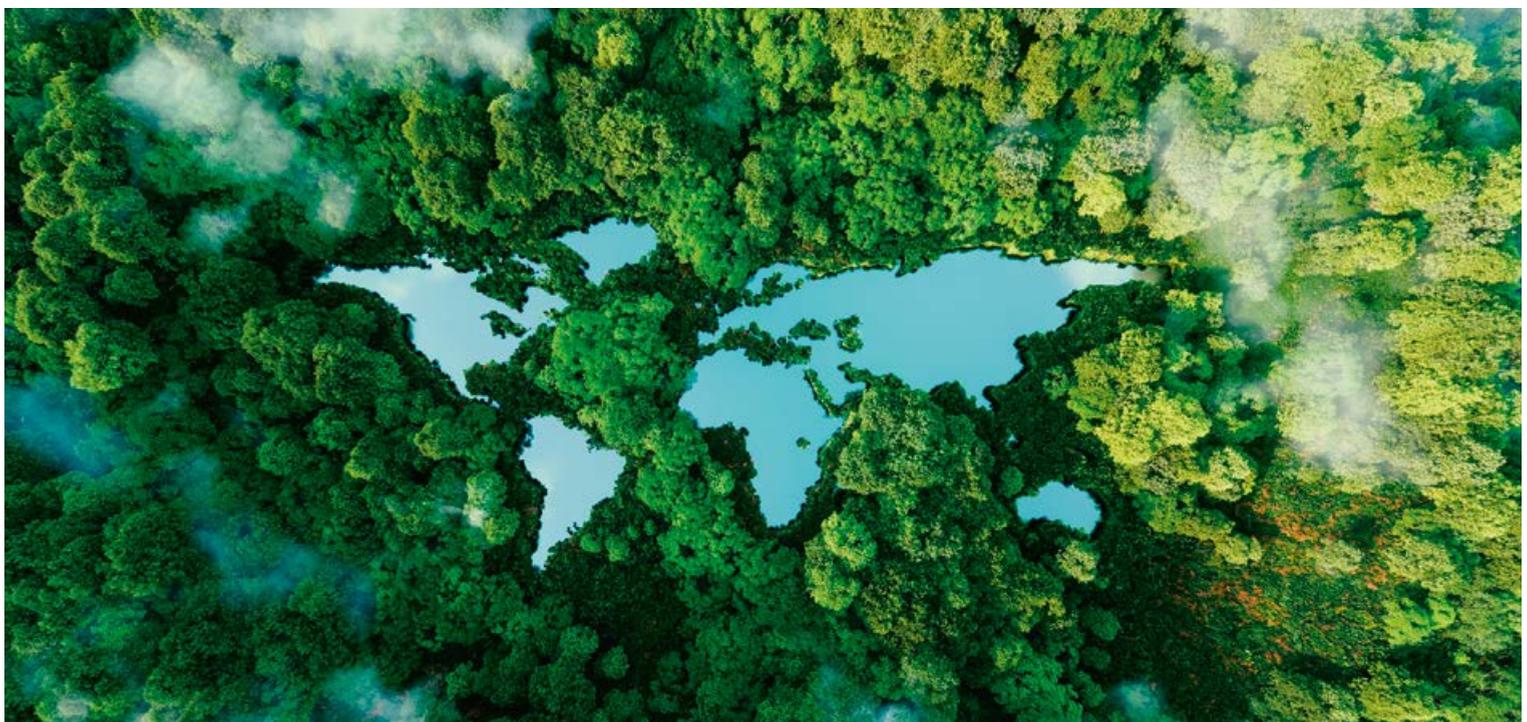
Warum braucht unser Wirtschaftssystem einen Wandel?

Die Natur kann als Stakeholder von Unternehmen wahrgenommen werden. Denn Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft sind systemisch miteinander verbunden. Unternehmerische Handlungen und Nicht-Handlungen haben beabsichtigte und unbeabsichtigte globale Auswirkungen.

Die Eindämmung des Klimawandels erhält Stabilität und würde weniger reaktives

„Das Gegensatzdenken zwischen Profit und Nachhaltigkeit gilt es nun endgültig zu überwinden.“

Prof. René Schmidpeter, IU München





Krisenmanagement erfordern. Die Kosten des Nicht-Handelns, unsere Erdsysteme also nicht aktiv zu stabilisieren, übersteigen die Kosten von Klimaschutzmaßnahmen bei weitem. Eine starke unternehmerische Resilienz gewinnt zunehmend an Bedeutung, reicht aber als Antwort auf die uns bevorstehenden Herausforderungen nicht aus. Wirtschaftliche Weiterentwicklung ist gefragt und kann durch ein bewusstes Überdenken bestehender Unternehmensziele, Werte und Geschäftsmodelle erreicht werden.

„Ziel ist es, unseren Wohlstand vom Wachstum des Ressourcenverbrauchs zu trennen.“

Prof. René Schmidpeter, IU München

Nachhaltiges Wirtschaften als Antwort auf zukünftige Herausforderungen

Nachhaltiges Wirtschaften integriert soziale, ökologische und ökonomische Aspekte. Dieses entspricht den gesellschaftlichen Ansprüchen von heute und morgen und erhöht gleichzeitig auch die unternehmerische Wertschöpfung. Es ist zielführend, den Fokus nicht nur auf die defensive Minimierung von negativen Umweltschäden zu legen, sondern als Unternehmen einen positiven Mehrwert für die Gesellschaft zu schaffen, postuliert Prof. Schmidpeter im Buch *Emerging Economic Models for Sustainable Businesses*. Unternehmen, welche weder negative Auswirkungen vermeiden, noch einen positiven „Impact“ auf gesellschaftliche Herausforderungen leisten, werden nach und nach vom Markt verschwinden. Ihre Akzeptanz schwindet. Prof. Schmidpeter sieht jene Unternehmen als Gewinner wirtschaftlicher Relevanz, welche sowohl Negatives vermeiden als Positives bewirken und authentisch nachhaltige und innovative Geschäftsmodelle etablieren.



Hierbei ist eine Kombination der drei Grundstrategien der Nachhaltigkeit zielführend:

- **Effizienz:** Reduziert quantitativ die ökologische und soziale Belastung durch Verringerung von Material- und Energieeinsatz.
- **Suffizienz:** Verändert umweltschädliche Verhaltens- und Konsummuster, auf das richtige Maß. In Verbindung mit Effizienz können Ressourcen- und Energieströme reduziert werden.
- **Konsistenz:** Verhindert Umweltschäden durch Harmonisierung von Material- und Energieströmen in biologischen und technischen Kreisläufen.

Verantwortungsvolle Unternehmensführung – der Purpose zählt

Ein Purpose, ein tiefer und nachhaltiger Sinn und Zweck, hat für den Erfolg von Unternehmen eine große Bedeutung. Moderne Personalführung nach dem Cambridge Impact Leadership Model wird von einem starken Purpose geprägt, mit dem Ziel den Geschäftserfolg mit positiven sozialen und ökologischen Ergebnissen in Einklang zu bringen. Denkstrukturen, Werte und

Führungsmethoden sind so aufgebaut, dass dieser Purpose erreicht wird. Die Führungspersönlichkeiten leben eine kontinuierliche Reflexion und Anpassung vor. Sie sehen sich nach dem Cambridge Impact Leadership Model selbst verantwortlich für die Erzielung der gewünschten Ergebnisse. Eine wertvolle Führungskraft ist sich laut modernen Personalmanagement nach Dr. Rosenberger der eigenen Werte bewusst und handelt danach. Dies bietet Mitarbeitenden Orientierung und verhilft Unternehmen zu Attraktivität sowie guten Beziehungen zu Stakeholdern und der Gesellschaft.

Die zunehmende Überschreitung planetarer Grenzen sowie die gesellschaftlich geforderte Verbindung von Ökonomie, Ökologie und sozialen Aspekten bewirken eine hohe unternehmerische Veränderungsdynamik. Ein Fokus auf positive Wirkungen, ein relevanter Beitrag zur Lösung aktueller und zukünftiger gesellschaftlicher Herausforderungen, nachhaltiges Management, ein starker Purpose, moderne Personalführung und gute Partnerschaften rüsten für den Wandel der Zukunft. ■

Kontakt:

[linkedin.com/in/rebecca-kandut](https://www.linkedin.com/in/rebecca-kandut)

Weiterführende Tipps

Management-Buchreihe Corporate Social Responsibility von Prof. René Schmidpeter

www.springer.com/series/11764

Cambridge Institute for Sustainability Leadership – Impact Leadership Model

www.cisl.cam.ac.uk/resources/cisl-frameworks/leadership-hub/cambridge-impact-leadership-model

GESUND WOHNEN UND SCHLAFEN





Nachhaltigkeit hat auch viel mit Gesundheit zu tun. Oft haben Krankheiten ihren Ursprung in Umweltgiften, die in unserem unmittelbaren Lebensbereich vorhanden sind. In den Möbeln, in den Oberflächen, in den Bezügen, Textilien, Matratzen usw. Für den Fachverkäufer werden umfassende Kenntnisse darüber immer wichtiger. Er muss seine Kunden kompetent zu diesem wichtigen Thema informieren und beraten können.

Somit ist das Thema Nachhaltigkeit auch eine Chance für den guten Einrichtungsfachhandel. Genau hier kann er seine Beratungskompetenz ausspielen und genau hier versteht der Kunde was Qualität gegenüber Rabatt bedeutet.

Nachhaltigkeit ist kein Trend, der wieder verschwinden wird. Nachhaltigkeit ist da und wird in all unseren Überlegungen dominant werden und bleiben.



Mit gutem Gewissen

Gutes Material ist die beste Basis. FAIRTRADE boomt und ist mit zertifizierter Baumwolle in der Einrichtungswelt präsent. Fairer Handel von Rohstoffen ist mehr als ein wesentlicher Aspekt in der Nachhaltigkeitsthematik. „FAIRTRADE ist ein Differenzierungsmerkmal und Verkaufsargument“, so Hartwig Kirner, Geschäftsführer FAIRTRADE Austria. *Von Sylvia Pilar*

wohnsider: FAIRTRADE ist vor allem aus dem Lebensmittelbereich bekannt, steckt aber auch in Produkten des Einrichtungsbereichs.

HARTWIG KIRNER: Wir haben schon vor gut 15 Jahren FAIRTRADE-Baumwolle auf den Markt gebracht. Baumwolle ist einer der mengenmäßig größten Rohstoffe, auch hinsichtlich des Handels zwischen Süd- und Nordhalbkugel. Die Anbaubedingungen sind oft schwierig, Bauern verdienen wenig für den Anbau, außerdem herrschen in der gesamten Verarbeitungskette, sprich in Spinnerei und Weberei, oft schwierigste Arbeitsbedingungen. Daher haben wir uns dafür entschieden, neben Lebensmitteln auch Baumwolle zu zertifizieren. In Österreich haben wir aktuell zwei große Partnerfirmen im Bereich Textilien, einerseits die Firma Betten Reiter, die Bettwäsche und Heimtextilien wie Handtücher in FAIRTRADE-Qualität anbietet und bei allen selbst produzierten Produkten auf FAIRTRADE-Baumwolle setzt, andererseits die Firma Hefel, die Bettwaren mit FAIRTRADE-Baumwolle anbietet.



Was steckt hinter dem Siegel?

FAIRTRADE zertifiziert die gesamte Lieferkette. Bei Baumwolle liegt der Fokus vor allem auf dem Anbau der Baumwolle. Wir setzen uns zum Beispiel für einen Mindestpreis für Bauern ein und untersagen den Einsatz von Gentechnik-Saatgut, was vor allem bei Baumwolle ein wichtiges Thema ist. Für uns muss die Baumwolle physisch bis zur Genossenschaft, wo sie produziert wird, zurückverfolgbar sein, und natürlich gibt es regelmäßige Kontrollen, dass unsere Standards eingehalten werden.

Wie verläuft ein Zertifizierungsprozess?

Wenn ein Unternehmen eine FAIRTRADE-Zertifizierung anstrebt, werden sie von FLO-Cert auditiert. Generell zertifizieren wir aber keine Unternehmen, sondern ausschließlich Produkte, wobei nicht zwingend das ganze Sortiment umgestellt und zertifiziert werden



„Bei einem guten Produkt ist eine gelebte Nachhaltigkeitsphilosophie das i-Tüpfelchen, das für eine sehr breite Konsument:innen-Zielgruppe ausschlaggebend sein kann.“

Hartwig Kirner, Geschäftsführer FAIRTRADE Austria

muss, sondern es ist auch möglich, auch nur eine Produktlinie zertifizieren zu lassen.

Ein schwieriges Unterfangen?

Eine Zertifizierung bedeutet immer auch einen gewissen Aufwand. Wir sind aber sehr professionell aufgestellt und betreuen unsere Partnerfirmen mit viel Know-how. Mit unserem Büro in Österreich können wir vor Ort aktiv werden und beraten gerne sowohl den Handel hinsichtlich FAIRTRADE-zertifizierter Fertigwaren, als auch Unternehmen, beispielsweise bezüglich Bezugsquellen für FAIRTRADE-Rohstoffe oder Export in Länder, in denen FAIRTRADE einen hohen Stellenwert genießt. FAIRTRADE ist eine

Differenzierungsmöglichkeit und ein Verkaufsargument, auch im Export.

Worin liegt der Mehrwert einer FAIRTRADE-Zertifizierung?

Eine FAIRTRADE-Zertifizierung ist für viele Konsument:innen ein echtes Kaufargument. Vor allem die letzten Jahre haben noch einmal eine Steigerung bewirkt, weil Konsument:innen erkennen, dass es so nicht mehr weitergehen kann. Ausbeutung darf kein Geschäftsmodell in einer Lieferkette sein und diesen Anspruch merken wir zunehmend. Wer auf FAIRTRADE setzt, hat eine Lieferkette, die von einer externen Stelle kontrolliert worden ist. Darauf können Kon-



sument:innen vertrauen und tun dies auch. FAIRTRADE hat eine Markenbekanntheit von 93 Prozent mit Vertrauenswerten über 90 Prozent und es ist ein starkes, sogar das zweitstärkste Siegel in Österreich. Natürlich sind die Mehrkosten ein Thema, aber vor allem im mittelpreisigen und im Premium-Segment ist FAIRTRADE ein Kaufkriterium.

„Eine FAIRTRADE-Zertifizierung ist für viele Konsument:innen ein echtes Kaufargument.“

Welche Rolle spielt fairer Handel im komplexen Themenfeld Nachhaltigkeit?

Nachhaltigkeit war schon ein Trend, jetzt ist es ein Megatrend und gekommen, um zu bleiben. Zu den großen Nachhaltigkeitsthemen zählt Regionalität, aber auch Bio, das im Einrichtungsbereich nicht ganz so stark ist, und fairer Handel ist die dritte große Säule. Das Thema Energie, das in einem Produkt steckt, hat an Bedeutung gewonnen und gerade bei Baumwolle sind Wasser und der Wasserverbrauch große Themen, die FAIRTRADE auch im Blick hat. Wir zertifizieren zum Beispiel nur Regenbau.

Das Thema Nachhaltigkeit hat in den letzten Jahren nochmals einen richtigen Schub erlebt. Wir hatten 2021 erneut mit einem Plus von 24 Prozent ein hohes zweistelliges



„Ausbeutung darf kein Geschäftsmodell in einer Lieferkette sein und diesen Anspruch merken wir zunehmend“, so Hartwig Kirner, GF FAIRTRADE Austria.

Wachstum, ausgehend von einem sehr hohen Niveau. Die Umsätze der Partnerfirmen mit zertifizierten Produkten wachsen und liegen mittlerweile bei 450 Mio. Euro. FAIRTRADE bei Baumwolle funktioniert vor allem im Bereich Heimtextilien gut, weil die Lieferketten bei diesen Produkten im Gegensatz zur Modebranche relativ unkompliziert sind. Das Produkt muss natürlich die geforderte Qualität aufweisen, dann können FAIRTRADE und andere Zertifizierungen dieses zusätzlich aufwerten. Bei einem guten Produkt

ist eine gelebte Nachhaltigkeitsphilosophie das i-Tüpfelchen, das für eine sehr breite Konsument:innen-Zielgruppe ausschlaggebend sein kann. Studien belegen, dass rund 25 Prozent der Österreicher:innen sehr großen Wert auf Nachhaltigkeit legen, für 50 Prozent ist es ein wichtiges Thema, und das interessierte oberste Segment ist auch jene kaufkräftige Kund:innenschicht, die hochwertige Produkte will und kauft.

Wo sehen Sie Potenziale, speziell für den Handel?

Der Einrichtungshandel ist noch nicht die Speerspitze der Nachhaltigkeit. Es gibt Vorreiter in der Branche, von denen sich andere eine Scheibe abschneiden sollten, auch angesichts dessen, dass Nachhaltigkeit vor allem im Lebensmittelhandel an Bedeutung gewinnt. Der Lebensmittelhandel ist ein Stück weit die Avantgarde, weil Konsument:innen ihn oft besuchen, und zu schauen, was dort passiert, schadet sicher nicht.

Gibt es für den Handel Optionen, mit FAIRTRADE zusammenzuarbeiten?

Ja, zum Beispiel bei Eigenmarken oder wenn auf zertifizierte FAIRTRADE-Lieferanten gesetzt wird. Es muss ja nicht das ganze Sortiment FAIRTRADE-zertifiziert sein, als Händler:in kann zum Beispiel eine Produktlinie aufgegriffen werden, um Konsument:innen anzusprechen, für die das wichtig ist.



FAIRTRADE zertifiziert u.a. Baumwolle, auf die in Österreich auch Unternehmen bei Bettwaren und Heimtextilien setzen.



Showcase für nachhaltiges Bauen

Das Bauzentrum am Standort Blaue Lagune setzt ein wichtiges Zukunftssignal für eine nachhaltige Immobilienentwicklung und ist eines der ersten in der höchsten Stufe Platin vorzertifizierten Gebäude dieser Kategorie. Für interessierte Ausstellungspartner, vor allem auch aus der Möbelbranche, ist jetzt der richtige Zeitpunkt, noch einzusteigen.

Das kann sich sehen lassen: Mit der ÖGNI/DGNB-Zertifizierung in der höchsten Stufe Platin wird das Bauzentrum zum Vorreiter für nachhaltiges Bauen. Das international angewandte DGNB-Zertifizierungssystem zeichnet in seiner ganzheitlichen Betrachtung aller nachhaltigen Aspekte (wie Ökonomie, Ökologie, Nutzerkomfort oder technische Qualität) eine hohe Gebäudequalität aus, bestätigt durch einen unabhängigen Prüfprozess. Was vielen noch nicht so klar ist: Das Baugeschehen hat enormen Einfluss auf die Klimaerwärmung. So ist allein der Gebäudesektor für bis zu 50 % des Ressourcenverbrauchs, 40 % des Energieverbrauchs und 30 % der CO₂-Emissionen in Österreich verantwortlich. „Es ist also höchste Zeit für die Bau- und Immobilienwirtschaft, durch nachhaltige Konzepte neue Weichen für eine klimaschonende Zukunft zu stellen. Mit dem neuen Bauzentrum etabliert die Blaue Lagune genau dafür eine Plattform der Präsentation, der Information, der Bewusstseins- und Weiterbildung sowie des laufenden Austauschs aller relevanten Player“, so Erich Benischek, Eigentümer und Geschäftsführer der Blauen Lagune, über seine Beweggründe für dieses einzigartige Projekt.

Gelebte Kreislaufwirtschaft am Beispiel des Bauzentrums

Die Blaue Lagune wird mit ihrem neuen Bauzentrum selbst zum Showcase für das Bauen der Zukunft. Ein wesentliches Ziel dabei ist, die Kriterien für eine funktionierende Kreislaufwirtschaft in möglichst allen Bereichen des Projektes umzusetzen. Das reicht vom richtigen Umgang mit den Abbruchmaterialien des Altbestandes über die Wiederverwendung des Aushubmaterials bis hin zu den neuen Gebäuden selbst, deren Kreislauffähigkeit insbesondere auf einer nachhaltigen Planung und einer digitalen Baudokumentation beruhen.

- Bereits Monate vor dem Baubeginn des neuen Bauzentrums wurden einzelne Musterhäuser an private Bauherren verkauft, um für das neue Projekt genügend Platz zu schaffen. Die Häuser wurden fachgerecht abgebaut und an ihren neuen Bauplätzen wieder errichtet.
- Bei der Bodenabtragung für das neue Bauzentrum wurde besonders auf die Wiederverwendung des Aushub-Materials geachtet: Der Schotter konnte später auf der Baustelle wieder eingesetzt, Erde bzw. Humus ebenfalls vor Ort zur Flächenbegrünung verwendet werden. Lehm wurde zur Deponie gebracht und dient dort wiederum als Untergrund (*siehe Video*).
- Eines der Musterhäuser konnte aus bautechnischen Gründen nicht ab- und wieder aufgebaut werden, was einen Abbruch des Gebäudes notwendig machte. Dabei wurde besonderes Augenmerk auf noch verwend-

Das neue Bauzentrum:
1. Bodenabtragung –
Kurzlink zum Video:
bit.ly/3NvH9Jk



bare Bauteile wie Eingangstüre oder Fenster gelegt, um sie einer möglichen weiteren Nutzung zuzuführen.

Ein Plan für viele

Um eine möglichst lange Nutzungsdauer zu gewährleisten bzw. ein vorausgedachte alternative Nutzung ohne viel Aufwand zu ermöglichen, wurden etwa die fünf Gebäude des Bauzentrums im Sinne der Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft nahezu ident mit dem selben Raster- und Höhenmaß sowie der selben Konstruktionsart hinsichtlich der Statik sowie Materialart konzipiert. Die Keller- und Geschoßwände wurden mittels Fertigteile-Hohlwänden hergestellt, die aufgrund der immer gleichen Maße sehr einfach demontier- und wiederverwendbar sind. Der Bodenaufbau besteht vorwiegend aus einem Doppelbodensystem, wodurch auf die üblich verwendete Schüttung, Estrich und



Alle Lebenssituationen werden im Bauzentrum in Showcases dargestellt. Für interessierte Ausstellungspartner ist jetzt der richtige Zeitpunkt, noch am einzigartigen Projekt Bauzentrum zu partizipieren.



Ein bis ins Detail geplantes Kreislaufkonzept macht das Bauzentrum zum einzigartigen Musterbeispiel in Sachen Nachhaltigkeit – auf mehreren Ebenen.

Aufbauten verzichtet werden konnte. Dies ermöglicht einerseits eine sehr flexible Reaktion auf Nutzeränderungen, andererseits, bei einer Rückführung im Sinne der Kreislaufwirtschaft, eine einfache Wiederverwendung.

Langfristige Planung

Zur Gewährleistung einer größtmöglichen Flexibilität wurden für die zehn Themenzentren im Vorfeld alternative Nutzungen durchgeplant. So sind diese mit und ohne Geschosdecke nutzbar. Erreicht wird dies mittels Trägersystemen und zusätzlich durch ein innovatives umlaufendes Stegsystem: Der 60 cm breite Steg dient einerseits als Befestigungsmöglichkeit für alle Arten von Deckenkonfigurationen (wie beispielsweise der Einbau einer Galerie mit Atrium), und andererseits als Versorgungsquelle für Wärme und Kühlung durch den Einbau von Unterflurkonvektoren. Zusammenfassend ist festzustellen, dass bei allen Gewerken auf eine einfache Konstruktion im Sinne der Montage und einer möglichen Demontage Bedacht genommen wurde. Im Rahmen der Baudokumentation werden laufend die eingesetzten Materialien erfasst und dokumentiert.

Energiekonzept

Auch in Sachen Kühlung von Gebäuden – Stichwort Klimawandel – setzt das Bauzentrum auf innovative und klimaschonende Möglichkeiten. So wurden etwa die Fundamentplatten der Kellergeschoße der Gebäude B und C mit insgesamt 2.500 m² für die Nutzung von Erdwärme aktiviert. Das bedeutet, dass unterhalb der Bodenplatte Wärmetauscherleitungen verlegt und in die

Sauberkeitsschicht mit einbetoniert wurden. Zusätzlich gibt es zwei weitere Quellen zur Nutzung von Geothermie: Die Tiefenbohrung und der oberflächennahe Ringgrabenkollektor, um gleich mehrere Möglichkeiten der Erdwärmenutzung als Showcase zu zeigen. Die Leitungen der drei Erdwärmequellen führen in das Themenzentrum Energietechnik, wo Besucher*innen die jeweiligen Beiträge der drei Quellen zur Wärme- und Kälteversorgung über ein Monitoring live beobachten können. Partnerin für die Geothermie ist die TERRA Umwelttechnik. Mit Geothermie wird das Ausstellungsgebäude A versorgt.

Die Gebäude B und C werden mit dem innovativen HVM (HydroVariableMulti) System versorgt (Hersteller: Samsung), einer wasserbasierten hybriden VRF-Lösung (Variable Refrigerant Flow): Bei diesem System werden die Kältemittelfüllmengen um bis zu 65 % reduziert und durch Wasser ersetzt. Durch das wasserbasierte Konzept des HVM-Systems gibt es vor allem keinerlei Kältemittel im Inneren des Gebäudes, wodurch eine sichere Anwendung garantiert wird. Eine integrierte Luft-Wasser-Wärmepumpe entzieht der Luft Energie, die für das Heizen und Kühlen verwendet wird. Im Sinne einer umfassenden Darstellung des Themas Energieversorgung wird auch die Möglichkeit der Fernwärme aufgegriffen, die gerade im städtischen Bereich vielfach genutzt wird. Im Bauzentrum werden die Gebäude D und E mit Fernwärme versorgt.

Stromversorgung

Beim Thema Stromgewinnung- und Speicherung setzt das Bauzentrum auf Photovoltaik

Die Blaue Lagune goes
Smart City – Kurzlink
zum Video: bit.ly/39Tf4NH



sowie unterschiedliche Speicher- und Ladesysteme bis hin zum spannenden Thema des bidirektionalen Ladens, bei dem Energie in beide Richtungen ausgetauscht wird – so wird das stehende E-Fahrzeug zum Energiespeicher zur Versorgung des eigenen Haushalts (Vehicle-to-Home) oder die überschüssige Energie des Auto-Akkus wird ins Netz eingespeist (Vehicle-to-Grid). Neben den PV-Anlagen werden Teile der Gebäude mit einem Gründach hergestellt, wobei hier das Augenmerk auf „Urban Farming“ gelegt wird. Das gesamte Konzept wird mit einer Regenwassernutzanlage ergänzt, um eine optimale Wassernutzung für die Sanitäreinrichtungen und Gartenbewässerung zu ermöglichen. Zur Veranschaulichung des Energiehaushalts wird ein Monitoringsystem installiert, das dem Facility Management eine optimale Steuerung ermöglicht.

Bewusstseinsbildung im Bereich Einfamilienhausbau bzw. Wohnungsbau

Das Themenzentrum Lebenszyklusorientiertes Bauen im neuen Bauzentrum ist ein Beispiel dafür, wie das Thema Kreislaufwirtschaft im privaten Hausbau mitgedacht wird. Es zeigt anhand eines voll ausgestatteten Hausmodells im Maßstab 1:1, wie eine vorausschauende Planung helfen kann, möglichst lange im eigenen Zuhause zu leben. Spätere Nachrüstungen oder die möglichst einfache Umnutzung von Räumen für geänderte Anforderungen (z.B. das Arbeitszimmer wird zum Pflegezimmer) sind Teil des Konzeptes. Hier erfahren Sie mehr: bit.ly/3PWbwl5

Nachhaltiges Abfallmanagement

Gemeinsam mit Brantner werden im Rahmen eines eigenen Konzeptes die Abläufe am gesamten Areal wie Sammlung, Trennung und Abholung optimiert, um den Ressourcenverbrauch im laufenden Betrieb möglichst gering zu halten. Ein Pilotprojekt mit einem selbstfahrenden Roboter ist bereits im Lauf. Letztendlich geht's um die Digitalisierung des Abfallmanagements für Kommunen, Stichwort Smart City, und die Blaue Lagune ist sozusagen das Pilotprojekt dafür (siehe Video).

www.blauelagune.at/r/bauzentrum



So nachhaltig wird Österreichs größte Wohnmesse

Unter dem Motto "5 Tage Wohnsinn" treffen im März 2023 Wohntrends und Produktneuheiten in der Messe Wien aufeinander. Gabriele Riegler, Messeleiterin der "Wohnen & Interieur" im Interview zum Thema Nachhaltigkeit.



wohninsider: Welchen Stellenwert hat Nachhaltigkeit bei der Messe "Wohnen & Interieur"?

GABRIELE RIEGLER: Das Thema Nachhaltigkeit ist in aller Munde und wird aufgrund der jetzigen Situation einen noch höheren Stellenwert einnehmen. Die Wertschöpfung in Österreich, die regionale Herstellung, die Kreislauffähigkeit der Produkte und die Materialien sind wichtige Bestandteile. Aus diesem Grund wollen wir auf Österreichs größter Wohnmesse einen Beitrag leisten und das Thema in das Blickfeld der Besucher rücken. Das spiegelt sich auch im neuen Werbesujet der Messe wider.

Inwiefern wird das Thema Nachhaltigkeit im Sujet mittransportiert?

Wir haben uns bewusst für eine progressivere Werbeausrichtung entschieden, die das Thema Wohnen und Nachhaltigkeit in den Vordergrund stellt. Unser neues Sujet besteht aus einer Pflanze, die sich durch einzelne Möbelstücke hindurchschlingt. Dies soll



„Ich bin davon überzeugt, dass gesunde Materialien bzw. gesunde Möbel zukünftig ein großes Thema sein werden.“

Gabriele Riegler, Messeleiterin der "Wohnen & Interieur"

die nachhaltige Ausrichtung der Messe repräsentieren. Auch das Logo erhielt einen neuen Anstrich und betont die Natur in grüner Farbe. Darüber hinaus haben wir auch einen neuen Slogan entwickelt.

Wie lautet dieser?

Es wird emotional und sinnlich, denn wir feiern "5 Tage Wohnsinn". Das Wortspiel aus Wohnen und Sinnlichkeit ist unser Slogan. Ich denke wir haben hier einen tollen neuen Werbeauftritt entwickelt, der bis dato in der Ausstellerbewerbung sehr gut angekommen ist.

Warum ist es so wichtig, dass das Thema Nachhaltigkeit auf der Messe transportiert wird?

Die "Wohnen & Interieur" ist das Kick-off Event für die Wohn- und Einrichtungsbranche in Österreich. Als Informationsplattform und Trendbarometer ist Österreichs größte Wohnmesse Vorreiter, auch in Sachen Nachhaltigkeit. Themen wie Regionalität und Kreislauffähigkeit sind in der heutigen Zeit nicht mehr wegzudenken. Die Konsumenten werden zunehmend kritisch. Sie überlegen sich genau, wie sie sich einrichten, und welchen Beitrag sie leisten können.

Und welches Möbelstück sie wählen...

Richtig. Dabei spielt das Material eine wesentliche Rolle. Viele Konsumenten stellen sich die Frage: Mit welchen Materialien möchte ich mich umgeben? Was soll zu



meinem persönlichen Wohlbefinden beitragen? Ich bin davon überzeugt, dass gesunde Materialien bzw. gesunde Möbel zukünftig ein großes Thema sein werden.

Also am besten aus Holz gefertigt?

Genau – aus dem Wald ums Eck'. Regionalität wird immer stärker nachgefragt, genauso wie die Kreislauffähigkeit der Produkte. Wir beobachten ein zunehmendes Interesse nach Alternativen zur Fast-Furniture Bewegung. Konsumenten beschäftigen sich mit den Folgen der Wegwerfgesellschaft: Was passiert mit dem Produkt, wenn ich es nicht mehr verwenden kann? Kann es einem anderen Kreislauf zugeführt werden? Kann etwas Neues daraus gemacht werden oder kann es wiederverwertet werden? Stichwort Upcycling. Fragen über Fragen. Wir versuchen auf der Messe Antworten zu geben.

Die sogenannte Upcycling Community wächst. Wird Upcycling auch auf der Messe aufgegriffen?

Zum Thema Upcycling haben wir eine eigene Sonderschau geplant.

Was erwartet die Besucher bei der Upcycling Sonderschau?

Der Begriff Upcycling bedeutet aus einem Abfallprodukt etwas Neues, qualitativ Höherwertigeres zu schaffen. So wird beispielweise aus einem Produkt ein neues Möbel- oder Einrichtungsstück geschaffen – und das in einem ansprechenden Design. Wir möchten auf der Messe zeigen, dass man aus vermeintlich Unbrauchbarem etwas Nützliches schaffen kann. Da gibt es bereits sehr interessante Produkte auf dem Markt.

Haben interessierte Aussteller, die Upcycling Produkte anbieten, noch eine Möglichkeit an der Sonderschau teilzunehmen?

Die beiden Sonderschauflächen sind bereits sehr gut gebucht, ein paar freie Plätze haben wir noch. Gerne nehmen wir auch Aussteller für unsere zweite Sonderschau, die das Thema nachhaltiges Design in den Mittelpunkt stellt. Besonders Start-ups werden vor den Vorhang geholt.

Worauf dürfen sich Besucher auf der zweiten Sonderschaufläche freuen?

Die Sonderschau "Nachhaltiges Design aus Österreich" zeigt Start-ups, die sich mit der optimalen Ressourcennutzung beschäftigen.



Im Mittelpunkt stehen neue Lösungen, neue Materialien, kreative Ideen, neue Produkte, die sehr ressourcenschonend hergestellt wurden. Es gibt sogar Produkte, die einen negativen CO₂-Wert haben.

Wie entstehen Produkte mit negativem CO₂-Wert?

Diese Produkte leisten einen wertvollen Beitrag. Aufgrund der CO₂-neutralen Produktion werden keine Energieressourcen verschwendet während des Herstellungsprozesses. Das Produkt selbst ist aus einem Material, das mehr CO₂ speichert, als während der Produktion verbraucht wird. Damit das Produkt über den gesamten Lebenszyklus neutral ist, müssen alle CO₂-Emissionen, die durch Verkauf, Distribution und Verpackung verursacht werden, kompensiert werden. Auf der Messe gibt es auch die Möglichkeit, den eigenen CO₂-Fußabdruck messen zu lassen. Wir sind immer auf der Suche nach neuen Ideen. Heuer werden wir erstmalig einen Ideenwettbewerb unter Schülern ausschreiben.

Was kann man sich unter diesem Ideenwettbewerb vorstellen?

Das Thema lautet "Kinder denken Nachhaltigkeit". Kinder haben einen sehr natürlichen und einfachen Zugang dazu, was Natur und Wohnen betrifft. Mit dieser Aktion sollen Kinder von der Volksschule bis zu Oberstufe dazu angeregt werden, darüber nachzudenken, wie Nachhaltigkeit gelebt werden kann. Uns ist wichtig, dass es hierbei zu einer Bewusstseinsbildung kommt, denn diese beginnt bereits im

Kindesalter. Wir sind schon sehr gespannt auf die kreativen Ansätze der Kinder. Die besten Ideen werden anschließend als Posterschau auf der Messe präsentiert und können von den Besuchern bewertet werden.

Nun eine persönliche Frage: Wie leben Sie Nachhaltigkeit zuhause?

Ich habe sehr viele wohngesunde Möbel aus Holz, die ich lange nutzen kann. Ich wähle meine Einrichtungsgenstände mit Bedacht aus, und überlege mir im Vorhinein, wie lange ich sie nutzen kann. Außerdem versuche ich, so gut es geht Verpackungsmaterial zu vermeiden und Bio- und regionale Produkte direkt vom Markt zu kaufen. Als Hobbyköchin koche ich sehr gerne und sehr viel bei uns zu Hause. Da hole ich mir immer wieder Inspiration von Julian Kutos, der ja bei der "Wohnen & Interieur" auf der #cookingstation kocht und gute Tipps gibt.

Danke für das Gespräch Frau Riegler!

www.wohnen-interieur.at

WOHNEN & INTERIEUR
15. – 19. März 2023, Messe Wien

NEU: Messe-Triple bringt hohe Besucherfrequenz

- Wohnen & Interieur
- Ferien Messe Wien
- Wiener Immobilien Messe



Meilenstein für nachhaltige Badgestaltung

Kaldewei schlägt ein neues, nachhaltiges Kapitel im Badezimmer auf. Der Hersteller fertigt die weltweit ersten Stahl-Emaille-Produkte aus CO₂-reduziertem bluemint® Steel und bietet mit „nature protect“ klimafreundliche Badlösungen.

Als Trendsetter bekannt, wird Kaldewei diesem Ruf und seiner Verantwortung für Klimaschutz, Ressourcenschonung und Nachhaltigkeit voll und ganz gerecht. Der Hersteller von Badlösungen aus edler, nachhaltiger, hundertprozentig recycling- und kreislauffähiger Stahl-Emaille hat weitere Maßnahmen gesetzt, mit denen Architekt:innen, Badplaner:innen und Interior Designer:innen CO₂ Emissionen reduzieren und Ressourcen schonen können, und eine neue Ära in der sanitären Fertigung mit dem Einsatz von bluemint® Steel von thyssenkrupp Steel eingeleitet. Das Besondere: 100 Prozent CO₂ werden bei thyssenkrupp bei der Stahlproduktion eingespart und unter Berücksichtigung der Emissionen aus der Vorkette, wie Förderung und Transport der Rohstoffe, weist bluemint® Steel einen um 70 Prozent geringeren CO₂-Fußabdruck auf. Kaldewei wurde als erster Kunde mit diesem neuen Stahl beliefert und



die Möglichkeit, nachhaltig geplante Projekte mit klimafreundlichen Badlösungen aus edler Stahl-Emaille auszustatten, die sich durch ihre lange Produktlebensdauer sowie eine besonders gute CO₂-Bilanz auszeichnen. Darüber hinaus sind sie, wie alle Badlösungen aus Stahl-Emaille, zu 100 Prozent kreislauffähig. „Mit der Kaldewei Limited Edition nature protect dürfen wir unseren Kunden Badezimmerobjekte mit herausragend niedrigem CO₂-Fußabdruck anbieten“, erklärt CEO Franz Kaldewei.

fertigt in einer limitierten Auflage die Waschtischschale Miena, die Badewannen Puro und Puro Duo sowie die neue Duschfläche Superplan Zero, die unter der Submarke Kaldewei nature protect erhältlich sind.

Spezielle Edition für nachhaltige Projekte

Mit der Limited Edition nature protect aus CO₂-reduziertem Stahl eröffnet das in vierter Generation geführte Familienunternehmen

Eigenes Zertifikat

Alle Produkte der Kaldewei Limited Edition nature protect sind per Laser-Logo gekennzeichnet und tragen ein eigenes Zertifikat. Gemeinsam mit seinen Partnern wird Kaldewei das Thema Nachhaltigkeit auch in Zukunft weiter vorantreiben und bietet mit nature protect bereits heute eine klimafreundliche Lösung auf dem Weg zur Emissionsfreiheit.

www.kaldewei.com



Waschtischschale MIENA nature protect von Kaldewei, wie alle Produkte der Kaldewei Limited Edition nature protect gefertigt aus CO₂-reduziertem bluemint® Steel. Nachhaltig gut relaxen: Badewanne PURO nature protect.



ZUKUNFT AUS TRADITION

Erfahrung schafft Innovation

Nachhaltig & Regional

MZE
NETZWERK WOHNKULTUR

ERFOLGREICHE VERMARKTUNGSKONZEPTE FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT UND REGIONALITÄT IM EINRICHTUNGSFACHHANDEL.

Küche



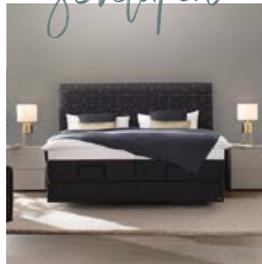
Moderne Küchen überzeugen mit außergewöhnlichem Design und komfortabler Nutzung. Darüber hinaus erwarten immer mehr Endverbraucher den Einsatz natürlicher, nachhaltiger Materialien sowie exzellente Verarbeitungsqualität für langlebige Lösungen in zeitloser Eleganz.

Wohnen



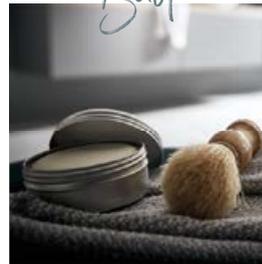
Neben langlebigen TV-Möbeln und Stauraum-Lösungen aus heimischen Massivhölzern, rücken Qualität und Nachhaltigkeit bei Polstermöbeln vermehrt in den Fokus. Heimische Hersteller setzen auf Naturmaterialien und belastbare Werkstoffe, um möglichst langlebige, ästhetische Sitzmöbel zu schaffen.

Schlafen



Bei der Einrichtung von Schlafzimmern spielt Wohngesundheit eine besonders große Rolle. Heimische Produzenten nutzen Massivhölzer und Zirbe, unbehandelte Oberflächen sowie Bezugsstoffe aus Naturfasern, um gesunde, nachhaltige Einrichtungslösungen für das Schlafumfeld zu schaffen.

Bad



Wellness in den eigenen vier Wänden – nichts Geringeres wird vom modernen Badezimmer erwartet. Erstklassige Verarbeitung von heimischen Werkstoffen garantiert darüber hinaus Badezimmermöbel, die langlebig und einfach zu reinigen sind.

Raumdesign



Besonders im Raumdesign schaffen regionale Werkstoffe einzigartige Designs mit natürlicher Ästhetik. Ob Leinen, Almheu, heimischer Stein oder Echtholz-Dekore – heimische Designmarken bieten vielfältige Wohnaccessoires inklusive kurzer Lieferwege und exzellenter Qualität.



„Wir stellen den Status quo infrage“

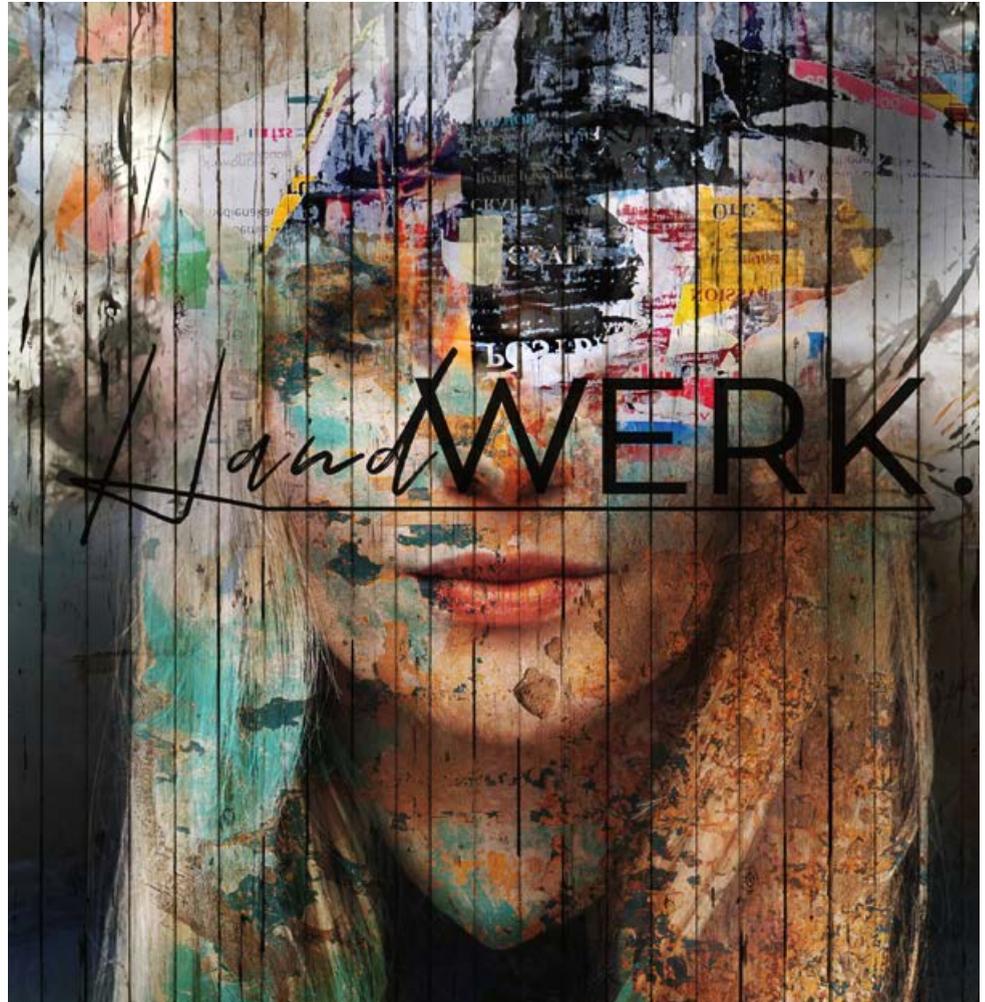
Mit „Handwerk.“ geht eine neue Marke in Österreich an den Start. Dipl.-BW. Nina Schulmeister, MBA MA will mit dem Label Möbel, Wohnen, Kochen und Schlafen hinterfragen und neu denken, setzt auf neue Materialien und Handwerk „made in Austria“. *Von Sylvia Pilar*

wohnsider: Was steckt hinter „Handwerk.“?

NINA SCHULMEISTER: „Handwerk.“ ist eine neue, eigene Marke, die international eingetragen ist und sich an Konsument:innen richtet, die jeden Tag das Besondere erleben wollen. Bei allem, was wir tun, stellen wir den Status quo infrage. Es ist viel mehr möglich als das aktuell Verfügbare und für uns Normale. Wir sprengen auch jegliche Grenzen, indem wir uns allen Wohn- und Möbelsegmenten widmen. Ich designe alle Produkte selbst, von Lampen über Küchen bis zu Wohnzimmer- und Sitzmöbel. Es wird auch eine eigene Teppichkollektion geben, sowie Porzellan und Dekorationselemente.

Wie lassen sich Wohnen und Kochen neu denken?

Wir sind zu verwöhnt von der Alltäglichkeit. Wir gehen davon aus, dass es so ist, immer so war und auch in Zukunft so sein muss. Die aktuellen Möbel passen sich bei veränderten Gegebenheiten und Bedürfnissen aber nicht an. Daher gestalte ich Produkte, die variabel sind und sich mit dem Leben und den Erfordernissen verändern können. Meine Küche ist ein wahres Wunderwerk an Möglichkeiten Kochen zu leben und zu erleben. Auch ein Sofa muss nicht immer nur so dastehen,



„Bei allem, was wir tun, stellen wir den Status quo infrage. Es ist viel mehr möglich als das aktuell Verfügbare und für uns Normale.“

Dipl.-BW. Nina Schulmeister, MBA MA startet die neue Marke „Handwerk.“

wie wir es kennen. Ebenfalls das Wohnzimmer von „Handwerk.“ wird nicht gleich als solches erkennbar sein, sondern wirken, als würden Kunstwerke an der Wand hängen; es öffnet sich erst, wenn es gewünscht ist. Ich mache keine Möbel, sondern Persönlichkeiten, die so besonders sind wie unsere Kund:innen. Mein Team und ich geben unseren Produkten Identität und Seele.

Ist jedes Stück ein Unikat?

Jeder Produktlinie liegt natürlich eine gewisse Standardisierung als Basis zugrunde, gleichzeitig wird jedes Produkt ein Unikat sein, sei es durch die Materialauswahl, Sitzhärten, Fräsungen oder andere individuelle Elemente. Wir sind flexibel, bis auf wenige Teile liegt nichts auf Lager, sondern wird für die Kund:innen gefertigt,

sodass sie ihr ganz persönliches Möbel erhalten.

Handwerk ist ein sehr bedeutungsgeladener Begriff. Warum gerade dieser Markenname?

Der Name ist „Handwerk.“, bewusst mit dem Punkt. Es ist das Handwerk. Punkt. Der Slogan „living beyond the usual“ ist unsere Philosophie und unser Ziel. Für mich ist die Marke mit viel Emotion verbunden. Schon meine Großeltern hatten eine Tischlerei, dort blühe ich auf und alleine der Geruch lässt mich an meine Kindheit und das geliebte Handwerk erinnern. Dies fließt in „Handwerk.“ ein; ich entwickle beispielsweise Materialien auch selbst bei mir zuhause. In der heutigen Design- und Interior Design-



Welt und der massenhaften maschinellen Produktion geht so viel verloren, der Mensch rückt immer weiter den Hintergrund und das will ich verhindern, sondern den Menschen wieder in den Vordergrund rücken und die Handwerkskunst neu beleben. So wird es bei jedem einzelnen Möbel ein Zertifikat geben, welcher Handwerksprofi das Stück final zusammengebaut hat – denn jeder Handwerker gibt dem Produkt Herz und Seele mit und macht es dadurch zu einem einzigartigen Stück.

Sie haben neue Materialien angesprochen. Welche haben Sie im Sinn?

Einerseits werden wir neue Materialien nach Österreich holen. Andererseits tüfteln wir daran, wie sich bestimmte Textilien langlebiger machen lassen und sich somit auch für bestimmte Oberflächen eignen. Wie lässt sich ein Stoff verändern? Wie lässt sich Holz so gestalten, dass es aussieht, als würde es wie ein Tuch fallen? Wie können tolle Produkte nachhaltig und umweltschonend produziert werden, egal in welcher Dimension? Diese Fragen treiben uns an. Wir haben bereits neue, computergesteuerte Fräsarten entwickelt, um Holz auf spezielle Weise zu bearbeiten. Zudem werden wir unter anderem ganz neue Spachteltechniken zeigen, die wasserabweisend und hitzebeständig sind. Unser Ziel ist es, neue Produkte zu entwickeln und auf den Markt zu bringen.

Wie wird Nachhaltigkeit mit der Marke aktiv gelebt?

Ich gebe mein Bestes, um Nachhaltigkeit zu leben und Bestehendes so zu transferieren, dass es anders, neu und besonders genutzt werden kann. Wir produzieren fast alles regional, einzig bestimmte Materialien werden aus den Nachbarländern bezogen, weil sie dort patentiert sind. Auch im Sinne des ökologischen Fußabdrucks achten wir sehr auf die Herkunft und Art der Materialien, die genutzten Transportmittel und die generellen Produktionsbedingungen. Ich arbeite nur mit Fachleuten zusammen, allesamt Tüftler und kreative Personen, die sich selbst einbringen und Neues entwickeln wollen. Daraus erwächst ein Team kreativer Handwerker:innen, die sich auch gegenseitig inspirieren. Auch dieser Aspekt ist mir sehr wichtig.

Woher kommt die Inspiration für die Produkte?

All meine Ideen entstehen im Alltag. Beispielsweise ist die Inspiration für die Küche beim privaten Kochen entstanden, weil wir uns gegenseitig auf die Füße gestiegen sind. Auch die Matratzen- und Bettenkollektion, die ebenfalls noch dieses Jahr auf den Markt kommen wird, hat ihren Ursprung in meinen eigenen Bedürfnissen und Wünschen, weil ich kein Produkt gefunden habe, das meine Rückenschmerzen gemildert hätte, um gut zu schlafen. Das Thema hatte ich eigentlich noch nicht geplant, es ist jedoch alles so einfach gegangen. Ich habe mit „Handwerk.“ offene Türen eingerannt und viel Zuspruch erhalten, alle sind sofort auf meine Vision aufgesprungen. Ich bin auch oft durch Zufall auf tolle Hersteller gestoßen, die

noch nicht so bekannt sind und zukünftig meine Designs für mich exklusiv fertigen werden.

Wie positioniert sich die Marke?

„Handwerk.“ soll in den nächsten Jahren national und international positioniert werden. Wir sind im höherpreisigen Segment angesiedelt, nicht zuletzt weil alles in Österreich mit Fokus auf Qualität und Langlebigkeit produziert wird, der Wert wird auch durch unsere Individualität, Flexibilität und durch die besonderen Materialien bestimmt, die sonst niemand hat. Die Produkte strahlen in ihrer Außergewöhnlichkeit eine moderne Eleganz und Zeitlosigkeit aus, sodass wir auch Kund:innen jeglichen Alters ansprechen.

Und der Vertrieb?

Wir sind immer auf der Suche nach guten Mitarbeiter:innen und kreativen Köpfen, die sich einbringen wollen. Für „Handwerk.“ ist der Aufbau eines Händler:innen-Netzwerks geplant. Die Fachprofis werden natürlich Gebietsschutz genießen. Das Ziel ist es, Partner:innen zu finden, die genauso hinter der Marke stehen wie ich und mit ihnen auch im kreativen Austausch zu stehen.

Wann erfolgt der offizielle Startschuss?

Der Schauraum am Parkring 18 im ersten Bezirk in Wien wird noch in diesem Sommer eröffnet. Er ist mit 100 Quadratmetern klein, aber fein, und ich hoffe auf viele weitere „Handwerk.“-Präsentationen in Schauräumen und bei Partner:innen.

www.dashandwerk.com



Ein Highlight: Der wandelbare Hernando.



Nachhaltiges Wohnen made in Austria

Ob Sofa, Relaxer oder das Bett – wer sich etwas Gutes tun möchte, sollte auf Qualität und Inhaltsstoffe achten. Denn das zahlt sich spürbar aus. Zum einen ist auf perfekten Sitz- und Schlafkomfort Verlass. Zum anderen liefern Premiummöbel auch in puncto Funktionen einen deutlichen Mehrwert und sind nach vielen Jahren immer noch so formschön wie beim Kauf. Das liegt nicht zuletzt an den guten Elementen und dem hohen Anteil an Handarbeit.



Ohne Lösemittel sorgen sedda Polstermöbel für ein gesundes Raumklima. Modell ARTEMIS.

Ein Anspruch, der für sedda aus Österreich zur Unternehmensphilosophie gehört. „In unseren Polstern stecken zirka 85 Prozent Handarbeit. Zudem fertigen wir ausschließlich nach den strengen Anforderungen des österreichischen Qualitätsgütesiegels“, erklärt Geschäftsführer Roland Ragailler. „Diese Beständigkeit liefert auch einen positiven Beitrag zur Nachhaltigkeit. Wir schaffen bleibende Werte, schonen Ressourcen und es fällt deutlich weniger Müll an als bei kurzlebigen Billigprodukten.“

Bereits die starke Recycling-Quote von 93 Prozent belegt: Der Polster- und Bettenhersteller setzt auf eine nachhaltige Verwendung von Werkstoffen. Kombiniert mit einer

stark schadstoffreduzierten Verarbeitung und gesunden Materialien. Denn auch ein gesundes Wohnklima liegt sedda am Herzen. „Wir achten in jedem Bereich der Produktion darauf, Schadstoffe zu minimieren. So haben wir z.B. eine innovative Technik entwickelt, die eine lösemittelfreie Verklebung von Schaumstoffen auf Wasserbasis ermöglicht“, unterstreicht Roland Ragailler. Auch für die Fertigung der Gestelle verwendet sedda ausschließlich heimische Hölzer aus nachhaltiger Forstwirtschaft, die nach traditioneller Handwerkskunst verarbeitet werden. Außerdem kommen nur nach „Ökotex Standard 100“ geprüfte und allergieneutrale Stoffe, Leder und Polstermaterialien zum Einsatz. So entstehen hochwertige Einzelstücke „made in Austria“, die ein wohltuendes Wohnklima

schaffen, dabei aber auch in Form, Funktionalität und Design überzeugen.

DARIA

Zeitlose Eleganz vereint mit einzigartigem Komfort: Mit seinem lässigen, geradlinigen Design hat DARIA das Zeug zum Klassiker. Klar konturiert und in kubischer Anmutung verleiht das Sofa jedem Raum ein makellooses Ambiente. Ein Sofa zum Relaxen mit Funktion und besonderer Ästhetik: Der Kopfteil der Rückenlehne lässt sich hochklappen und verwandelt das Modell in einen gemütlichen Hochlehner. Die großzügigen Flächen harmonieren in ausgewogener Balance mit den filigranen, hohen Füßen. Bei spontanen Übernachtungen verwandelt sich die Couch dank der integrierten Schlafbank-Funktion



DARIA, das Sofa mit elektrosmogfreier Infrarot Tiefenwärme und puristischer Ästhetik.

mit einem Handgriff in einen bequemen Platz zum Schlafen. Alternativ gibt es diese Funktion auch elektrisch motorisiert. So kann die Sitzfläche auf Knopfdruck und stufenlos ein und ausgefahren werden.

Außerordentlich bequemes Entspannen ist mit dem patentierten Infrarot Tiefenwärme System möglich. Die eigens entwickelten Infrarot-Heizmatten erzeugen eine angenehme Tiefenwärme, ohne dabei Elektrosmog zu erzeugen. Die integrierte Wärmeeinheit wird jeden Sicherheits- und Effizienzanforderungen gerecht. Im Gegensatz zu herkömmlichen Heizmatten benötigt die Infraroteinheit von sedda deutlich geringere Temperaturen und folglich auch weniger Strom für die Wärmeübermittlung.

Mit der Powerstation von sedda können mobile Geräte nun immer griffbereit über das Armteil des Sofas geladen werden. Dies geschieht sowohl über USB, einer integrierten Steckdose oder der Qi-Ladestation, welche ein kabelloses Aufladen ermöglicht.

Traditionelles Handwerk, beste Materialien, präzise Ausführung und ideale Proportionen: auch im neuen Jahrzehnt verfolgt sedda seine Vision von unnachahmlichem Stil.

www.sedda.at



Wohnlandschaft REMUS mit smarterer Relaxfunktion.

Gesundes Schlafklima dank FCKW-freier Schaumstoffe, lösemittelfreier Verklebung und der natürlichen TENCEL Spezialfaser. Boxspringbett KING.





Erfolgreich mit konsequenter Öko-Politik, starker Kundenorientierung und aktivem Marketing



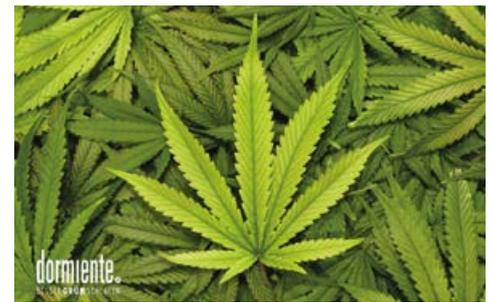
Der deutsche Naturbetten-spezialist dormiente bietet seit mehr als 30 Jahren ein sehr breites grünes Sortiment für den erholsamen Schlaf. Umweltbewusstsein, Gesundheitsverträglichkeit und Nachhaltigkeit sind die Leitlinien, die vom ersten Tag an gelten. Der Öko-Pionier ist damit zu Deutschlands größtem Naturmatratzenproduzenten gewachsen und hat schon vor einigen Jahren Fuß gefasst in Österreich.

Der Branchenführer mit Firmensitz in Hessen fertigt hochwertige Matratzen in orthopädischer Liegequalität aus 100%igem Naturlatex und eine breite Palette an Naturbettwaren, Latten- und Tellerroste, moderne Massivholzbetten, Polsterbetten, Polsterbetten in Boxspring-Optik und Schlafsofas.

Nachwachsende Rohstoffe, ökologisch gewonnen und schadstoffkontrolliert

Mit dem Motto „Besser grün schlafen“ positioniert sich dormiente offensiv im Markt: statt Synthetik nur nachwachsende Rohstoffe aus der Natur, und diese wo immer möglich in Bio-Qualität. Reiner Naturlatex hat unübertroffene Liegeeigenschaften und die deutlich bessere Öko-Bilanz als Kaltschaum. Um auch die Qualität, Umwelt- und Sozialverträglichkeit durch eigene Kontrollen überprüfen zu können, bezieht man den Latex direkt vom langjährigen Partner im Ursprungsland. dormiente ist Gründungsmitglied des QUL - Qualitätsverband umweltverträgliche Latexmatratzen e.V., da-

her sind regelmäßige Schadstoffkontrollen selbstverständlich. 2021 erhält dormiente als erster Hersteller den GREEN BRANDS Award für seine Matratzenkollektion. Das Holz für die Bettenkollektion stammt ausschließlich aus nachhaltiger Forstwirtschaft.



Umwelt und Klima schonen durch regionale Materialien

dormiente ist mittlerweile bekannt dafür, Traditionelles für den Schlafbereich neu zu denken: Betten aus historischem Alpenholz, Linoleum als Gestaltungselement oder Seegras im Matratzenkern sind nur einige der Produktneuheiten der letzten Zeit. Seit einigen Jahren ist dormiente auch Vorreiter in Sachen Hanf. Die im Anbau besonders genügsame Pflanze mit den hervorragenden klimatisierenden Eigenschaften wird zu Matratzenbezügen, Bettdecken und Bettwäsche verarbeitet und sorgt im Kern der NATUR PUR Matratze für optimalen Feuchtigkeitsausgleich. Mittlerweile ist es gelungen, einen großen Teil der Hanf-Kollektion aus deutschem Hanf zu fertigen und damit eine klimaschonende Alternative zur Biobaumwolle anzubieten.



Metallfreie Polsterung mit Latex, Kokos, Schafschurwolle kbT für Polsterbetten und Schlafsofas. Im Bild das Naturpolsterbett CLIA mit Massivholzrahmen.

Grüne Innovationen mit hohem Kundennutzen

Jede dormiente Produktinnovation geht präzise auf die Bedürfnisse von Handel und Konsumenten ein und setzt sie ausschließlich „in Natur“ um. So trägt z.B. das Prinzip



Oben: Zirbenbett PINAR mit Organoid-Einlegearbeit.
Rechts: Zirbentellerrost ERGO Z, Naturlatexmatratze NATURAL DELUXE, Bettdecke NATURAL HANF und Kissen ERGOPILLO.

des versteppten Innen- plus waschbaren Außenbezugs bei Matratzen dem gestiegenen Hygienebewusstsein Rechnung. Da nur reine Naturmaterialien verarbeitet werden, gelangt beim Waschen kein Mikroplastik ins Wasser. Konsumenten erkennen diesen Umweltschutz-Aspekt schon an dormientes Leitspruch „Kauf Natur, kein Plastik!“. Elektrobiologisch sensiblen Kunden bieten die dormiente Naturpolsterbetten Üppigkeit, Komforthöhe und Top-Liegekomfort ganz ohne die sonst üblichen Metallfedern. Weiterer Mehrwert: die Naturschlafsysteme im Innenleben sind auch nachträglich noch justierbar. Mit dem neuen PHYSIOFORM® PRO hat der Handel eine Unterfederung an die Hand bekommen, die durch vielfache Verstellmöglichkeiten auf jeden Kunden angepasst werden kann – eine neue Dimension in Komfort und Beratung.



Nachhaltiges Unternehmen dormiente

Seit 2018 legt dormiente jährlich seine Unternehmensprozesse im Zertifizierungsverfahren des Deutschen Instituts für Nachhaltigkeit & Ökonomie dar und hat jeweils das Prüfsiegel „gesicherte Nachhaltigkeit“ erhalten. Beim Neubau des Werkes 2017 wurden energiesparende Technologien wie eigenes Blockheiz-

kraftwerk und LED-Beleuchtung berücksichtigt, das Firmengelände insektenfreundlich begrünt, man nutzt 100 % Ökostrom. Die gleiche soziale Verantwortung, die man beim Einkauf von Rohstoffen pflegt, bestimmt auch die Arbeitsbedingungen vor Ort und sorgt für ein zuverlässiges Team langjähriger Mitarbeiter.

www.dormiente.com

„Besser grün schlafen“ bringt klare Wettbewerbsvorteile

„dormiente-Partner erhalten nicht nur ein konkurrenzlos breites, durchdachtes Sortiment, das rundum nachhaltig ist. dormiente bietet auch aktive Unterstützung im Marketing, damit Konsumenten und Handel zusammenfinden. Store-Gestaltung durch Architekten, überregionale Anzeigen- und PR-Kampagnen, Werbeaktionen

und Anzeigenvorlagen sind nur einige der zahlreichen Maßnahmen. Attraktiv ist das nicht nur für größere Häuser: Wie unsere Erfahrung in Österreich zeigt, ist schon ab 12 qm eine kleine, aber äußerst effektive Studioloösung möglich.“

**Erich Hölzl, dormiente-Vertriebsleiter
Österreich**



*Erich Hölzl, Agentur für
strategische Markt-
entwicklung*

A-4075 Breitenbach, Steinholz 2a

T: +43 7249 45381 | M: +43 664 4556013

info@agentur-hoelzl.at

www.agentur-hoelzl.at



Klimaneutral schlafen

Nachhaltigkeit wird bei Elastica seit 2016 mit dem redmoon Matratzensortiment groß geschrieben. Das neue redmoon genesis Matratzensortiment wird aus hochwertigen, regionalen und ressourcenschonenden Materialien gefertigt und ist zu 100 Prozent klimaneutral hergestellt.

Der familiengeführte Hersteller für Schlafsysteme produziert mit rund 80 Mitarbeiter:innen im salzburgerischen Kuchl. Die Kunden können auf das Unternehmen zählen, wenn sie professionelle Beratung und langlebige Produkte aus hochwertigen Materialien für gesunden Schlaf suchen. Elastica bezieht seine Rohstoffe aus der unmittelbaren Umgebung und das Thema Regionalität steht ganz oben in der Firmenphilosophie. Dabei vertritt man die Meinung, dass sich Technik und Natur nicht ausschließen, sondern lediglich zwei Seiten einer Idee sind. Die Umsetzung der Markenwerte orientiert sich konsequent entlang des Elastica Eco Circels: Entwicklung – Produkt – Logistik und Recycling.

Stefan Flemmich:

„Als modernes Unternehmen engagiert sich Elastica von Anfang an bewusst für einen verantwortungsvollen Umgang mit natürlichen Ressourcen und ökologischen Produktionsprozessen. Ein konsequenter Schritt war die Umstellung zum klimaneutralen Unternehmen. Getragen wird dieser Gedanke unter anderem aktuell durch die besonders nachhaltige Produktion des redmoon genesis Matratzensortiments. Diese Matratzenserie ist die erste klimaneutrale Matratze mit CO₂-Footprint aus Salzburg. Mit dieser Haltung für die Umwelt und nachfolgende Generationen und unserem Bekenntnis zu 100 Prozent „Made in Salzburg“ setzen wir neue Maßstäbe und darauf sind wir stolz.“



Elastica unterstützt Nachhaltigkeitsprojekte wie den Waldschutz in Brasilien, um die illegale Abholzung des Urwaldes zu vermeiden, ein Wasserkraftprojekt in Uganda sowie einen Windpark in Indien.

„Wir sehen unseren Auftrag in der DACH-Region und streben nach kontinuierlichem qualitativen Wachstum. Wir profilieren Elastica zu einer führenden Marke für gesunden Schlaf bei unseren gewerblichen und privaten Kunden“, sagt Stefan Flemmich, geschäftsführender Gesellschafter.

„Ökologische Werte schaffen eine neue globale Identität, daher versuchen wir Nachhaltigkeit immer im Ganzen zu betrachten und nicht nur einen Bestandteil zu extrahieren. Wir denken die ganze Wertschöpfungskette zu Ende und vermeiden so Greenwashing und Rebound-Effekte. Damit ist

Elastica eines der ersten klimaneutralen Unternehmen der Branche, das seine Emissionen nach dem Kyoto-Protokoll freiwillig kompensiert und klimaneutrale Matratzen anbietet. Mit #elastica_noplanetb setzen wir ein klares Statement“, ergänzt Philipp Kreutzer, ebenfalls geschäftsführender Gesellschafter.

Was bedeutet klimaneutral?

Der Weg eines Unternehmens in die Klimaneutralität besteht aus vielen Schritten. Einer davon ist die sorgfältige Auswahl der Rohstoffe. So setzt Elastica auf 20 Prozent Naturanteil im HRE-Matratzenkern auf Basis



Elastica kann auf eine Vielzahl von Auszeichnungen verweisen. Siehe: www.elastica.at/de/unternehmen/ausgezeichnete-qualitaet-von-elastica

nachwachsender, pflanzlicher Rohstoffe – zertifiziert und überwacht von unabhängigen Prüfinstituten. DIOLEN®ReCIRCLE Garne werden aus 100 % recycelten PET hergestellt. Für einen Matratzenbezug werden rund 41 PET Flaschen verarbeitet. Und die Wolle für die Bezüge stammt aus regional und fair gehandelter Schafwolle aus Nordtirol. Diese Faser besticht durch ihre einzigartige und hochwertige Qualität.

Ein weiterer Schritt besteht darin, Verpackungen aus umweltfreundlichen, regionalen Materialien zu verwenden. Durch eine dünnere, aber genauso widerstandsfähigere Folie kann ca. 30 % CO₂ eingespart werden, dies entspricht ca. 17.000 kg CO₂. Die Verpackungsfolie ist selbstverständlich zu 100 % recyclebar.

Im Sinne der Kreislaufwirtschaft werden alte Matratzen zurückgenommen und fachgerecht entsorgt. Und nicht zuletzt wird die Produktionsstätte laufend nach den neuesten Umweltkriterien optimiert und durch den Einsatz von alternativen Energien und ressourceneinsparenden Maßnahmen weiter verbessert. Gleiches geschieht auch in

Forschung und Weiterentwicklung der Produkte und Methoden.

Klimaschutzzertifikate

Nach der Festsetzung des CO₂-Footprints im Unternehmen durch die Fokus Zukunft GmbH & Co.KG wurden 850 Klimaschutzzertifikate erworben, um die unvermeidbaren Emissionen zu kompensieren. Mit diesen geprüften Zertifikaten werden drei ausgewählte Projekte unterstützt: ein Wasserschutzprojekt in Mali (UN CER-zertifiziert), ein Windkraftprojekt in Indien (UN CER-zertifiziert) und ein nachhaltiges Forstwirtschaftsprojekt in Uruguay (VCS-zertifiziert). Somit ist Elastica eines der ersten Unternehmen der Branche, welche unvermeidbare CO₂-Emissionen nach dem Kyoto-Protokoll freiwillig kompensiert. Das Unternehmen ist zu 100 % klimaneutral.

redmoon genesis® – Die Matratze der Zukunft

redmoon genesis® ist die erste klimaneutrale Matratze, hergestellt aus hochwertigen, regionalen und ressourcenschonenden Materialien sowie zu 100 % klimaneutral (*Quelle: Nachhaltigkeits-Bescheinigung Audit-Bescheinigung; OFI Prüfbericht Nr.: 411.376*). Dabei definiert die Naturmatratze diesen Begriff völlig neu, ohne Greenwashing-Versprechen oder einer vorgespielten „Öko-Romantik“. Sie steht für gesundes Schlafen und gleichzeitig für den Beitrag zu einer gesunden Umwelt.

Kern-Spezifikation:

- 7 Zonen-HRE-Systemkern für ideale Unterstützung des gesamten Bewegungsapparates und perfekte Lagerung – für Seiten-, Bauch- und Rückenschläfer
- Innovative Schnitttechnik an beiden Liegeseiten für beste Druckentlastung

Philipp Kreutzer:



„Gesunder Schlaf ist uns persönlich ein Anliegen. Er ist der Schlüssel zu Gesundheit und Wohlbefinden, ist Kraftquelle und die wichtigste Voraussetzung für unsere geistige und körperliche Leistungsqualität. Als Hersteller von qualitativ hochwertigen Schlafsystemen sind wir seit mehr als 45 Jahren bestrebt, unsere Produkte zu verbessern, weiterzuentwickeln und Innovationen voranzutreiben. Diese spielen für die individuellen Anforderungen, Wünsche und die Zufriedenheit unserer Kunden eine wichtige Rolle.“

- Trägerkern mit bewährter Ergonomie-Taillierung, die der menschlichen Wirbelsäule nachempfunden ist, für eine optimale Lagerung
- Integrierte Lordosenelemente ermöglichen auch in Rückenlage eine ergonomisch korrekte Körperunterstützung
- Air-Lift-Belüftungssystem garantiert beste Klimaeigenschaften und ein ausgewogenes Schlafklima
- Beidseitig, vollflächige Viscoschichten für maximale Entspannung und ein sensibles Liegegefühl

www.elastica.at



redmoon genesis®, die erste klimaneutrale Matratze.



30 Jahre gelebte Nachhaltigkeit

Was vor einigen Jahren noch als Wunschdenken verträumter Öko-Pioniere belächelt wurde, ist spätestens seit den immer stärker spürbaren Klimaveränderungen zur Chefsache aller Unternehmen geworden – die absolute Ausrichtung der Produkte und Produktionsabläufe im Sinne eines nachhaltigen Wirtschaftskreislaufes!

Und aus diesem Grund ist auch in der Einrichtungsbranche die stark steigende Trendkurve in Richtung Natürlichkeit und Wiederverwertbarkeit erkennbar. Für Menschen, die sich nach Geborgenheit sehnen, wirken Begriffe wie „cooles Design“ und „Glanzlacklackierung“ geradezu ernüchternd. Noch dazu, wenn es um die Einrichtung des intimsten Bereiches einer Wohnung – das Schlafzimmer – geht. Hier spielen neben einem ansprechenden Design ganz Besonders die verwendeten Materialien eine immer wichtigere Rolle. Das gilt ganz besonders für den Kauf eines Bettes, eines Schlafsystems und der Bettwaren, da uns das täglich im wahren Wortsinn „sehr nahe“ ist. Nicht nur in der Funktion zeigt sich der große Unterschied zu anderen Einrichtungsgegenständen.

ProNatura.
ergonomisch besser schlafen



Die sinnlichsten Eindrücke in unserem Leben sind natürlichen Ursprungs

In unserer technikverliebten Zeit bleibt wenig Raum für Sinnlichkeit, Geborgenheit und Wohlfühlen. Diese tief in unserer Kindheit verwurzelten Gefühle sind nichts anderes als wunderschöne Erinnerungen wie an den besonderen Geschmack von Großmutter's hausgemachter Marmelade, den unvergleichlichen Duft in der Bäckerei oder an unser erstes Spielzeug. Und wohin zog es uns da ganz besonders? Nicht glattes Plastik und auch nicht kaltes Blech sollte unsere Begeisterung wecken – nein, intuitiv haben wir uns als kleine Kinder dem wohl natürlichsten Material zugewandt – Spielsachen aus Holz. Alle unsere Sinne waren offen für Neues und wir spürten, was gut für uns war. Mit den unzähligen Eindrücken, die auf einen kleinen Menschen Tag für Tag hereinbrechen, wurde mehr und mehr dieser Sinnlichkeit in den



Hintergrund gedrängt. Das ist schade, denn genau diese Erinnerungen zaubern uns heute ein kleines Lächeln ins Gesicht und sie sind letztlich unser Lebenselixier. Mit den natürlichen Schlafsystemen von ProNatura holen wir uns dieses Gefühl von Sinnlichkeit, Geborgenheit und Wohlfühlen zurück. Nacht für Nacht.

Der gesunde Schlaf ist nicht alles – aber ohne gesunden Schlaf ist alles nichts!

Die ProNatura-Schlafsysteme entsprechen den höchsten Anforderungen an ökologische Kriterien. Der verwendete Latex besteht zu 100 % aus natürlicher Kautschukmilch, ist QUL-zertifiziert und demnach kann gänzlich auf SyntheselateX verzichtet werden. Die verwendeten Hölzer stammen bei ProNatura ebenfalls aus PEFC-zertifizierten Anbaugebieten. Neben der Ergonomie steht die CO₂-neutrale Produktgestaltung im Vordergrund. All dies sind Eigenschaften, die neben der nachträglichen Anpassungsmöglichkeit die Entscheidung für ein ProNatura-Schlafsystem sehr einfach machen sollte.

www.pronatura.at

Kontakt:

JOKA Kapsamer GmbH
Atzbacher Straße 17
A-4690 Schwanenstadt
T: +43 7673 7451-0
pronatura@joka.at



Designpreis denkt nachhaltig

Der Call für den German Design Award 2023 läuft. In allen Kategorien des internationalen Designpreises steht nachhaltiges Design im Mittelpunkt.

Der German Design Award 2023 ist gestartet. Internationale Unternehmen, Designer:innen, Architekt:innen und Agenturen können sich noch bis 16. September für den internationalen Award des Rat für Formgebung anmelden, der Preisträger:innen einen optimalen Kommunikationsanlass bietet. Sie beweisen Innovations- und Designkompetenz und zeigen, dass sie gut aufgestellt sind sowie sich auch durch nachhaltige Designlösungen zu differenzieren wissen.

Nachhaltige Lösungen im Spotlight

Prämiert mit dem German Design Award werden Bestleistungen in den Award-Diszi-

plinen „Excellent Product Design“, „Excellent Communications Design“ und „Excellent Architecture“, wobei in allen Kategorien der Fokus auf nachhaltigen Lösungen liegt.

Highlight

Adelt der German Design Award ausschließlich in der Designlandschaft wegweisende Projekte, sorgt dafür eine internationale Jury, die führende Köpfe aus allen Disziplinen des Designs versammelt. Wer hier gewinnt, macht seinen Erfolg sichtbar und eröffnet sich Netzwerk, Reichweite, Internationalität und noch bessere Marktchancen. Die Preisverleihung im Februar



GERMAN DESIGN AWARD 2023

2023 in Frankfurt am Main gehört zu den größten Design-Events des Jahres, bei dem sich internationale Gäste unterschiedlicher Branchen treffen und austauschen. Zudem werden die „Gold“-Preisträger:innen in einer Ausstellung präsentiert.

www.german-design-award.com

5

TAGE

15. – 19. März 2023
Messe Wien

[WOHNEN &
INTERIEUR][®]



WOHN S INN

wohnen-interieur.at



Guter Schlaf trifft Nachhaltigkeit

Betten Reiter ist seit mehr als 60 Jahren Pionier in Sachen Nachhaltigkeit und arbeitet unermüdlich an neuen Wegen, den Handel klimafreundlicher zu gestalten. Nun bringt der Heimtextil-Spezialist die erste klimaneutrale Matratze aus Österreich.

Bereits seit 2007 ist das Unternehmen Partner von FAIR-TRADE – und das als erster Heimtextil-Erzeuger in Österreich. Auch mit der haus-eigenen Manufaktur ist Betten Reiter Vorbild und Pionier, ist er doch der einzige Filialist in Europa, der Decken und Pölster aus 100 Prozent fair gehandelter Baumwolle exklusiv für die eigenen Geschäfte selbst produziert.

Neuestes Umweltprojekt von Betten Reiter ist die erste zertifizierte, 100 Prozent klimaneutrale Matratze Österreichs, die gemeinsam mit der Firma Elastica entwickelt wurde. „Die qualitativ hochwertige Matratze verbindet das Beste aus zwei Welten: gesunden, erholsamen Schlaf und eine ressourcensparende Herstellung. Die Produktentwicklung ist ein weiterer wichtiger Meilenstein zu einem noch nachhaltigeren Sortiment. Wir werden diesen Weg konsequent weitergehen!“, betont Peter Hildebrand, Geschäftsführer von Betten Reiter. Mit modernster Technik haben die Kooperationspartner den CO₂-Ausstoß der Matratze bei der Herstellung auf ein Minimum reduziert. Die übrigen CO₂-Emissionen werden mit Klimazertifikaten vollständig kompensiert und so ein Waldaufforstungsprojekt in Uganda und ein



Austria Green verbindet Liegekomfort mit Nachhaltigkeit.



„Die qualitativ hochwertige Matratze verbindet das Beste aus zwei Welten: gesunden, erholsamen Schlaf und eine ressourcensparende Herstellung.“

Peter Hildebrand

Windkraftprojekt in Namibia unterstützt. Für die hohe Qualität der Zertifikate garantiert der branchenunabhängige Nachhaltigkeitsberater „Fokus Zukunft“.

Abbaubare Kunststofffaser

Auch neu dieses Jahr ist die Einführung einer zur Gänze abbaubaren Kunststofffaser, auf die Betten Reiter bis Ende des Jahres bei sämtlichen seiner selbst produzierten, synthetischen Decken und Pölster umsteigen wird. „Herkömmliches Plastik lässt sich so gut wie gar nicht abbauen, denn mit der Zeit zerreibt es sich zu immer kleineren Teilchen und verteilt sich schließlich als Mikroplastik in der Umwelt. Dem arbeiten wir mit dem neuen Füllstoff LA FILL BIO entgegen“, so Hildebrand. Die weltweit erste synthetische Füllung aus vollständig biologisch abbaubaren Recyclingfasern ist innerhalb von zwei Jahren zu 100 Prozent kompostierbar und besteht komplett aus recycelten Rohstoffen. Sie ist somit doppelt nachhaltig. Funktionelle Eigenschaften wie Atmungsaktivität, Feuchtigkeitsregulierung und Wärmeisolation bleiben dabei wie bei herkömmlichen Funktionsfasern voll erhalten.

www.bettenreiter.at

V.l.: Gerhard Zirsch (Fokus Zukunft), Peter Hildebrand (GF Betten Reiter), Stefan Flemmich und Philipp Kreuzer (GF Elastica) präsentieren die erste klimaneutrale Matratze.





Hanfbettwaren– perfekte Klimatisierung auf die nachhaltige Art

dormiente Naturbetten setzt verstärkt auf Hanf für Bettwaren und Naturmatratzen. Für warme Sommer-nächte bietet der deutsche Naturbettenspezialist dormiente neben Eri-Wildseide und Tencel™ vor allem Bettdecken mit 100 % Hanf als Füllmaterial.

Hanf, vor dem Siegeszug der Baumwolle die dominierende Textilfaser, ist mittlerweile fester Bestandteil im Sortiment von dormiente. Seine überragende Fähigkeit, Feuchtigkeit aufnehmen zu können ohne sich nass anzufühlen, macht Hanf zum perfekten Material für den Schlafbereich. Unangenehme Verdunstungskälte, die den Schlaf stören könnte, kann gar nicht erst entstehen, so dass sich Hanfdecken besonders für Menschen eignen, die leicht schwitzen aber auch schnell frieren. Klamme Bettdecken sind mit Hanf passé. Im Sommer ist Hanf erfrischend kühl, im Winter wärmend, da er auch eine gute Isolationsfähigkeit aufweist. Hanf ist zudem eine sehr langlebige, äußerst schädlings- und schimmelresistente Naturfaser, die in der Lage ist, Gerüche zu neutralisieren. Daher empfiehlt dormiente die Hanfbettdecke auch als Ergänzung für seine Camper und Caravaning „Travel Line“ und als vegane Alternative zum Klassiker „Schafschurwolle“. Die ideale Bettwäsche aus 100 % Hanf bietet dormiente gleich mit dazu. Sie eignet sich ebenfalls für den Sommer wie für den Winter. Wem die Sommerbettdecke für den Winter zu leicht ist, kann mit Druckknöpfen eine weitere Decke anknöpfen.



100 % Naturlatex, Kern aus Hanf-Vlies, Bezug Hanf-Drell.

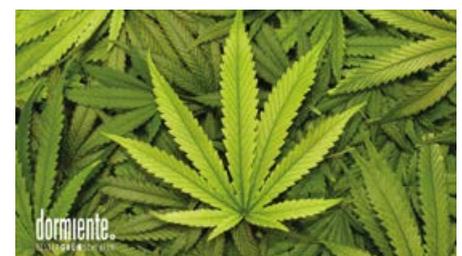
Auch unter ökologischen Gesichtspunkten perfekt

Hanf wächst fast überall, auch in Gegenden, die für Baumwolle gänzlich ungeeignet wären. Die Pflanze ist sehr genügsam, gedeiht auch ohne Dünger üppig und wird von Schädlingen gemieden. Der Wasserverbrauch ist gering, die Verwertbarkeit aber sehr hoch: neben den Fasern für Textilien können noch alle weiteren Bestandteile der Pflanze vom Samen bis zum Blatt verwendet werden, ob als Lebensmittel, Öl, Baumaterial o.a. Die Kombination von Öko-Bilanz, Verwertungsmöglichkeiten und Materialeigenschaften ist so beeindruckend, dass Hanf für dormiente ganz klar die textile Faser der Zukunft ist. Der Hanf, den

dormiente einsetzt, stammt zum größten Teil aus Deutschland. Der Klimaschutz-Aspekt liegt auf der Hand. Dormiente Hanf-Bettdecken und Matratzen mit Hanf werden über den QUL Qualitätsverband umweltverträgliche Latexmatratzen schadstoffkontrolliert.

www.dormiente.at

Profilierungsmöglichkeit für den Handel



Hanf ist bei dormiente kein ‚Nebenbei-Produkt‘, sondern zieht sich mittlerweile durch das gesamte Matratzen- und Bettwarensortiment. So gibt es mit der NATUR PUR HANF auch eine hochwertige Naturlatexmatratze mit Hanf-Kern und verschiedene Matratzenbezüge komplett aus Hanf oder mit Hanf, die für jede Matratze erhältlich sind. Dormiente nimmt hier eine Vorreiterrolle ein und unterstützt seine Fachhandelspartner mit entsprechend starkem Marketing. Im Juni und Juli 2022 lanciert dormiente eine Werbekampagne mit einem attraktiven 10 % Rabatt auf die komplette Katalogware inklusive Hanf-Sortiment.



NATURAL HANF als Sommer oder Ganzjahresdecke: Füllung 400 g/1.200 g Hanf, Bezug Baumwolle kbA.



Für alle, die schnell schwitzen und leicht frieren: Bettdecke mit Füllung aus 100 % Hanf.



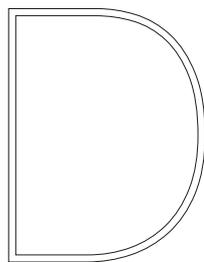
Sanfte Farben, sanfter Stoff: Bettwäsche aus 100 % Hanf.



HEFEL

Exklusive Bettwäschekollektion

Capri lässt grüßen! Inspiriert von Traumorten wie Amalfi, Capri und Positano, von Sonne und Meer, von Düften, Blüten und Farben, so zeigt sich die aktuelle Trendkollektion 2022 der HEFEL Tencel Bettwäsche!



Die strahlenden Farben der floralen Dessins bringen Fröhlichkeit und Charme ins Schlafzimmer. Die elegante Uni-Kollektion wird um drei neue Farben – Celeste, Petrol und Platin – ergänzt. HEFEL Tencel Bettwäsche ist seidig weich und besonders angenehm auf der Haut. Sie wird zu 100 % in Österreich gefertigt.

Luxusbettwäsche aus der Natur

HEFEL Tencel-Bettwäsche gehört zu den hochwertigsten und angenehmsten Bettwäschen am Markt. Die reine Naturfaser Tencel™ wird aus dem nachwachsenden Rohstoff Holz gewonnen und in einem umweltschonenden Herstellungsprozess von der österreichischen Firma Lenzing AG hergestellt. Die biobasierte Faser Tencel ist von Natur aus weich und geschmeidig und zeichnet sich durch hervorragende feuchtigkeits- und klimaregulierende Eigenschaften aus.

Nachhaltige Produktion in Österreich

HEFEL Tencel Bettwäsche wird in Vorarlberg gewebt und gefertigt und überzeugt mit einem minimalen CO₂-Footprint. Auch setzt HEFEL auf den energiesparenden Digitaldruck – ein Druckverfahren, das im Gegensatz zu herkömmlichen Verfahren mit weniger als einem Zehntel des Wasserbedarfs auskommt.

www.hefel.com/de/trend



Fotos: Hefel

Qualität aus Österreich
für höchsten Schlafkomfort!

REGINA
Schlafkomfort.

REGINA SCHLAFKOMFORT: PIONIER IN NACHHALTIGKEIT & REGIONALITÄT

www.schlafkomfort.at

Für das oberösterreichische Familienunternehmen Regina Schlafkomfort ist Nachhaltigkeit kein neuer Trend, sondern ein fest verankerter Wert in der Unternehmenskultur. 100 % Fertigung in Österreich, natürliche Werkstoffe und regionale Lieferanten ergeben Produkte für nachhaltigen, unbelasteten Schlafkomfort.

Natürliche Werkstoffe als Basis

Der Slogan „Natürlich Regina“ wird beim Vöcklamarkter Schlafspezialisten seit Jahren gelebt. **Sehr früh erkannte man bei Regina Schlafkomfort die Vorteile natürlicher Werkstoffe sowohl für die Schlafqualität als auch für nachhaltige Produkte mit optimierter Ökobilanz.** „Wenn die Natur uns so viele hochfunktionale Fasern und natürliche Werkstoffe schenkt, warum sollten wir dann auf chemische Erzeugnisse setzen?“, stellt Geschäftsleiterin Birgit Gramlinger eine berechnete Frage. „Da war die Antwort für uns ganz klar. Wir setzen überall dort, wo es möglich ist, auf natürliche Materialien aus unserer Heimat. Das ist keine Frage des Marketings, sondern der Produktqualität.“, unterstreicht sie die Philosophie ihres Familienunternehmens.

100 % Produktion in Österreich

Die Produktion aller Regina Schlafkomfort-Produkte erfolgt ausschließlich in Österreich. „Wir produzieren in Österreich, weil wir hier verwurzelt sind, unsere Mitarbeiter ein unschlagbares Know-how einbringen und die Lieferwege dadurch sehr kurz bleiben. Wir sehen darin ausschließlich Vorteile mit Blick auf die soziale und ökologische Verantwortung sowie einem Qualitätsversprechen an unsere Fachhandelspartner und deren Kunden.“, erklärt Birgit Gramlinger die Vorteile der 100-prozentigen Fertigung in Oberösterreich.

Regionale Lieferanten: Kurze Lieferwege und -zeiten

Die oberösterreichische Matratzen- und Bettenmanufaktur setzt bewusst auf regionale Partner und Zulieferer. Bei Regina Schlafkomfort ist man überzeugt von der hohen Güte österreichischer und europäischer Werkstoffe und forciert deshalb seit Jahren die Zusammenarbeit mit regionalen Partnern. Daraus resultieren kurze Lieferwege, die sich positiv auf die Ökobilanz der Produkte auswirken. Zusätzlich ist die **Entkoppelung aus globalen Lieferketten ein Garant für krisensichere Produktion und Termintreue.**

MATRATZEN · BETTEN · ZUBEHÖR
Natürlich von Regina!

Regina Schlafkomfort GmbH · Haid 32 · 4870 Vöcklamarkt
+43 (0) 7682 / 2792 / 0 · office@schlafkomfort.at





Bodenbelagskollektion speziell für Hotels

Für Wohlfühlatmosphäre mit Design und Nachhaltigkeitsanspruch sorgt Interface. Das Unternehmen hat sich auf CO₂-neutrale textile modulare und elastische Bodenbeläge spezialisiert und geht mit der neuen Hospitality-Kollektion noch einen Schritt weiter.

Innenräume für höchste Ansprüche zu kreieren, die Wohlbefinden, Produktivität und Kreativität fördern und mehr Nachhaltigkeit schaffen hat sich Interface auf die Fahnen geheftet und lebt diese Philosophie durch und durch. Alle Bodenbeläge des global agierenden Unternehmens, Teppichfliesen, LVT und nora® Kautschukböden sind im Rahmen des Programms Carbon Neutral Floors™ über ihren gesamten Produktlebenszyklus CO₂-neutral – einschließlich der neuen Hospitality-Kollektion. Interface setzt damit einen weiteren Step bei seiner Mission Climate Take Back™, die das Ziel verfolgt, durch verantwortliches Handeln die Auswirkungen des Klimawandels rückgängig zu machen und ein lebenswertes Klima zu schaffen.

Nachhaltigkeit, Design und Individualität

gehen dabei Hand in Hand. Die erstmals speziell für die Hotellerie entwickelte und auf diese zugeschnittene Kollektion von Interface eröffnet vielfältige Optionen für individuelle Designkonzepte und erfüllt die hohe Ansprüche von Hoteliers und Gastronomie-Profis an Qualität, Design und Nachhaltigkeit. Sie minimiert den Trittschall, behält dank Solution Dyed Garnen auch nach der Reinigung ihre Farbkraft, lässt sich bei Bedarf partiell austauschen und besticht mit CO₂-Neutralität über ihren gesamten Produktlebenszyklus.

Bester Boden für Wohn- und Wohlfühl

Damit setzt Interface seinen nachhaltigen Weg konsequent fort und eine neue Bench-



Interface ist Spezialist für CO₂-neutrale textile modulare und elastische Bodenbeläge. Innovatives Beispiel: Die Hospitality-Kollektion.



Nachhaltigkeit, Design, Qualität: Die speziell auf Hotels zugeschnittene Teppichfliesen-Kollektion wird allen Ansprüchen gerecht. Die designstarke Hospitality-Kollektion ist – wie alle Interface-Bodenbeläge – über den gesamten Produktlebenszyklus CO₂-neutral.

mark bei der Bodenbelags- und Raum-Gestaltung. Immerhin erzählt jedes Interieur eine Geschichte, es bildet die Kulisse für Wohlfühlmomente und inspiriert, einzigartige Erinnerungen zu kreieren. Opulenz, Strahlkraft und Individualität ergänzen sich harmonisch. Es entstehen Innenräume, die das Gasterlebnis fördern. Für Inhaber:innen und Betreiber:innen in der Hotellerie, die einladende, unverwechselbare Räume – von Loungebereichen bis hin zu den Gästezimmern, im Personalbereich ebenso wie auf den Fluren – schaffen wollen, hat Interface mit der neuen Kollektion eine stylische Lösung. „Architekten und Designer im gesamten Hospitality-Segment sind jetzt gefordert, die Gäste wieder dazu zu inspirieren, zu reisen, sich zu treffen und auf Entdeckungstour zu gehen“, so Ivan Sunde, Hospitality Business Development Director, EAAA. „Der Schnittpunkt, an dem wir dabei helfen können, ist die Gestaltung erstklassiger und ansprechender Räume. Diese können zum längeren Verweilen einladen, das Wohlbefin-

den der Gäste und Mitarbeitenden steigern und einen positiven Einfluss auf die Umwelt haben.“

Geringer CO₂-Fußabdruck, maximales Design

Genau dafür sorgt die neue Hospitality-Kollektion von Interface. Entworfen vom Interface Design Studio, besteht sie aus 21 neuen Teppichfliesendesigns, gefertigt aus zu 100 Prozent recyceltem Garn, die sowohl durch LVT als auch nora® Kautschukböden optimal ergänzt werden können. Die Designs sind standardmäßig mit der CO₂-negativen Rückenkonstruktion CQuest™Bio ausgestattet, haben einen geringen CO₂-Fußabdruck und einen Gesamtanteil an recycelten und biobasierten Materialien von über 90 Prozent. Neben den bisherigen Standardformaten 50 cm × 50 cm sowie 25 cm × 100 cm wurde das Sortiment erstmals um zwei weitere Formate – 50 cm × 100 cm sowie 100 cm × 100 cm – ergänzt und erwächst so zu einem umfassenden Portfolio an kontrastreichen,

modularen und flexiblen Lösungen, die jede Designvision erfüllen.

Inspirierend vielfältig

Alle Teppichfliesenvarianten lassen sich ohne Übergangsschienen mit den LVT-Kollektionen von Interface kombinieren und bieten unendliche Gestaltungsmöglichkeiten für verschiedene Raumnutzungen. Für Küchen und Treppenhäuser stellen die Kautschukbeläge norament® 926 und noraplan® unita neben LVT und Teppichfliesen pflegeleichte Lösungen dar, die nahezu in jedes Designkonzept passen. Die Hospitality-Kollektion ist in sechs inspirierenden Farbwelten – von beruhigend und entspannend über naturverbunden bis zu mystisch, mutig, intensiv und anregend – verfügbar. Alles ist möglich und so vielfältig die Designmöglichkeiten, ist eines fix: Nachhaltigkeit und Wohlfühlatmosphäre sind mit der Hospitality-Kollektion wie bei allen Interface-Bodenbelägen natürlich inklusive.

www.interface.com



Circular Design als zukunftsweisender Schlüssel

Denken, gestalten, produzieren und agieren in Kreisläufen über den Möbellebenszyklus hinaus – Circular Design gewinnt an Bedeutung und Dynamik. Das Thema Kreislaufwirtschaft ist facettenreich und birgt Chancen und Herausforderungen für Industrie, Handel, Design und Ausbildung, so Dr. Selim Erol, Leiter Fachbereich Industrial Management an der FH Wr. Neustadt, Julian Wudy, GF von guut, und Designer Christian Kroepfl. *Von Sylvia Pilar*

wohnsider: Beim Circular Design Day an der FH Wiener Neustadt im Mai drehte sich alles um Circular Design. Wie ist die Veranstaltung gelaufen?

SELIM EROL: Sehr gut. Wir waren begeistert von den Vorträgen der Fachprofis und überwältigt von der Nachfrage für die Circular Design Fair, die einen tollen Querschnitt gezeigt hat, in welchen Branchen und auf welchen Ebenen etwas gemacht wird. Mit dem Circular Design Day wollten wir ein Signal zum Thema kreislauffähige Produktentwicklung und -gestaltung setzen. Unser Hintergedanke und Wunsch war es, zu diesem Thema Unternehmen aus der Branche und auch Fachleute zusammen zu bringen, auch unseren Studierenden die Möglichkeit zu geben, aus erster Hand mehr zu erfahren, und natürlich auch zur Vernetzung beitragen, in der Hoffnung, dass daraus weitere spannende Projekte entstehen. Der Circular Design Day war auch der Auftakt

für weitere Aktivitäten, sei es bei Forschung oder in Zusammenarbeit mit der Industrie.

Haben sich schon Projekte konkretisiert?

S. Erol: Es wird ein vom FFG gefördertes Qualifizierungsprojekt gemeinsam mit der Österreichischen Möbelindustrie geben, um in der Möbelindustrie den Bereich kreislauffähige Produktentwicklung und -gestaltung zu thematisieren, Fachleute und

die nötigen Kenntnisse zu vermitteln. Die fünftägige, modular aufgebaute Workshopreihe startet im Herbst 2022 und das entwickelte Programm soll dann auch auf andere Industrien und Branchen ausgerollt werden.

Der Möbelbranche kommt also eine Vorreiterrolle zu?

JULIAN WUDY: Die Möbelindustrie hat generell die Chance, eine Vorreiter-



„Kreislaufwirtschaft muss im Netzwerk geschehen, mit anderen Akteuren am Markt, mit gesamtheitlichem Denken, wie Produkte am Ende ihres Lebens wieder in den Kreislauf zurückgeführt werden können.“

Dr. Selim Erol, Leiter Fachbereich Industrial Management an der FH Wr. Neustadt. © FHWM

Mitarbeiter:innen in diesem Bereich zu qualifizieren und Produktentwickler:innen

rolle zu übernehmen. Wer sich mit dem Thema Kreislaufwirtschaft beschäftigt, stellt aber schnell fest, dass man alleine nicht weiterkommt, und Vernetzung ganz wichtig ist. Wir von guut sind dankbar, dass es Anknüpfungspunkte gibt und Entwicklungen vorangetrieben werden.

CHRISTIAN KROEPFL: Es ist wichtig, dass endlich konkrete Schritte gesetzt werden. Für mich als Designer, der sich seit Jahren mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzt, ist in der Beschäftigung mit Kreislaufwirtschaft eine spannende Erfahrung, dass es weitaus einfacher ist, vom Rohstoff ausgehend ein Design zu entwickeln, als zuerst ein Möbeldesign im Kopf zu haben und dann ökologisch sinnvolle Rohstoffe zu finden.

Was bedeutet und umfasst „Circular Design“?

S. Erol: Circular Design erweitert Gestaltung um einen Denkaspekt, bei dem es darum



Erfolg & Auftakt für weitere Aktivitäten war der Circular Design Day an der FH Wr. Neustadt, u.a. mit Podiumsdiskussion mit Karin Huber Heim, Ernst Gugler, Fred Luks, Emmerich Haimer und Ursula Tischner (v.l.). © FHWN



geht, Produkte über einen gesamten Lebenszyklus und darüber hinaus zu betrachten und die ökologischen Belastungen so gering wie möglich zu halten, es bestenfalls sogar ganz ohne zu schaffen. Das ist eine neue Denkkategorie und ein neuer Designaspekt, der am besten in der Ausbildung der Produktentwickler:innen und -gestalter:innen einfließen muss.

gut hat sich der Nachhaltigkeit verschrieben und ist mit Massivholz-Designmöbel in Zusammenarbeit mit Christian Kroepfl ein Best Practice-Beispiel. Hat das Thema Kreislaufwirtschaft weitere Entwicklungen angeschoben?

J. Wudy: gut beschäftigt sich schon lange mit Nachhaltigkeit. Das Thema Kreislaufwirtschaft bringt für uns nochmal eine neue Dimension ein. Es geht ja nicht nur um die Nutzung eines Möbels, sondern das Denken in Kreisläufen und über den Möbel-Lebenszyklus hinaus. Das führt auch dazu, dass hinterfragt werden muss, wie das Geschäftsmodell aufgestellt ist, ob der klassische Verkauf der richtige Weg ist oder es andere Ansätze gibt, Produkten eine zweite Chance zu geben. Der Rohstoff Holz war für uns immer das Material der Wahl, jetzt denken wir auch über die Verfügbarkeit in zehn, zwanzig Jahren nach. Kreislaufwirtschaft bringt für uns



Den Kreislaufgedanken lebt gut mit der neuen, CO₂-negativen Möbellinie „finiix“, Betthaupt, gestaltet von Kroepfl | Fredes. © Bernhard Kapelari

Erlernen lässt sich aber auch bei anderen Werkstoffen anwenden.

S. Erol: Viele Unternehmen können es auch alleine nicht bewerkstelligen. Kreislauf-



„Die Zeiten des Greenwashings sind definitiv vorbei, Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft müssen von vornherein mitgedacht werden und sind eine wichtige Voraussetzung für gute Gestaltung, egal ob im Produktdesign oder der Architektur.“

Christian Kroepfl, Designer. © Christian Kroepfl

neue Herausforderungen mit sich, weil unser Ansatz ist, sie mit einem möglichst geringen Umwelteinfluss zu verknüpfen, und das dann auch transparent und glaubwürdig darzustellen. Nur im Kreislaufwirtschaftsansatz zu denken greift für mich jedenfalls zu kurz.

C. Kroepfl: In der Entwicklung mit gut liegt der Fokus bei der Produktentwicklung natürlich auf Holz. Viel von dem dabei

wirtschaft muss im Netzwerk geschehen, mit anderen Akteuren am Markt, mit gesamtheitlichem Denken, wie Produkte am Ende ihres Lebens wieder in den Kreislauf zurückgeführt werden können. Optimal ist, wenn Produktdesigner:innen und Unternehmen die Möglichkeit der Reparatur und des Recyclings schon am Anfang mitdenken und diese langfristige Perspektive schon von Beginn an einfließt.

Muss Design im Licht von Kreislaufwirtschaft anders gedacht werden? Es ist ja ein anderer Ansatzpunkt.

C. Kroepfl: Designer:innen haben sicher Möglichkeiten, Unternehmen darauf aufmerksam zu machen, sie müssen aber auch auf offene Ohren stoßen bzw. schadet es nicht, wenn Unternehmen sich diesbezüglich an Designer:innen wenden. Die Zeiten des Greenwashings sind definitiv vorbei, Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft müssen von vornherein mitgedacht werden und sind eine wichtige Voraussetzung für gute Gestaltung, egal ob im Produktdesign oder der Architektur.

J. Wudy: Bei gut arbeiten wir nach einem Eco-Designleitfaden mit Muss-Kriterien und weiteren Kriterien, die dann gemeinsam bewertet werden. Die Branche muss sich bewusst sein, dass Kund:innen, die kritischer hinschauen, und neue Kund:innenbedürfnisse auf uns zu kommen. Es wird nicht reichen, Unternehmen und Produkten ein „grünes Mascherl“ umzubinden. Kund:innen fordern in wachsendem Maß Nachhaltigkeit und Circular Design ein. Es ist Zeit, Angebote zu schaffen, und wir müssen dafür sorgen, dass sie nachgefragt werden.

Wie lässt sich die Nachfrage steigern?

J. Wudy: Wir müssen den Nachhaltigkeitsstaub abzuschütteln. Ein Fehler ist das zu starke Nischendenken. Kund:innen müssen nicht sehr nachhaltig sein, um ein nachhaltiges Designprodukt zu schätzen und kaufen. Es gibt viele Gründe, zum Beispiel weil sie hochwertige Möbel wollen, regionale Produktion, gutes Design. Dadurch verändern sich auch Vertriebskanäle und es eröffnet sich die Chance, auch ein breites Zielpublikum anzusprechen.

Circular Design ist ja nicht gleichbedeutend mit Nachhaltigkeit.

S. Erol: Wenn ein Produkt kreislauffähig ist, ist es noch lange nicht nachhaltig, und umgekehrt. Der Idealzustand ist, dass ein Produkt beides erfüllt, es also nachhaltig und so gestaltet ist, dass es möglichst wenig negative ökologische Auswirkungen in ➤



allen Lebensphasen hat. Hier spielt auch Ressourcenschonung hinein und ist eine große Versprechung der Kreislaufwirtschaft.

Welche Chancen eröffnen sich dem Handel mit Circular Design?

S. Erol: Der Handel kann ohne Frage eine Rolle spielen, dass Konsument:innen zu nachhaltigen, kreislauffähigen Produkten greifen. Es ist gleichzeitig auch eine gesellschaftliche Herausforderung. Nicht alle Konsument:innen können abschätzen, ob ein Produkt gut, nachhaltig oder kreislauffähig ist. In der Lebensmittelbranche wird versucht, mit Labels Transparenz zu schaffen und es ist eine gute Möglichkeit, um die Entscheidung von Konsument:innen zu erleichtern. Auch im Möbelbereich kann man sich so sicher abheben.

J. Wudy: Die Möbelbranche kann viel von anderen Branchen wie der Lebensmittelbranche lernen, wo es bewährte Instrumente gibt. Nachhaltigkeit lässt sich gut mit Labels darstellen, das wird auch gemacht. Es gibt zwar schon Labels im Möbelsegment, aber keines, das den ökologischen Fußabdruck oder die CO₂-Emissionen abbildet. Dadurch wird die Vergleichbarkeit schwierig.

Welchen Stellenwert nimmt Kreislaufwirtschaft in der Ausbildung ein?

S. Erol: Es gibt gute Initiativen, die meisten waren bislang aber darauf fokussiert, Produkte erst nachträglich hinsichtlich ihrer ökologischen Auswirkungen zu beurteilen. In der Ausbildung ist jetzt gefragt, dass Pro-



Circular Design aus drei Perspektiven: Christian Kroepfl, Selim Erol und Julian Wudy beim Talk mit wohninsider. © Sylvia Pilar/wohninsider

dukt- und Kreislaufwirtschaft und den Masterstudiengang Eco-Design, in denen wir diese Aspekte bereits jetzt intensiv lehren.

Wo sehen Sie die nächsten Schritte in puncto Circular Design?

S. Erol: Das Thema Kreislaufwirtschaft ist für Unternehmen sicher eine Herausforderung. Es geht aber nicht nur um Produktgestaltung, sondern wir müssen uns auch davon verabschieden, wie Produkte aktuell verkauft werden. In Zukunft wird wohl eher von Produktservice-Welten gesprochen und auf Dienstleistungen rund um das Möbel wie Reparatur gesetzt, sodass es länger am Markt

Bekannt zu finden. In anderen Branchen wird weitaus mehr zu nachhaltigen und kreislauffähigen Materialien geforscht und entwickelt. Da wäre mehr Engagement und Offenheit für nachhaltige und kreislauffähige Produktideen wünschenswert. Alle, die sich mit der Thematik beschäftigen, wissen, dass wir uns in Österreich nicht auf der Vergangenheit ausruhen können, es wurden Akzente gesetzt, den guten Ruf sollten wir nicht verspielen.

J. Wudy: Kreislaufwirtschaft ist ein komplexes Thema und es ist wichtig, dass Industrie, Unternehmen, Wissenschaft und Designer:innen an einem Tisch sitzen und gemeinsam Lösungen finden. Bei guut ist die wichtigste Motivation, Neues auszuprobieren und auf den Markt zu bringen. Die größte Herausforderung ist die Transparenz. Wir sehen es als wichtig, Kund:innen auch Kennzahlen und damit fundierte Informationen bereit zu stellen. In der österreichischen Möbelbranche sehe ich generell viel Potenzial, bisher ist es aber nicht geglückt, Industrie, Unternehmen, Handwerker:innen und Designer:innen zusammenzubringen und auch international gemeinsam groß aufzuzeigen, dass österreichisches Design für Nachhaltigkeit und Qualität steht. Daran arbeiten Christian Kroepfl und ich aktuell mit einer Initiative, die schon bald präsentiert wird.

www.fhwn.ac.at

www.guut.at

www.christiankroepfl.com



„Kreislaufwirtschaft ist ein komplexes Thema und es ist wichtig, dass Industrie, Unternehmen, Wissenschaft und Designer:innen an einem Tisch sitzen und gemeinsam Lösungen finden.“

Julian Wudy, GF von guut. © guut

duktdesigner:innen, Industriedesigner:innen, Architekt:innen, Produktentwickler:innen auch die technischen Aspekte lernen und Kreislaufwirtschaft von Anfang an mitdenken, Materialien schon vorab ökologisch bewerten, um Designentscheidungen treffen zu können, die für den kreislauffähigen Möbellebenszyklus wichtig sind. An der FH Wiener Neustadt sind wir dahingehend sehr aktiv und es gibt mehrere Studiengänge, wie z.B. den Bachelorstudiengang Produktions-

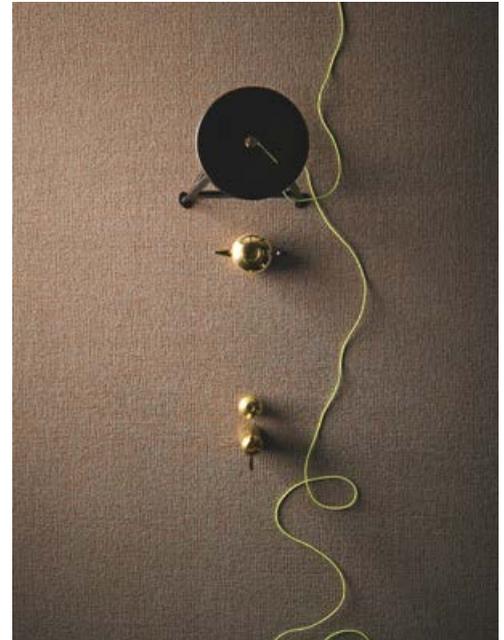
ist. Auf der Konsument:innenseite gilt es, weiter Bewusstsein zu schaffen. Nachhaltige Lebensmittel sollen nicht nur gut schmecken, sondern auch gut tun, und genauso wollen Konsument:innen Möbel, die schön sind und Körper und Natur gut tun.

C. Kroepfl: Auf dem Bildungssektor gibt es viele gute Ansätze. Bei der Produktentwicklung im Möbelbereich ist es oft schwer, die richtigen Materialien abseits des



Grüne Visionen werden Design

OBJECT CARPET hat eine klare Mission: ökologisch bewusste Wege zu beschreiten. Der Teppichspezialist setzt auf recycelte Materialien und Zirkularität, erweckt Teppichfliesen zu neuem Leben und legt nachhaltig beeindruckende Kollektionen zu Füßen.



Links: PLACES OF ORIGIN, die neue Generation recycelbarer Akustikfliesen von OBJECT CARPET. Rechts: MOVE x GROOVE aus der PLACES OF ORIGIN-Kollektion.

OBJECT CARPET setzt als Spezialist für Bodenbeläge immer wieder neue Statements mit seinem Engagement für nachhaltiges Produzieren und Wirtschaften. „Ressourcen schonen und nicht verschwenden, Produkte recyceln: Umweltschutz ist fest in unserer Unternehmens-DNA verankert“, so OBJECT CARPET-Geschäftsführer Daniel Butz. Schon früh hat das Unternehmen seine Teppichböden und -fliesen so konstruiert,

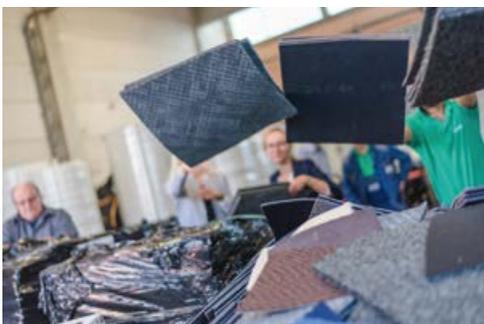
dass sie nur saubere und zirkuläre Materialien und wiederverwertbare Stoffe ohne giftige chemische Verbindungen enthalten, und trägt mit innovativen Fertigungstechnologien und zertifizierten, großteils schon aus recycelten Rohstoffen bestehenden Qualitäts-Produkten zum Umweltschutz und zur Erhaltung der Gesundheit bei.

Zero Waste. Next Life.

Rund 75 % aller Produkte der Gesamt-Kollektion werden bereits aus 100 % recyceltem Garn hergestellt, der Teppichspezialist vermag in nur einem einzigen Prozess 100 % der in der Produktion von Teppichfliesen eingesetzten Materialien ökonomisch zu recyceln und Produktionsabfällen einen zweiten Lebenszyklus zu schenken, und setzt weitere zukunftsweisende Schritte. „Zero Waste. Next Life! Unser Ziel ist es, bis 2024 nur noch zirkuläre Neuprodukte auf den Markt zu bringen.“ Das bedeutet 100 % recycelbare Designteppiche ohne ökologischen Fußabdruck. Schließt OBJECT CARPET damit den ökologischen Kreislauf, werden die grünen Visionen mit eindrucksvollen Kollektionen Realität.

Mit Wow-Effekt

PLACES OF ORIGIN, die neue Generation recycelbarer Akustikfliesen, vereint mit ihren acht ausdrucksstarken, facettenreichen Qualitäten mit eigenständiger Designsprache den Reichtum und die Kraft der Natur sowie die praktischen Vorteile der Akustikfliesen mit der Ästhetik der Bahnenware. Die heterogene Anordnung der großformatigen, richtungsfreien Muster kreiert ein authentisches Naturgefühl, das den Nachhaltigkeitsaspekt weiter unterstreicht. Optik und Struktur der Teppiche schaffen eine faszinierende Symbiose aus Urbanem und Natürlichem. Der Fliesenrücken wurde größtenteils aus recyceltem PET gewonnen, ist frei von PVC und Bitumen, und selbstredend wird auf Geruchsstoffe und schädliche Emissionen verzichtet, während die top Tufting-Technologie für eine extra voluminöse Haptik sorgt, die auch Gehkomfort und akustisches Wohlbefinden steigert. Optik trifft Funktionalität trifft Nachhaltigkeit – und dies mit Wow-Effekt!



Ökologie trifft Ökonomie: In nur einem einzigen Prozess schenkt OBJECT CARPET ein zweites Leben.



Der natürliche Weg zur Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit ist nicht nur ein Trend. Nachhaltigkeit ist Zukunft. Eine Zukunft, die uns alle betrifft. In den Möbeln von Schösswender steckt deshalb mehr als nur schönes Design. Schon Konfuzius sagte, „der Weg ist das Ziel“, und genauso lebt das Unternehmen die Herstellung der Möbel.

Es ist die Summe der kleinen Feinheiten und der großen Meilensteine, die aus einer tollen Bank ein Schösswender Dining Sofa machen. Es sind die verwendeten Materialien, die eingesetzten Verarbeitungsmethoden und der sinnvolle Umgang mit Energie und Wärme, welche den Schösswender Nachhaltigkeitsweg erhellen. Holz ist nicht nur der bevorzugte, natürliche Hauptwerkstoff, sondern auch das Vor- und Sinnbild für die Klimaziele. Das heißt, aus der Natur und für die Natur. Nachhaltig, regenerativ und umweltschonend – mit diesen Ansprüchen schafft die Großtischlerei aus dem oberösterreichischen Franking Verarbeitungs-, Herstellungs-, Liefer- und Geschäftsprozesse, die unter ökonomischen, ökologischen und vor allem unter sozialen Aspekten immer wieder neu betrachtet

werden. Kurze Lieferwege durch regionale Partner und Zulieferer sind in diesem Zusammenhang genauso wichtig, wie die Tatsache, dass die verwendeten Hölzer zu 100 % aus Österreich und Mitteleuropa stammen.

Die Schösswender Strom-Gemeinde

Natürlichkeit ist das Credo – das Holz der Möbel auf der einen, die vielfältig genutzte Energie der Sonne auf der anderen Seite. Die aufgerüstete Photovoltaik-Anlage leistet aktuell 210 kWp. Das entspricht dem durchschnittlichen Strom-Jahresverbrauch von ca. 60 Haushalten, quasi die Schösswender

„Strom-Gemeinde“. An dieser Stelle hört Schösswender aber nicht auf. Der weitere Ausbau bzw. die Verdopplung der Kapazität der PV-Anlage auf 420 kWp startet bereits in der zweiten Jahreshälfte 2022.

19,21 Tonnen CO₂ pro Jahr sparen

Fiat Lux! Oder, es werde Licht. Aber nicht nur Licht, sondern LED-Licht! Die Umstellung der firmeninternen Beleuchtungsanlage auf sparsame und energieeffiziente LEDs konnte bereits Anfang des Jahres abgeschlossen werden. Die Arbeiten in dem Möbelwerk werden damit von nun an punktgenau und



„Wir freuen uns, dass wir zusätzlich zu unseren hochwertigen Möbeln jetzt auch unseren Strom größtenteils selbst herstellen.“

Alfred Weiß, Geschäftsführer



Die Zentrale im oberösterreichischen Franking umfasst knapp 18.000 Quadratmeter und ist ein wichtiger Arbeitgeber in der Region.



Schösswender Möbel

– Kurzlink zum Video:
bit.ly/3GdGFFc

energieeffizient ausgeleuchtet. Mit dem neuen LED-Beleuchtungssystem werden zudem 19,21 Tonnen CO₂ pro Jahr eingespart.

Aber auch im kleineren Rahmen will Schösswender ein Zeichen setzen. Jeder nicht gefahrene Kilometer mit dem eigenen PKW im Individualverkehr ist ein wichtiger Beitrag zur Vermeidung von zusätzlichen CO₂-Emissionen. Mit firmeneigenen Personalbussen wird genau dieser Gedanke aufgegriffen und die Idee dahinter tagtäglich gelebt. Ein toller Bonus für die Mitarbeiter und ein großartiger Mehrwert für die Umwelt.

Gute Wärme wächst nach

„Wir setzen auf umweltfreundliche und CO₂-neutrale Wärmeenergie. Das bedeutet, dass wir aus jedem Stück Produktionsmaterial das Maximum herausholen. Die in diesem Prozess anfallenden Holzreste und Holzschnitte werden in weiterer Folge für unsere Späne-Heizung aufbereitet. Die Heizung liefert ganzjährig die Wärmeenergie für unseren Produktionsstandort in Franking“, erklärt Alfred Weiß, Geschäftsführer von Schösswender Möbel. Und weiter: „Wir freuen uns, dass wir zusätzlich zu unseren hochwertigen Möbeln jetzt auch unseren Strom größtenteils selbst herstellen. Alle Meilensteine zusammen – die eigene Stromerzeugung, das LED-Beleuchtungssystem wie auch die hausinterne Wärmeenergiegewinnung – runden unser grünes Produktionsprinzip immer weiter ab.“

Umweltfreundlich, sauber und gut für das (Wohn-)Klima

Wasserlacke bieten als nitrofreie, wasserbasierte Beschichtungsstoffe in der Schösswender-Holz-möbelproduktion viele Vorteile: sie sind widerstandsfähig, fühlen sich gut an, sehen perfekt aus, decken hervorragend ab und sind absolut umweltfreundlich. Die Kunden genießen die angebotene, breite Farbpalette. Dabei setzt das Unternehmen aus Oberösterreich bei sämtlichen Standardfarben auf hochwertige Wasserlacke. So wird das Raumklima in Küchen, Esszimmern und Wohnräumen nachhaltig verbessert.



Möbel in Tischlerqualität mit zentimetergenauer Fertigung und einer Holz- und Stoffvielfalt, die jedes Bedürfnis abdeckt.



Das BELCANTATO Wohnprogramm: Mehr Natur, mehr Möglichkeiten und viel Eleganz in der Linienführung.

Verpackungen – Produktsicherheit und Ressourcenschonung vereint

Eckbänke, Stühle, Tische oder ganze Essgruppen – die Kunden erhalten alle Möbel sicher verpackt. So wird garantiert, dass kein Stoß während des Transports Schaden verursacht. Bei der stoßfesten und sicheren Verpackung der Möbel gilt das Motto „So viel Verpackung wie nötig und so wenig wie möglich“. Mit diesem Ziel vor Augen geht das Familienunternehmen konsequent den Weg Richtung

plastikfreier Transportverpackung. Dabei setzt man größtenteils auf wiederverwendbare und recycelbare Materialien. Umweltschonende Alternativen aus Filz und Karton stehen hier besonders im Vordergrund. „Mit starken Partnern aus der Region setzen wir diesbezüglich schon seit Jahren gemeinsam passgenaue Verpackungslösungen für unsere Möbel um und bauen diesen Bereich stetig aus“, sagt Alfred Weiß.

www.schoesswender.com



Eines wie keines

Der Produktionsablauf bei ANREI ist von Nachhaltigkeit geprägt. Ein Unikat entsteht ...

Nachhaltigkeit fängt nicht an und hört auch nicht damit auf, dass ein Baum dort gepflanzt wird, wo zuvor ein Baum gefällt wurde. Seit 1894 ist der Schutz der Umwelt Teil der Werthaltung in den Werkstätten von ANREI im Mühlviertel. Kurt Reisinger, Geschäftsführer des Familienunternehmens, ist davon überzeugt, dass es ohne Werte, ohne Anspruch, ohne Handschlagqualität nicht geht.

Möbel für die Ewigkeit

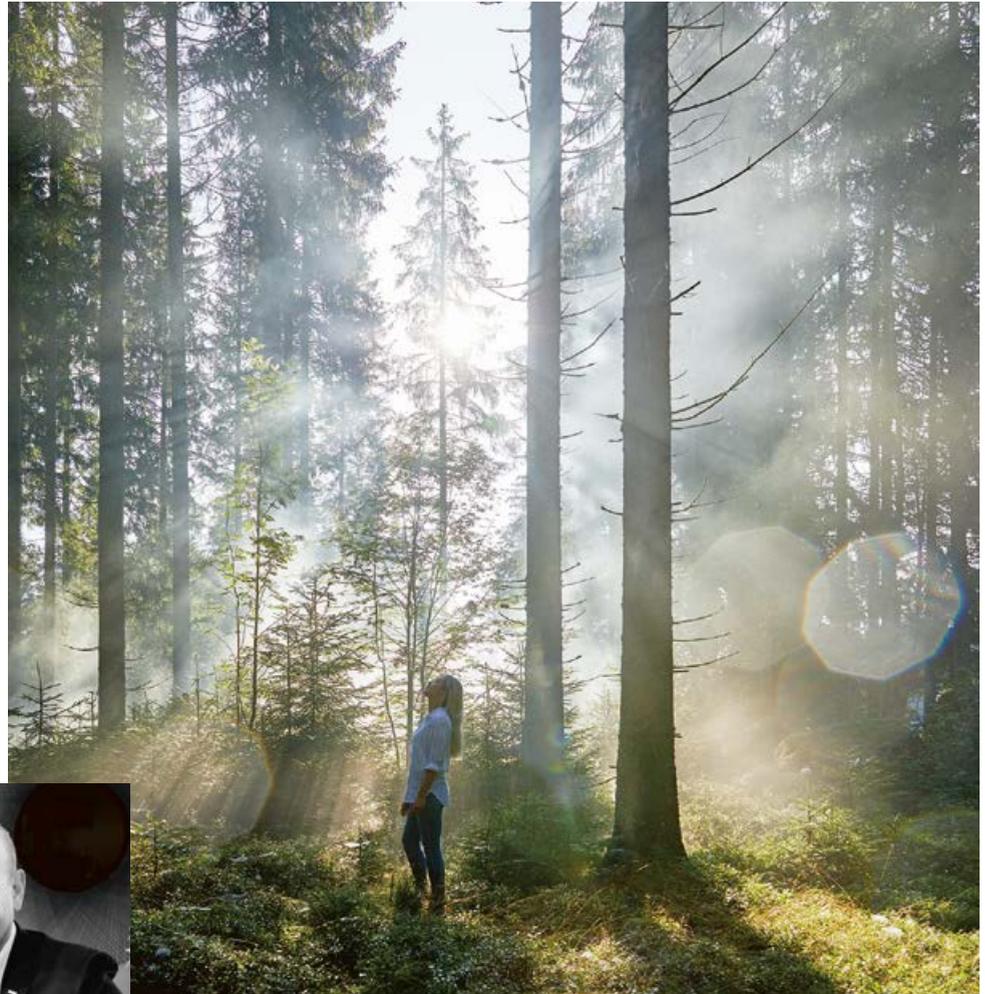
Klingt nach einer Floskel. Ist es nicht bei ANREI. Hier werden Maßmöbel aus Massivholz produziert. Zugegeben, es ist eine Herausforderung erst dann mit der Produktion zu starten, wenn ein Kunde alles ausgesucht, definiert und bestellt hat. Aber mit viel Erfahrung, leistungsbereiten Mitarbeitern und den richtigen Partnern lässt sich alles machen. Auch diese Entscheidung ist ganz bewusst gewählt im Sinne des Umweltgedankens. Produziert wird nur, was auch wirklich gebraucht und gewünscht wird – Lieblingsstücke also.

Echtes Holz. Echtes Leben.

Das Holz, das bei ANREI verarbeitet wird, stammt zu 100 % aus nachhaltiger Forstwirtschaft und vorwiegend aus heimischem Bestand. Seit Jahrzehnten wird mit ausgesuchten Holzlieferanten zusammengearbeitet und diese Treue wird belohnt. Der ANREI Holzeinkäufer ist sehr erfahren und pflegt vertrauensvolle Geschäftsbeziehungen. Dafür bekommt ANREI die beste Qualität am Markt. Die schönsten Stämme werden vom Sägewerk eingeschnitten und bereitgestellt. ANREI Möbelstücke sind unbegrenzt haltbar, weil das Holz von den Profis bei ANREI dementsprechend ausgewählt wird. Und dann werden daraus zeitlose Möbelformen gebaut.



Kurt Reisinger, Geschäftsführer des Familienunternehmens ANREI



5.45 Uhr. Es geht los.

In Pabneukirchen startet der Massivholzschnitt in der Holzhalle. Um 5.45 Uhr geht es los. Gearbeitet wird von Montag bis Freitag bis 14.15 Uhr, dann bleibt für die Vollbluttischler und Mitarbeiter noch

Zeit für die Landwirtschaft, die Familie oder mehr Freizeit. Das Massivholz wird gehobelt, Holzmerkmale anhand von qualitativen und optischen Kriterien beurteilt und sortiert. Das ist reine Handarbeit. Danach werden die Massivholzteile verleimt und CNC-bearbeitet. So erhalten ANREI Möbel die Kontur und Form wie es die ANREI Designer vorgesehen haben und das mit allen Vorzügen echten Holzes. Unikate mit Persönlichkeit entstehen. Der Strom für die CNC-Anlagen

stammt übrigens aus der firmeneigenen Photovoltaikanlage. Damit werden rund 220.000 kWh Sonnenstrom erzeugt, was ca. 25 % des ANREI Gesamtstromverbrauchs entspricht, eine Verdopplung der Leistung ist für 2023 geplant.

Wo eines zum anderen passt

Als Nächstes werden die Holzmerkmale mit Kunstharz verfüllt, die Holzoberflächen strukturiert oder geschliffen. Schon befinden sich die einzelnen Holzbauteile auf dem Weg ins Zwischenlager. Hier wird zusammengeführt was zusammengehört – die Tür findet die Rückwand und beide den Boden usw. Gemeinsam geht es in die Montage. Übrigens, die Tischler, die ihr Handwerk perfekt beherrschen, kommen teilweise direkt aus der ANREI Tischlerschule. Nach der Montage wandern die aufgebauten Möbelstücke weiter



in die Kontrollabteilung, wo alle Profile, Flächen und Konstruktionsteile auf Perfektion kontrolliert werden.

Die Oberflächen werden nur mit Öl oder Wasserlack behandelt

Schon 1994 hat ANREI die Oberflächenbehandlung auf Öl oder Wasserlack umgestellt. Damit war das Unternehmen das erste weltweit! Die Verleihung des Öko-Audits wurde damals ordentlich gefeiert. Für geölte Oberflächen wird nur das Feinste verwendet: Veredelte pflanzliche Öle pflegen und schützen, gleichzeitig ist alles gut für die Umwelt und die Menschen. ANREI verwendet generell kein Heizöl und Gas. Geheizt wird ausschließlich mit Wärmeenergie aus den eigenen Holzabfällen. Schon seit den frühen 80er-Jahren verfeuert ANREI dabei jährlich ca. 4.000 m³ Hackschnitzel, was in etwa 400.000 l Heizöl entspricht.



Die Endmontage naht

Metallteile und Beschläge werden eingebaut, Tisch und Bank bekommen Holz- oder Metallfüße, Glas wird eingesetzt, die Schubladen und Türen so montiert, dass sie leise schließen und langsam laufen. Nach der finalen Endkontrolle werden die Möbel auf die eigenen ANREI-LKWs verladen.

14.15 Uhr. Feierabend.

Um 14.15 Uhr schließt man täglich in Pabneukirchen. Spätestens dann machen sich die fertigen Möbel nur durch Decken und wiederverwendbare Schaumstoffmatten geschützt

auf den Weg ins Möbelhaus. Die Abläufe sind klar und eingespielt, das spart eine Menge Verpackungsmaterial. Höchste Qualität ist bei ANREI ein Anliegen. Dazu zählt auch, dass nichts abgeladen wird, was einen Transportschaden aufweist, und das kontrollieren die firmeneigenen Chauffeure.

Versprochen ist versprochen

ANREI Kunden können vieles frei wählen: verschiedene Holzarten und Glasfarben, viele unterschiedliche Leder- oder Stoffbezüge, individuelle Größenmaße usw. Durch die auftragsbezogene Produktion bekommt jeder

Kunde sein Unikat. Zugegeben, bei so viel Freiheit braucht es einen Wohnberater, der sich wirklich auskennt. Und genau so einen hat man bei jedem ANREI Partner vor sich. Und die wissen auch, was ANREI kann. Was einer von ihnen verspricht, das hält. Hier gilt noch die gute alte Mühlviertler Handschlagqualität. Im Möbelhaus wurde bestellt, und das Möbelhaus sorgt dafür, dass das ANREI Meisterstück auch noch den restlichen Weg gut zurücklegt. Es fühlt sich richtig für alle an: für den Kunden, für den Handelspartner, für ANREI und für die Umwelt.

www.anrei.at





Ökologische Wandgestaltung aus Flachsfasern

Pionier und Trendsetter ist Norafin. Mit Flachsvliestapeten aus nachhaltigen Rohstoffen und mit positivem Effekt auf Raum und Wohlbefinden setzt der Vliesstoffhersteller ein nachhaltig gutes Statement.

Produkte aus nachhaltigen Materialien liegen im Trend, sogar im sogenannten Megatrend der „Neo-Ökologie“, welcher unsere Gesellschaft in den 2020er Jahren prägen wird wie keiner zuvor. Die Zeichen der Zeit erkannte der deutsche Vliesstoffhersteller Norafin bereits vor mehr als 20 Jahren und produzierte als weltweit erstes Unternehmen Vliesstoffe rein auf Naturfaserbasis. So gelang es, Flachsfasern durch Wasserstrahlverfestigung in eine reißfeste Flachsvliestapete mit positiver Ökobilanz zu verwandeln, die sich durch hohe UV-Beständigkeit sowie wärmedämmende und schalldämpfende Eigenschaften auszeichnet und bis heute eine Benchmark setzt. Dank der natürlichen Komponenten – Flachs und Viskose – fördert die Tapete ein gutes, natürliches Raumklima und ist kompostierbar. Erhältlich ist die Flachstapete in unifarben – einem hellen, warmen Naturton – aber auch aufwendig bestickt unter dem Siegel der Plauener Spitze®.

Top für Umwelt und Raumklima

Anders als konventionelle Vliestapeten benötigt die Flachstapete von Norafin kein Trägermaterial, sondern wird direkt auf die mit Flachstapetenkleber bestrichene Wand appliziert. Dadurch kann sich die Flachstape-



te zwei weitere, wichtige Wettbewerbsvorteile sichern: Zum einen ist dies der Verzicht auf polymere Bindemittel oder Kaschiermittel, die zum Verbinden des Trägermaterials mit dem Obermaterial notwendig sind. Zum anderen kann die Flachstapete durch den Wegfall des Trägermaterials die Luftfeuchte viel besser aufnehmen und bei Bedarf wieder abgeben. Die naturgemäß gegebenen positiven Eigenschaften der Flachspflanze, wie die

Absorption von Vibrationen und deren isolierende Wirkung, verhelfen der Tapete zu weiteren Alleinstellungsmerkmalen. Die Flachstapete besteht ausschließlich aus nachhaltigen Komponenten – Flachs und Viskose – und ist damit zu 100 % umwelt- und gesundheitsverträglich, leicht abreißbar und vollständig kompostierbar.

Für nachhaltig gute Einrichtungskonzepte

Neben der im Onlineshop erhältlichen Tapetenrolle in der Abmessung 0,53 m x 10,05 m (www.mein-vlies.de), kann die Flachstapete auch als Großrolle zur Weiterverarbeitung bezogen werden. Die Endkonfektionierung sowie weitere Veredelungsschritte wie zum Beispiel eine Bedruckung, werden dann individuell durch die Abnehmer:innen vorgenommen. Da die Flachstapete mit ihren positiven Eigenschaften ein gutes und gesundes Raumklima unterstützt, eignet sie sich zudem sehr gut für weitere Wohnraum- und Bürokonzeppte. So kann die Tapete zum Beispiel das Basismaterial für Akustikpanels, Raumteiler, Jalousien oder Deckenplatten bilden und leistet damit einen wertvollen Beitrag hin zu umweltschonenden Einrichtungskonzepten.

www.norafin.de



Norafin begeistert mit Flachstapeten aus nachhaltigen Komponenten und mit vielen positiven Eigenschaften.



Ernten im Mondlicht

Umweltbewusstsein und Ressourcenschonung hat viele Gesichter. So unter anderem auch das „Ernten“ des Holzes zur richtigen Zeit, wie Tischler-Meister Harald Grössing wohninsider berichtet. Weil auf natürliche Weise und im Einklang mit der Umwelt weniger Material verbraucht und dieses schneller verarbeitet werden kann. *Von Lilly Unterrader*



Mit dem (abnehmenden) Mond geerntet: Das Holz ist schneller getrocknet und weist praktisch kein Quell- und Schwindverhalten auf.

Für manche mag es vielleicht wie Hokus-Pokus oder spirituell klingen. So auch anfangs für Harry Grössing. Kein Mann der Räucherstäbchen und Voodoopuppen, setzte er sich mit dem Thema schon sehr früh und bewusst auseinander: dem Schlägern, oder wie Harald Grössing es „freundlicher“ nennt „Ernten“ des Holzes zur richtigen

Zeit. „Ich hab die Bücher von Erwin Thoma gelesen und dann einmal in unserem Dorf die Alteingesessenen gefragt, wie sie es denn immer gemacht hätten mit dem Holz. Und da kam öfter die Antwort: ‘Bei abnehmendem Mond, ideal am Tag nach Vollmond, sei das Holz am besten zu verarbeiten.’ Anfangs skeptisch, probierte der Meister es selbst aus. Einen Baum am Tag nach Vollmond geerntet, daneben ein herkömmlich gefälltes Holz, wie es in der Forstwirtschaft Gang und Gäbe ist. Beide Holzstapel wurden im Anschluss gleich verarbeitet, gelagert und naturgetrocknet – versteht sich.

Was war das Ergebnis?

Und siehe da, der Stapel mit dem mondgeernteten Holz war schon in der Hälfte der üblichen Zeit getrocknet, das Quell- und Schwindverhalten war komplett anders, so



Tischler-Meister Harald Grössing setzt auf natürliche Methoden in der Holzproduktion.

Grössing. Während sich das herkömmlich geschlägerte Holz bewegte und warf, blieb das mondgeerntete glatt und ruhig. Der Grund ist durchaus erklärlich, so Grössing: „Zu Vollmond herrscht Ebbe, das Wasser zieht sich zurück, so kann auch der Baum weniger Wasser aufnehmen. Und wir sprechen da von großen

Mengen, ein Baum braucht doch immerhin 3-4000 Liter am Tag, die er aus der Erde zieht und wieder abgibt.“ Mit dem Effekt, dass das Holz bereits weniger Wasser in sich trägt bei der Ernte.

Zusätzlich würde er, wenn ein Hang vorhanden ist, den Baum mit der Krone abwärts lagern, sodass die Blätter noch zusätzlich Wasser aus dem Stamm ziehen. Grössing: „Das sind althergebrachte und natürliche Methoden, die jedoch sehr effektiv sind.“ Denn die Vorteile gehen noch weiter. „Dadurch, dass das Holz so ruhig bleibt, kann es wie Plattenmaterial verarbeitet werden und man hat weniger Verschnitt. Man kann also mehr vom ganzen Baum verwenden.“ Und Holz, das im Herbst geerntet würde, kann im Frühjahr bereits verarbeitet werden, und das

ganz ohne Trockenkammer, die auch wiederum unnötigen Strom verbraucht und zudem einen Großteil der ätherischen Öle dem Holz entzieht.“ Grössing setzt nach: Und es ist ja allgemein bekannt, dass das „duftende“ Holz nach der Trocknung in der Kammer künstlich beduftet werden muss...

Bei Harry Grössing jedenfalls ticken die Uhren anders. Und er macht sein Geschäft schon seit jeher im Einklang mit der Natur und dem Mond. „Ich bin einer der wenigen, die das so betreiben. Und ich bin stolz drauf.“

www.line12.at

LINE 12 im Wiederaufbau

Mit seiner Line 12 ist Grössing nach dem kompletten Feuerschaden Ende des vergangenen Jahres in seiner Tischlerei aktuell im Wiederaufbau.

„Derzeit arbeiten wir nur an Prototypen. Ab August gibt es da wieder Neuigkeiten.“ Mit dem Vollbetrieb in der Tischlerei und damit der Line 12 ist voraussichtlich ab Anfang des kommenden Jahres zu rechnen.





„Sind Sie schon auf dem Weg zur Klimaneutralität?“

Mag. Gerhard Zirsch hat eine Mission. Genauer gesagt viele. Sie alle lassen sich aber unter einem Titel zusammenfassen: Die Rettung unseres Planeten. Dass diesbezüglich künftig – genau genommen ab sofort – kein Unternehmen mehr darum herum kommt, sich über seinen CO₂-Fußabdruck Gedanken zu machen, ist für ihn in Stein gemeißelt. *Von Lilly Unterrader*

FOKUS ZUKUNFT



Gerhard Zirsch redet nicht lange drumherum: „Dass sich aktuell so wenige Leute Gedanken darüber machen, wie wir in Österreich bis 2040 klimaneutral sein wollen, kann ich nicht verstehen.“ Fakt ist, dass Österreich innerhalb der europäischen Union praktisch Schlusslicht ist, und dass u.a. wesentliche Gesetzesänderungen oder -initiativen zu lange auf sich warten lassen. Aber viel mehr macht Zirsch im Gespräch mit wohninsider deutlich, dass sich jeder Unternehmer besser heute als morgen fit für die (Klima-)Zukunft machen sollte.

Mag. Gerhard Zirsch ist Partner der Organisation Fokus Zukunft und Mitbegründer von we act! Beide haben sich der Wegbereitung zur Klimaneutralität für praktisch jedermann verschrieben. Zirsch: „Wir bieten die Roadmap zur Klimaneutralität und sind einer der größten Anbieter von Klimaprojekten.“ Vor einem Jahr wurde als Umsetzungs-Anbieter das Unternehmen we act! gemeinsam mit Anton Purgstaller und Christian Schiller gegründet. Zirsch: „Wir haben eine Lücke gesehen, denn einen ganzheitlichen Anbieter in Sachen Klimaroadmap gab es so noch nicht.“ Dass Zirsch dabei genau weiß, wovon er re-

det, zeigt auch ein kurzer Blick auf seinen Lebenslauf. Internationale Erfahrungen und Führungspositionen bei namhaften Unternehmen finden sich da ebenso wie zahlreiche Zusatzausbildungen etwa am Fraunhofer Institut, u.a. mit dem Schwerpunkt Elektromobilität und Wasserstoff.

Warum betrifft der CO₂-Fußabdruck jeden?

Allen voran ist hier der gesellschaftliche Wandel zu sehen, so Zirsch. „Die Menschen fragen nicht nur immer mehr danach, wie der CO₂-Fußabdruck eines Unternehmens oder eines Produkts aussieht, sondern viele junge Menschen unter 25 wollen überhaupt nur noch bei nachhaltigen Unternehmen arbeiten.“ Employer Branding ist dabei nur ein Gebot der Stunde. Auf der anderen Seite schafft auch die Legislative die entsprechenden Rahmenbedingungen, dass sich eher früher als später jedermann mit der Klimaroadmap auseinandersetzen muss: „Mit Anfang 2024 wird im Rahmen der so genannten EU-Taxonomie das Lieferkettengesetz auch in Österreich wahrscheinlich schlagend. Und da wird jedes Unternehmen von jedem seiner Lieferanten oder Dienstleister einen ESG-Bericht verlangen (müssen).“ Nicht zu vergessen sei laut Zirsch schon die derzeitige Situation der Kreditvergabe. Banken sind aktuell und zukünftig noch vermehrt dazu verpflichtet, gemäß der EBA-Direktive die Geschäftsmodelle ihrer Kreditnehmer auf Klima-Risiko und ESG-Kriterien zu überprüfen. „Die Klimaschäden nehmen jährlich zu und die Versicherungen decken aktuell nur noch rund 15-20 % dieser Ausfälle. Hier müssen die Banken im Rahmen ihrer Risikobeurteilung bis Ende 2024 alle Kredite dahingehend überprüfen.“

Wie geht's für Ihr Unternehmen?

Fokus Zukunft und We act! sind Berater und Umsetzungspartner am Weg zur Klima-

Zur Person



Der gebürtige Steirer widmete sich nach seiner Tätigkeit im Autoverkauf im zweiten Bildungsweg mit dem Studium von BWL und seinen späteren internationalen Erfahrungen bei OMV schon immer dem Thema Mobilität. Als Partner der deutschen „Fokus Zukunft“ gründete er vor knapp einem Jahr mit einigen anderen Klima-Experten we act! Interessierte Unternehmer können sich bei ihm eine unternehmenseigene Klima-Roadmap erstellen lassen.

Mail: gerhard.zirsch@weact.at

neutralität. In Deutschland arbeitet Fokus Zukunft bereits mit der kompletten Möbel- und Holzindustrie im Rahmen des Klimapaktes der „Deutschen Gütegemeinschaft Möbel“ (DGM) zusammen und unterstützt die Mitglieder der Plattform dabei, klimaneutral zu werden. Und zwar zum einen auf Unternehmens- zum anderen auf Produktebene. *(In Deutschland gibt es bereits jetzt freiwillige Produktauszeichnungen zur Klimafreundlichkeit einzelner Produkte, Tendenz steigend.)*



Das ist der Weg zur Klimaneutralität:

1. Erhebung des Status Quo des Unternehmens bzw. Produktes auf Basis des CO₂-Fußabdruckes auf Basis des internationalen Standards des „Greenhouse Gas Protocol“
2. Festlegung der unternehmenseigenen Klima- und CO₂-Reduktions-Ziele
3. Erstellung einer Klima-Roadmap. Durch einerseits Identifizierung von Einsparpotenzialen und andererseits Kompensation durch Klimazertifikate (internationale Klimaprojekte) nichtreduzierbarer Emissionen gemäß dem UN Clean Development Mechanism (CDM)
4. Erfolgsmessung durch Green Controlling und Sustainability Scores (auch als Basis für zukünftige gesetzlich geforderte Nachhaltigkeitsberichte, wie z.B. EU Taxonomie)
5. Erreichung des Klimaziels

Herangezogen werden dazu die oftmals zitierten Scope-Kriterien. Wobei Scope 1 die

direkten Emissionen aus eigener Erzeugung/ Tätigkeit (Heizung, Fuhrpark etc.) meint. Scope 2 beschreibt die Emissionen aus zugekaufter bzw. selbsterzeugter (erneuerbaren) Energie. Scope 3 umfasst alle anderen indirekten Emissionen (z.B. Anreise der Mitarbeiter, Betriebsmittel etc.), inklusive Logistik und Vorprodukte (beim Produkt-Fußabdruck). Aktuell weisen die meisten Unternehmen die Scope 1 und 2 Werte im Rahmen ihres Klima-Berichts aus, der Scope 3-Wert ist meist noch optional, wird aber nun zum Standard in den Berichten.

Prominente Beispiele in Österreich

Betten Reiter hat kürzlich in Kooperation mit Elastica mit der Einführung der neuen Matratze „Austria Green“ die erste zertifizierte, klimaneutrale Matratze aus Österreich mit ermitteltem und mit Zertifikaten zu 100 % kompensiertem CO₂-Footprint auf den Markt gebracht (*mehr dazu auf Seite 56*).

Büromöbelproduzent Hali aus Eferding (OÖ) hat sich als Partner des Klimaaktivpaktes dazu verpflichtet, bis 2025 klimaneutral zu produzieren. 115.000 Möbelstücke produziert Hali jährlich durchschnittlich, mehr als 90 Prozent

des gesamten Strom- und Wärmeverbrauchs des Betriebs fallen in der oberösterreichischen Zentrale an. Die Klima-Roadmap des Unternehmens ist ambitioniert, aber für den Geschäftsführer Manfred Huber ein Muss: „Für uns war von Beginn an klar, dass wir nicht nur Einzelmaßnahmen umsetzen, sondern Nachhaltigkeit in der Unternehmensphilosophie verankern werden.“

Gerhard Zirsch ist jedenfalls erst am Anfang seiner Reise, denn, wie der Manager zum Denken anregt: „Barack Obama meinte bereits vor einigen Jahren, wir sind die erste Generation, die den Klimawandel schon voll zu spüren bekommt und die letzte, die etwas dagegen tun kann ...“

www.fokus-zukunft.com



Nachhaltige Klimastrategie

FOKUS ZUKUNFT



Klimaroad Map und Klimaneutralität

Entwicklung einer umfassenden, integrativen Klimastrategie und nachhaltigen Produktentwicklung mit dem Ziel die Dekarbonisierung in allen Unternehmensbereichen umzusetzen - bis 2035/2040 klimaneutral zu sein.





Nutzen statt Besitzen

– die Funktionalität von Produkten im Fokus nachhaltiger Innovationen

von Mag.a Rebecca Kandut



Stellen Sie sich vor, Sie zahlen nur noch für die Nutzung von Licht, anstatt eine Lampe oder Leuchte zu kaufen. Ihr Wunsch nach Licht und Helligkeit wird erfüllt. Ist eine Lampe kaputt, müssen Sie sich weder um die Reparatur noch um die Entsorgung kümmern. Möchten Sie umziehen oder haben Sie kein Interesse an einer längeren Nutzung, beenden Sie den Vertrag und die Leuchte geht zum Serviceanbieter zurück. Dieser ist im besten Fall an einer Wiederverwendung und/oder dem Recycling von einzelnen Komponenten interessiert.

Diese Form der Nutzung von Licht bietet das Unternehmen Signify an. Hinter dem zukunftsweisenden Geschäftsmodell steckt die Innovationsstrategie von Produkt-Service-Systemen. Anstelle des Verkaufs von physischen Produkten erfüllt ein System aus Produkten und Dienstleistungen die Bedürfnisse der Zielgruppe. Hierbei werden ganzheitlich Reparatur, Rücknahme und Wiederverwendung bzw. Recycling der Produkte als Dienstleistung mitgedacht. Die Dienstleistungen können entweder von einem einzelnen Unternehmen oder einem Verbund von meh-

ren Betrieben geleistet werden. Im Zentrum des innovativen Geschäftsmodells steht das zu erfüllende Grundbedürfnis der Kund*in – die Funktion, die ein Produkt leisten kann. Bei einem Automobil sind bisherige Dienstleistungen wie Wartung, Reparatur oder Assistenzsysteme, die eine spritsparende Fahrweise ermöglichen, bekannt. Diese Dienstleistungen orientieren sich stark an dem Produkt. Doch rückt man die Funktionalität des Fahrzeuges in den Vordergrund, nämlich die der Mobilität, fällt es deutlich leichter sich neue Geschäftsmodelle wie Leasing, Pooling und Vermietung vorzustellen, erklärt Merle Marie Doliwa, M.Sc., Expertin für Produkt-Service-Systeme und aktives Mitglied des gleichnamigen Bündnisses der Cradle to Cradle NGO.

Typen von Produkt-Service-Systemen:

- Produktorientiert: Reparatur und Wartung eines Autos zur Verlängerung der Lebensdauer.
- Nutzungsorientiert: Autovermietung oder -sharing.
- Ergebnisorientiert: Kombination von Fußweg, Fahrrad, Öffis, Carsharing oder Taxi um von A nach B zu kommen in einer Mobilitäts-App.

Produkt-Service-Systeme im Einrichtungsfachhandel

An einem sonnigen Tag mit Blick auf die Hamburger Elbphilharmonie habe ich mit Frau Doliwa, M.Sc., das Potential dieser Geschäftsmodelle für die Einrichtungsbranche diskutiert.

Rebecca Kandut: Wie können Ihres Erachtens nach Möbelstücke als Produkt-Service-System angeboten werden? Was muss hier insbesondere beachtet werden? Worin unterscheidet sich der B2B vom B2C Bereich?

Merle Marie Doliwa: Bei einem Produkt-Service-System muss man neben den Dienstleistungen auch das Produktdesign entsprechend anpassen. Man kann natürlich erst einmal Dienstleistungen wie Wartung und Reparatur anbieten, richtig nachhaltig wird es jedoch, wenn ich an die Dienstleistungen auch mein Produkt anpasse, es beispielsweise zeitloser gestalte, um es wiederzuverwenden oder möglichst modular, um Komponenten einfach auszuwechseln. Insbesondere bei Textilien sollte beachtet werden, dass diese einfach auszutauschen oder abzuwaschen sind, um hygienebedingten Hemmnissen bei einer Zweitnutzung entgegenzuwirken.

Im B2B Kontext sind Produkt-Service-Systeme weit verbreitet. Insbesondere seit den 90er Jahren gilt das Dienstleistungsgeschäft als eine Differenzierungsstrategie gegenüber Produktherstellern aus Niedriglohnländern. Im B2C Kontext finden sich wohl im Vergleich noch wenige Beispiele, aber der Trend geht in diese Richtung. Hierbei ist es sehr interessant zu beobachten, dass es länderspezifische Unterschiede in der Annahme dieser Geschäftsmodelle gibt. Geschäftsmodelle wie Swapfiets bei denen Fahrräder geleast werden, finden einen großen Anklang in den Niederlanden. Mietmodelle werden dort besser angenommen als im deutschsprachigen Raum.

Bei der Entwicklung von Produkt-Service-Systemen geht man wünschenswerterweise von der Funktionserfüllung aus. Der Lösungsraum sollte möglichst groß sein und



eine Offenheit für die eingesetzten Technologien herrschen, um die Funktion für die Zielgruppe zu erfüllen. Häufig liegt der Entwicklung von Produkt-Service-Systemen jedoch ein Produkt als Startpunkt zugrunde. Hersteller von Produkten wie Einrichtungsgegenständen möchten sich differenzieren und mehr Dienstleistungen anbieten. Dies ist ein anderer Startpunkt als mit einem leeren Blatt eine Entwicklung anzugehen. In diesem Falle sollte das Produkt entlang seines



gleichbleibender Qualität im Kreislauf zu halten (kein „Downcycling“). Ein Stuhlbein mit defektem Verbindungsstück kann beispielsweise nach jahrelanger Nutzung noch für eine nächste Kaskade eingesetzt werden, vielleicht adaptiert verarbeitet als Armlehne. Auch in der Möbelbranche ist die mangelnde Ressourcenverfügbarkeit aktuell ein großes Thema. Das Angebot einer Produktrücknahme als Dienstleistung bietet Zugriff auf die eingesetzten

Lebenszyklus betrachtet werden. Es sollte geschaut werden, wie die Funktionalität erhalten werden kann und welche Dienstleistungen helfen können, um diese zu sichern. Für die Funktionserfüllung sollte nicht nur der Kunde in den Entwicklungsprozess eingebunden werden, sondern auch alle anderen beteiligten Stakeholder, die einen Einfluss entlang des Lebenszyklus auf die Funktionalität leisten können. Die Funktion eines Stuhls – bequem zu sein – kann durch eine regelmäßige Auspolsterung durch einen Zulieferer erfolgen, der die Komponenten nicht länger verkauft, sondern seine Dienstleistung für den Endkunden anbietet. Die Monetarisierung basiert also nicht länger nur auf dem Verkauf, sondern kann beispielsweise auf der Nutzung beruhen, sprich ein monatlicher Beitrag oder pro Zeiteinheit die man

auf dem Stuhl sitzt, da dies an die Abnutzung des Stuhls gekoppelt ist.

Kandut: Was geschieht mit einem gemieteten Einrichtungsgegenstand nach Ende der Dienstleistung?

Doliwa: Am Ende des Lebenszyklus eines Möbelstücks muss dieses nicht entsorgt werden. Es ist denkbar einzelne Bestandteile wiederzuverwenden, die weiterhin entsprechend wertig sind. Zielführenderweise wird dieser Aspekt schon von Anfang an beim Design berücksichtigt. Ein modular aufgebautes Möbelstück kann in mehreren Kaskaden wiederverwendet werden, wenn dies von Beginn an als Geschäftsmodell angestrebt und die Komponenten dementsprechend geplant werden. Eine Kaskadennutzung ermöglicht Materialien lange und in

schwierig zu beschaffen und teilweise mit langen Lieferzeiten verbunden sind. Spannend wird es, wenn man die Einrichtungsgegenstände als Materiallager für neue oder die gleichen Einrichtungsgegenstände versteht und eben so die Produkte designed, um möglichst nachhaltig mit den Ressourcen hauszuhalten.

Potentiale von Produkt-Service-Systemen

Servicesysteme legen den Fokus auf die Erfüllung der gewünschten Funktion und können wirtschaftlichen Aufschwung durch die Erschließung neuer und stetiger Einnahmequellen ermöglichen. Das Dienstleistungskonzept kann bei Produktherstellern als Differenzierungsstrategie gegen eine zunehmende Sättigung im Markt und den damit einhergehenden unermüdlichen Preiskampf dienen. Zusätzliche Dienstleistungen bieten Differenzierungspotentiale gegenüber den Wettbewerber*innen und einen Mehrwert gegenüber Konkurrenzprodukten oder etwaigen Imitator*innen aus Niedriglohnländern. Produktionspreiskämpfe und Skaleneffekte fallen für Dienstleistungen nicht so stark ins Gewicht. Zudem ist durch die Serviceleistung eine wesentlich engere Bindung zur Zielgruppe und ein individuelleres Eingehen auf Bedürfnisse der Kund*innen erreichbar, meint Merle Marie Doliwa, M.Sc.

Kontakt:

Bündnis Product as a Service der Cradle to Cradle NGO
<https://ehrenamt.c2c.ngo/buendnis-paas/>



Fotos diese Seite: Deemerwha studio/VGstockstudio/Shutterstock.com



Ist die Menschheit eine Fehlkonstruktion?



Rein körperlich betrachtet ist der Mensch auf der Erde ein mittelmäßiges Lebewesen. Wir sind weder Geschöpfe für die Luft, noch für Wasser und auch am Land hat uns die Evolution eher vernachlässigt. Wir sind sogenannte Allrounder mit körperlich nicht herausragenden Eigenschaften. Quasi als Ausgleich wurde unser Gehirn mit besonderen Fähigkeiten ausgestattet.

Allein die Masse unseres Gehirns gibt uns die Möglichkeit enormes Wissen anzuhäufen, aus der Vergangenheit zu lernen und mit jeder Generation das Leben auf unseren Planeten zu verbessern. Doch wir lernen scheinbar nicht aus Kriegen, aus Pandemien oder unserem destruktiven Umgang mit der Natur. Planetengerechtes Verhalten steht anscheinend nicht im Lehrplan des Menschen.

Der 6. April 2022, der Earth Overshoot Day für Österreich, war ein mahnender Tag und markiert das Datum an dem die Nachfrage der Menschheit nach ökologischen Ressourcen

und Dienstleistungen (nach österreichischem Lebensstandard) das übersteigt, was die Erde in diesem Jahr regenerieren kann. Demnach hätten wir ab 7. April unser Leben in Österreich einfrieren müssen.

Unser Verstand hat ein Problem mit Normen und Standards. Diese zu akzeptieren fällt sehr vielen zusehends schwerer (z.B. Geschwindigkeitsbeschränkung oder Coronamaßnahmen). Auch der Begriff Nachhaltigkeit wird von zu vielen Akteuren uminterpretiert und verfälscht. Viele stellen ihre eigenen „Regeln“ oder eigenen „Zertifikate“ auf und verunsichern damit bewusst oder unbewusst den Konsumenten. Es gibt in unserem Land für mich noch keinen sichtbaren Willen eindeutige Vorgaben gegen das Greenwashing zu entwickeln. Der Einfluss der tonangebenden Wirtschaft ist anscheinend zu erheblich. Was dabei herauskommt ist nicht zu übersehen.

Wir müssen etwas tun

Der Raubbau an den Ressourcen unserer Erde, lässt mich an uns Menschen zweifeln. Wir als Gesellschaft wissen schon seit Jahren,

WIR MÜSSEN ETWAS TUN um unseren Lebensstandard auf unserem Planeten aufrecht zu erhalten (Wissenschaftler weisen schon seit Jahrzehnten daraufhin). Zugegeben, es hat sich im Kleinen schon viel getan, aber an den wesentlichen Stellschrauben wurde noch zu wenig gedreht. Wenn ich mit einem Fahrzeug auf einen Abgrund zusteure, ist eine Notbremsung mit überschaubaren kleineren Blessuren (im Verhältnis) immer noch besser als in den Abgrund zu stürzen.

Es ist eine destruktive Logik hinter unserem Verhalten zu entdecken – anfangen müssen immer die anderen. Immer öfter höre ich den Vorwand, der eigene Anteil ist so verschwindend klein und fällt nicht ins Gewicht. Ein plakatives Beispiel dazu ist unser viel verbreitetes Konsumverhalten, im besonderen vieler Luxusartikel. Die meisten wissen, wir müssen den CO₂ Ausstoß senken und dessen ungeachtet werden immer noch Waren angeboten und gekauft die eine enorme Menge an CO₂ ausstoßen, die einen überproportionalen Verbrauch an fossiler Energie haben oder keine Rücksicht auf unser Ökosystem Erde nehmen.



Veränderung in der Möbelbranche?

Auch in unserer Möbelbranche fehlt mir der überzeugende Wille zur Veränderung, zum Erhalt eines lebenswerten Planeten. Am besten sichtbar ist dies bei den 80 % Massenwaren, die überwiegend billigst produziert werden. Welche Materialien verwendet werden, welche Umweltbelastung in Summe entsteht (Produktion und Transport), welche personelle Ausbeutung stattfindet – dies alles ist scheinbar unwichtig. Die Kunden kaufen wie wild und auch für den Produzenten scheint alleine der Profit zu zählen.

Der überwiegende Teil der Möbelstoffe wird z.B. aus erdölbasierten Kunststoffen in Billiglohnländern erzeugt. Holz kommt zu einem erheblichen Teil aus sibirischen Wäldern oder schützenswerten Regenwäldern (was uns jetzt auf den Kopf fällt). Kunststoffe werden immer mehr statt weniger eingesetzt, Schaumstoffe für Möbel werden zu einem überwältigenden Teil aus fossilem Rohöl erzeugt usw.

Bei den restlichen 20 %, nennen wir es den exklusiven Bereich, gibt es durchaus ernstzunehmende Bestrebungen zu nachhaltigen und ökologischen Produkten. Wenn man aber genauer hinschaut, gibt es auch hier noch (zu)viele Produkte mit einer problematischen Nachhaltigkeitsbilanz.

Auch in unserer Branche sind die „Wohlhabenden“ ein wichtiger Auftraggeber, die aber anteilmäßig die größeren „Umwelt-Problem-



verursacher“ sind. Wir werden unsere aktuellen Krisen und Probleme nur in den Griff bekommen, wenn alle Teile der Gesellschaft ihren unverzichtbaren Beitrag leisten. Je größer der negative Fußabdruck ist, desto größer sollte auch der Veränderungswille sein.

Warten wir nicht bis der Druck vom Kunden kommt oder uns überrumpelt. Verändern wir unsere eigene Einstellung zur zeitgerechten Produktionsweise und angebotenen Dienstleistungen schnellstmöglich und mit beharrlichem Nachdruck auf 100 % Nach-

haltigkeit und geringeren CO₂ Ausstoß. Diese Entwicklung sollte in aller Konsequenz umgesetzt werden und gleichzeitig auch die Lebensgrundlage von Mensch, Tier und Natur geschützt werden.

Mir fehlt einfach der sichtbare, interne Wille zur Veränderung unserer Branche. Die jetzigen Preissteigerungen und Lieferprobleme könnten aber auch ein Segen für die Umwelt sein und den notwendigen Veränderungsprozess antreiben. Ich denke da an den schnellen Ausstieg der ineffizienten Glühbirne, wo klare Verbote einiges zum besseren bewirkt haben und unser Erfindergeist geweckt wurde. Ohne anhaltenden Druck der Gesellschaft und mehr oder weniger gesetzlichen Zwang geht's anscheinend nicht. Doch wenn wir noch länger warten, verlieren wir die Steuerung, denken Sie daran.

www.agentur-kandut.at

Walter Kandut

betreibt gemeinsam mit seiner Frau Elisabeth die „agentur für wohnen und mehr“ in Wien. Seine Handelsagentur mit Schwerpunkt auf Service und Kompetenz für den exklusiven Möbel- und Objektfachhandel baut auf über 30-jährige Erfahrung im Verkauf und als Agentur.





Der Wille ist da

Die Österreicher*innen wollen, dass Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung verstärkt in unsere Leben einziehen. Das ergab eine Umfrage des Gallup-Instituts im Auftrag der VAV.

Allerdings lässt die Ist-Situation hier noch viel Luft nach oben: Denn nur 17 % der Befragten würden ihren Lebensstil bereits jetzt als nachhaltig bezeichnen. Besser sieht es hier mit den Verhaltensweisen aus: 57 Prozent bezeichnen diese zumindest als eher nachhaltig, 23 Prozent sagen hingegen auch, dass sie eher nicht oder gar nicht auf Nachhaltigkeit achten.

Sven Rabe, Vorstandsvorsitzender der VAV, sieht hier eine Diskrepanz: „Der öffentliche Druck hat zu einem Bewusstsein für die Notwendigkeit eines nachhaltigen Lebensstils geführt. Gleichzeitig ist ein großer Teil der Menschen überzeugt, diesen Anforderungen nicht zu entsprechen.“

Würden Sie Ihren Lebensstil als nachhaltig und umweltschonend bezeichnen?



Basis: n = 1000; Angaben in %
Quelle: Repräsentative Studie im Auftrag der VAV Versicherung; Lang & Tomaschik Communications, Gallup Institut
Fehlende Angaben auf 100 % - Rundungsdifferenz



Einschätzung Nachhaltigkeit



„Das Bewusstsein ist da!“

Sven Rabe, Vorsitzender des Vorstandes der VAV Versicherung

Der Beruf macht den Unterschied

Das Geschlecht oder Alter hat dabei eher wenig Auswirkungen auf die Einschätzung der eigenen Verhaltensweisen. Viel mehr fallen hier ausgeübter Beruf und Einkommen ins Gewicht: Freiberufler und Selbstständige weisen sich zu 29 Prozent selbst einen durchgängig nachhaltigen Lebensstil zu und liegen damit weit über dem Durchschnitt, bei Schülern und Studenten sind es 21 Prozent und bei den Pensionisten 18 Prozent. Die geringste Neigung zum schonenden Umgang mit Ressourcen haben Studienteilnehmer mit einem Einkommen von bis 2.500 Euro monatlich (17 % „Ja“ und 50 % „eher ja“) In

der Einkommensgruppe bis 3.000 Euro wird deutlich häufiger, mit 64 Prozent, ein „eher ja“ gewählt.

Stadt, Land, Fluss

Ausschlaggebend ist hier auch die Größe des Wohnortes. In Städten mit mehr als 50.000 Einwohnern meinen 80 Prozent einen ökologisch vertretbaren Lebensstil zu pflegen. 10 Prozent wählten klar das „Ja“, 70 Prozent „eher ja“. In Orten mit bis zu 5.000 Einwohnern fällt das Votum mit 18 Prozent „Ja“ und 55 Prozent „eher ja“ hingegen selbstkritischer aus. Bei mittleren Siedlungsgrößen bis zu 50.000 Einwohnern wählten 14 Pro-

zent „Ja“ und 62 Prozent „eher ja“. Und: Wohnungs- und Hauseigentümer sehen ihre Lebensweise nachhaltiger als Mieter. Von den Mietern halten 69 Prozent ihre Lebensgewohnheiten für nachhaltig oder eher nachhaltig (15 Prozent „Ja“, 54 Prozent „eher ja“). Bei Eigentümern sind es mit 78 Prozent – 18 Prozent „Ja“ und 60 Prozent „eher ja“ – deutlich mehr.

Alles wird gut

Die Richtung stimmt jedenfalls, mag man angesichts dieser Studie meinen. Auf die Frage „Werden Sie Ihren Lebensstil künftig nachhaltiger und umweltschonender gestalten?“ antwortet eine Mehrheit mit „Ja“ oder „eher ja“ (12 Prozent „Ja“, 46 Prozent „eher ja“). 35 Prozent (neun Prozent „nein“, 26 Prozent „eher nein“) wollen nichts ändern. Relevant ist hier vor allem das Alter der Befragten: Je jünger, umso ausgeprägter ist die Absicht zu

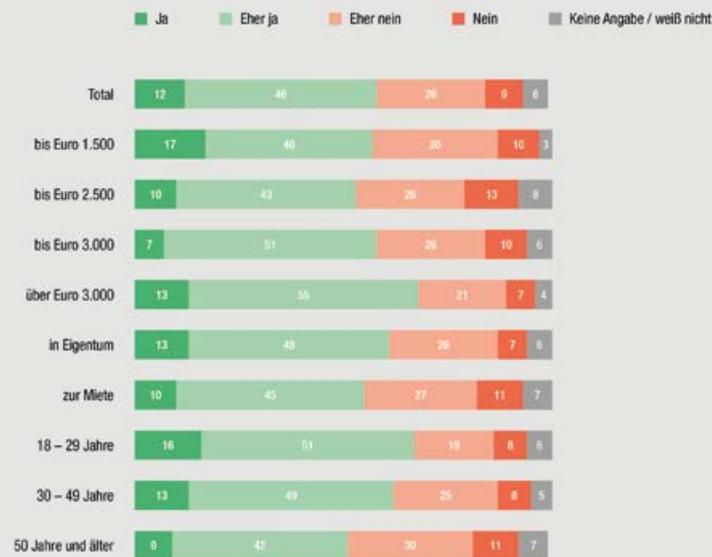


einer Veränderung. Zwischen 18 und 29 Jahren wählen 16 Prozent „Ja“, während es bei 50 plus nur noch neun Prozent sind. Bei Einkommen über 3.000 Euro zeigt sich ein stärkeres Bewusstsein für Veränderung als in niedrigeren Einkommensgruppen. In der Kohorte der Bestverdiener wählen 13 Prozent „Ja“ und 55 Prozent „eher ja“. Auch bei Wohneigentümern sind gute Vorsätze mit 13 Prozent „Ja“ und 48 Prozent „eher ja“ weiter verbreitet als unter Mietern, die zu 10 Prozent mit „Ja“ und 45 Prozent mit „eher ja“ stimmen.

Für die Studie wurden vom österreichischen Gallup Institut 1.000 Probanden in ganz Österreich befragt. Befragungszeitraum war Dezember 2021.

wohnbarmeter.vav.at

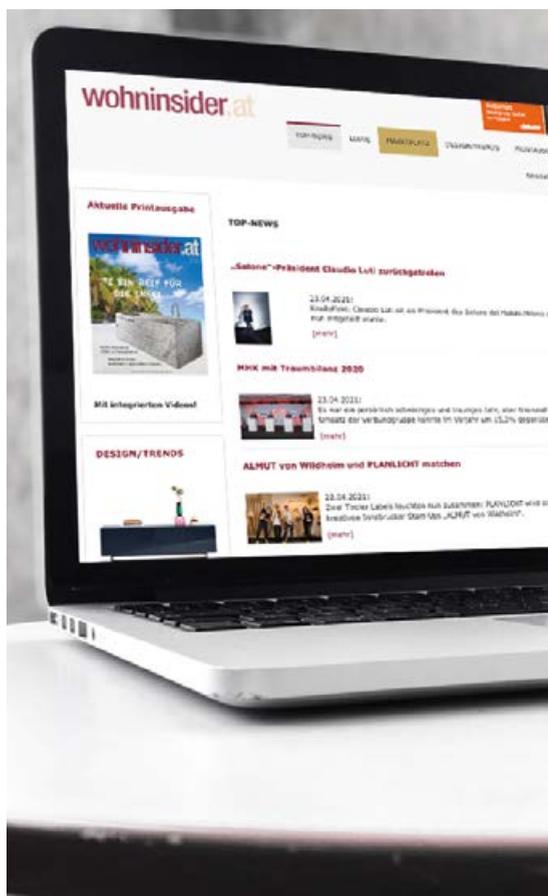
Werden Sie Ihren Lebensstil künftig nachhaltiger und umweltschonender gestalten?



Basis: n = 1000; Angaben in %
 Quelle: Repräsentative Studie im Auftrag der VAV Versicherung; Lang & Tomaschik Communications, Gallup Institut
 Fehlende Angaben auf 100 % = Rundungsdifferenz

Im Auftrag von
VAV
 VERSICHERUNGEN

Zukünftiger Lebensstil



www.wohninsider.at

» Ihr direkter Draht in die Einrichtungsbranche

- Tägliche TOP-NEWS** aus und für die Branche
- Die aktuelle **PRINTAUSGABE** immer und überall als **eBook** lesen
- Produktvorstellungen und Bestseller im **MARKTPLATZ**
- DESIGN : TRENDS** – Updates aus dem Designbereich
- NEWSLETTER:** Wöchentlich an rund 4.200 digitale Abonnenten aus der Einrichtungsbranche. Gleich anmelden unter: www.wohninsider.at/anmeldung/newsletter.html

Folgen Sie uns:  /wohninsider  /Gerhard Habliczek



Premiere mit positivem Impact

Nachhaltigkeit ist für guut nicht genug. Die österreichische Manufaktur präsentiert mit „finiix“ die erste, in Österreich hergestellte CO₂-negative Möbellinie und setzt ein klares Statement.

Die Verwandlung eines Baumes in ein Möbelstück ist gleichsam seine Palingenese – wie der Phönix aus der Asche wird er wiedergeboren. Diesen Gedanken übersetzt guut mit „finiix“ in die erste, in Österreich hergestellte CO₂-negative Möbellinie und geht damit einen Schritt weiter, über Nachhaltigkeit ins Circular Design hinaus.

Mehr als nachhaltig

Alle Fragen rund um Design und Kreislaufwirtschaft mit einem positiven Impact zu beantworten, hat sich guut zum Ziel gesetzt – und „finiix“ folgt dem Dogma des Unternehmens auf ganzer Möbellinie. Durch die Reduktion aufs Wesentliche bei der Materialwahl und die Einfachheit der Verarbeitung wird sichergestellt, dass möglichst wenig Abfall beim Fertigungsprozess anfällt und die Produkte CO₂-neutral in Österreich gefertigt sowie alle verwendeten Materialien in Kreisläufen geführt werden können. Das Nachhaltigkeitsverständnis des Labels beginnt dabei durch die Verwendung von regionalem Holz aus nachhaltiger Bewirtschaftung bereits bei der Auswahl der hochwertigen Rohstoffe für die auf dem Kreislaufwirtschaftsgedanken basierende Möbellinie, reicht über die ressourcenschonende und energieeffiziente Fertigung mit erneuerbaren Energien bis zur einfachen



„finiix“ von guut ist die erste, in Österreich hergestellte CO₂-negative Möbellinie.

Wartung und Reparatur sowie Distribution mit minimalem Energieaufwand dank cleverer Optimierung des Produktdesigns, inkludiert ebenso auch ethische und soziale Standards für Arbeitsbedingungen und das Kreislaufdenken für das nächste Leben nach der Nutzung, sei es als Möbel oder anderes Objekt. Selbst wenn ein Möbelstück in der Natur zurückgelassen wird, wird es wie jedes andere organische Material vollständig kompostiert

und in die Natur integriert. Das ist, was guut nachhaltig und kreislauffähig nennt.

Möbel-design mit klarer Mission

Seine Begeisterung für nachhaltige Möbel will das Unternehmen weitergeben, mit „finiix“ nachhaltiges Möbel-design leistbar, für eine breite Öffentlichkeit und ein jüngeres Zielpublikum attraktiv und zugänglich machen. Dafür spricht auch das zeitlose, durchdachte und faszinierende Design aus der Feder der Designer Christian Kroepfl und Andrés Fredes, welches die aus einem Bett, Seitentischchen, einer Bar, einem Sideboard, Turm und Kasten



bestehende Möbellinie charakterisiert, die bald um ein Sofa und einen Schreibtisch erweitert wird. Abgerundete Formen werden mit sich wiederholenden Holzstäben kombiniert, verleihen den intuitiv in wenigen Minuten montierbaren Möbelstücken Stabilität und einen klassischen und zugleich raffinierten Look. Einfach und minimalistisch mit großer Wirkung, nachhaltig und kreislauffähig, setzt „finiix“ von guut in jeder Hinsicht Akzente.

www.guut.at



Die Möbellinie umfasst neben einem ausdrucksstarken Bett u.a. auch ein Sideboard und Seitentische mit faszinierendem Design.



Leuchtende Kunstwerke aus Furnier

Hier ist echte Handarbeit gefragt: Bei Gofurnit aus Köln werden mit viel Aufwand aus edlen Furnieren leuchtende Kunstwerke gefertigt.

Bei der Herstellung der Designerlampen für Boden, Wand, Decke oder zum Beispiel den gemütlichen Esstisch steht Nachhaltigkeit im Vordergrund. Angefangen von der Herkunft der Furniere über das Upcycling von Produktionsresten bis hin zu plastikfreiem Verpackungsmaterial und dem CO₂-neutralen Versand.

Bei Gofurnit werden von einem kleinen Team enthusiastischer Furnier-Liebhaber feine Designerlampen hergestellt. Das Holz dafür stammt von FSC-zertifizierten Herstellern, wobei das Furnier in Deutschland hergestellt und dort auch mit einer extra entwickelten Gewebestruktur versehen wird. Diese macht es besonders biegsam und langlebig – entscheidend für die Produktion der von dem Kölner Unternehmen angebotenen spiralförmigen Leuchten. „Die einzelnen hauchdünnen Holzstreifen werden von uns besonders sorgfältig ausgesucht und verarbeitet. Dank deren spiralförmiger Anordnung hat man nicht mit Staubablagerungen zu kämpfen und das mit einem UV-Lack behandelte Holz ist insgesamt besonders resistent gegen Sonnenlicht, robust und gleichzeitig pflegeleicht“, so Manuel Döpfer, Designer und Geschäftsführer der Lampenschmiede. Und er hat auch einen Tipp für alle, die eine aus Furnier gefertigte Spirallampe doch einmal säubern wollen: „Ein einfacher Abstauber oder ein leicht feuchtes Tuch reicht völlig“, so der Fur-



nierprofi. Die Reste, die bei der Herstellung der Leuchten entstehen, werden zu Lesezeichen und Obstschalen weiterverarbeitet. „Von dem Erlös dieser nebenbei hergestellten Produkte spenden wir einen großen Teil an die Schutzgemeinschaft Deutscher Wald e.V., die sich für die Aufforstung heimischer Wälder einsetzt“, so Döpfer. „Das ist ein weiteres schönes Beispiel dafür, was für ein großartiges Material Furnier ist.“

Furnierte Möbel und Einrichtungsgegenstände sind seitens der Industrie und auch der Kundschaft nach wie vor sehr gefragt. Außerdem ist das individuelle Naturmaterial längst in Designerkreisen angekommen und hat

auch beim Umweltschutz ein gehöriges Wörtchen mitzureden“, so die langjährige Wohnanalytikerin und Geschäftsführerin der Initiative Furnier + Natur (IFN), Ursula Geismann.

Initiative Furnier + Natur (IFN)

Die Initiative Furnier + Natur (IFN) e.V. wurde 1996 von der deutschen Furnierwirtschaft und ihren Partnern gegründet. Heute wird sie von europäischen Unternehmen aus der Furnierindustrie, dem Handel und der furnierverarbeitenden Industrie sowie Fachverbänden der Holzwirtschaft getragen. Ziel des Vereins ist die Förderung des natürlichen Werkstoff-Allrounders Furnier.

www.furniergeschichten.de



Das Team von Gofurnit aus Köln fertigt echte Hingucker aus Furnier.





Awards gehen an fünf Preisträger

Welche österreichischen Unternehmen und Persönlichkeiten tun dem Wald besonders gut? Die Antwort gab PEFC Austria als Siegel für nachhaltige Waldwirtschaft am 2. Juni 2022, am höchsten Berg Österreichs, dem Großglockner.



„Dass wir heute die Nachhaltigkeit am Großglockner in 2.369 Metern Höhe an die große Glocke hängen dürfen, verdanken wir einem der Award-Gewinner“, erklärte PEFC Obmann Dr. Kurt Ramskogler die spektakuläre Ortswahl.

Kategorie „Promotion“: GROHAG

Die GROHAG setzt zur Produktion ihrer jährlich bis zu 1,5 Mio. Werbemittel seit 2021 auf Papier mit dem PEFC Siegel, also ausschließlich auf Rohstoffe aus nachhaltiger Herkunft. Dr. Hörl erklärte das Motiv für diese Entscheidung in einem Impulsvortrag zum Spannungsfeld Tourismus, Verkehr und Natur. Er sagte: „Die Nachhaltigkeit besitzt in der GROHAG-Gruppe, die fünf Ausflugsziele mit 2,5 Mio. Gästen jährlich betreut, den allerhöchsten Stellenwert, und die PEFC Zertifizierung aller Werbemittel und Hochbauten hilft uns entscheidend dabei, inmitten von Schutzgebieten nachhaltig zu agieren.“

Kategorie „CoC – Chain of Custody“: BENE GmbH

Als Möbelhersteller setzt auch die BENE GmbH auf Nachhaltigkeit gemäß den PEFC-Kriterien. Der Award-Gewinner in der Kategorie „CoC – Chain of Custody“ wirkt aus voller Überzeugung an einer transparenten Wertschöpfungskette vom Wald bis zum Produkt mit. Das PEFC Siegel für Produkte aus

garantiert nachhaltiger Waldwirtschaft findet sich dank BENE sogar im österreichischen Parlament wieder, denn das Unternehmen mit Sitz in Waidhofen/Ybbs, Niederösterreich, stattet es nach dem Umbau mit PEFC zertifizierten Möbeln aus.

Kategorie „Wald“: Viktoria Hutter

Als Waldbesitzerin steht Ing. Viktoria Hutter, B.Sc. am Beginn der Holzkette. Seit sechs Jahren führt die Preisträgerin der Kategorie „Wald“ ihren eigenen PEFC zertifizierten Forstbetrieb. Wo die Staatsmeisterin der Waldarbeit und ausgebildete Forstfacharbeiterin wirkt, setzt sie sich mit Herzblut für den Wald ein, ob im Rahmen einer aktiven und nachhaltigen Waldbewirtschaftung, als erste niederösterreichische Waldkönigin oder als Initiatorin des Projekts waldsetzen.jetzt.

Kategorie „Persönlichkeit“: MEP Simone Schmiedtbauer

Als politisch versierte Powerfrau der nachhaltigen Waldwirtschaft erhielt Simone Schmiedtbauer den PEFC Award „Persönlichkeit“. Als Abgeordnete zum Europäischen Parlament setzt sie sich seit 2019 für die Interessen der heimischen Forstwirtschaft auf EU-Ebene ein. In der Steiermark, unweit von Graz, bewirtschaftet sie aber auch noch über zwölf Hektar Forst und sagt über die Waldzertifizierung: „PEFC ist für uns eine Selbst-

verständlichkeit, weil es ein Qualitätssiegel ist. Und wo PEFC draufsteht, ist nachhaltige Familienforstwirtschaft drin.“

Kategorie „ZÖFU“: Holz Klade GmbH

PEFC Austria hebt in der Kategorie „ZÖFU“ (zertifizierte österreichische Forstunternehmen) heuer besonders Holz KLADE hervor. Das Kärntner Familien-Unternehmen achtet auf die hervorragende Ausbildung, einwandfreie technische Ausstattung und Work-Life-Balance seiner Mitarbeiter:innen – und damit neben ökologischer und ökonomischer Nachhaltigkeit auch explizit auf den sozialen Aspekt der Nachhaltigkeit. Erfolge sind daher einerseits die langjährige Mitarbeiterbindung und andererseits die effektive Abgrenzung zu Billiganbietern.

Videoportraits 2021 und Teilnahmeinformationen 2022

„Teil des PEFC Awards für Nachhaltigkeit sind Videoportraits der Preisträger:innen, um das Engagement für nachhaltige Waldwirtschaft und Holzverarbeitung im Sinne des PEFC Siegels sichtbar zu machen“, so DI Gerhard Pichler, PEFC Geschäftsführer. Sie wurden gemeinsam mit Wood-Influencer und Buchautor Artur Cisar-Erlach aufgenommen und sind unter folgendem Link zu finden: www.pefc.at/pefc-backstage

www.pefc.at



PERFEKT FÜR MENSCH UND NATUR

Entdecken Sie nachhaltige und wohngesunde Küchen
für einzigartige Küchenplanungen.





Die Revolution der Küchenarbeitsplatte:
Geformt aus zerkleinertem Naturstein und
recyceltem Material. Verbunden für die
Ewigkeit – da immer wieder recyclebar.
Mit diesem Meisterwerk lauschen Sie
den Geschichten der Vergangenheit und
schreiten in eine nachhaltige Zukunft.
Alpinova exklusiv by STRASSER.

alpinova

**DIE ERSTE RE-STONING
KÜCHENARBEITSPLATTE
WELTWEIT.**