

pbs magazin

PLATTFORM FÜR PAPIER-, BÜRO-, SCHREIBWAREN & TRENDS



Nachhaltige Verpackung

Reduzierte CO₂-Emissionen

Natürliche Klebeformel



P.b.b. GZ 022033031M Heymann & Jahn Druck u. VerlagsmbH, Lindengasse 31-33/4/4, 1070 Wien € 4,-

Flinke Flasche: Flasche aus 88% recyceltem Rohstoff, 95% natürliche Inhaltsstoffe (inklusive Wasser).
Alleskleber: 100% recycelte Kappe & TLG, 57% natürliche Inhaltsstoffe (inklusive Wasser).
Stic: Behälter aus 53% recyceltem Rohstoff, 98% natürliche Inhaltsstoffe (inklusive Wasser).
Reduzierte CO₂ Emissionen im Vergleich zu den Standardprodukten.

LET'S CREATE TOMORROW.

Im Falle eines Falles – UHU



Die Stärken sichtbar machen

Das vielzitierte Weihnachtsgeschäft, das die Kassen klingeln lässt und für einen Run auf die Einzelhandelsgeschäfte sorgt, lässt sich eher zögerlich an. Die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen, die Ungewissheit der politischen Entwicklungen, die für viele knapper werdenden Haushaltsbudgets wirken sich auch auf das Einkaufsverhalten – und in vielen Fällen damit auch auf das für Geschenke vorgesehene Budget – aus.

Weihnachten nicht ohne Geschenke

Die Offerista Group hat in acht europäischen Ländern abgefragt, wie das Einkaufsverhalten beim Thema Weihnachten aussehen wird. Laut dieser Umfrage planen 21,1 % der Österreicher:innen dieses Jahr keine Weihnachtseinkäufe, um Kosten zu sparen. Und weitere 20,5 % geben an, dass sie nie Weihnachtseinkäufe machen. 16,5 % haben mit ihren Weihnachtseinkäufen bereits im November begonnen. Viele starten mit Dezember (13,6 %) und viele auch dann, wenn die Weihnachtsangebote starten (13 %). Nur knapp 5 % sind wirkliche Last-Minute-Shopper und beginnen erst eine Woche vor Weihnachten. Europaweit sieht es ähnlich aus.

Als Inspirationsquelle für Geschenkideen, Dekoration, Festessen & Co liegen in Österreich die lokalen Geschäfte mit 39,6 % knapp vor Social Media. 39,1 % geben dies als Inspirationsquelle an, gefolgt von Printmedien (33,7), Newslettern (24,3), TV (19,8) sowie Online in Blogs und Websites (15,8). Europaweit liegt Social Media hier vor den lokalen Geschäften. Beim Shopping für Weihnachten sind den Österreicher:innen das Preis-Leistungsverhältnis (35,2), Sonderangebote (29,7) und die Produktvielfalt (14,9) besonders wichtig. Das Preis-Leistungsverhältnis ist auch in allen anderen Ländern wichtig (39,4).

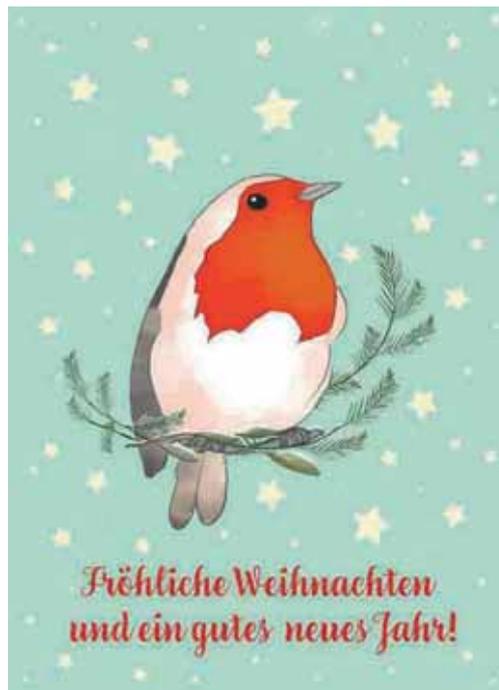
Stationär muss Flagge zeigen

In Österreich planen 50 % der Schenkwillingen, ihre Weihnachtsgeschenke sowohl online als auch stationär zu kaufen. Im Jahr 2022 lag dieser Wert noch bei 46 %. Zurückgegangen ist hingegen der Anteil jener Personen, die nur stationär kaufen. 35,6 % wollen nur im Geschäft kaufen, im vergangenen Jahr waren es noch 40 %. Und 14,4 % wollen ihre Weihnachtseinkäufe nur online erledigen.

Was ist besonders beliebt?

Die Top 3 in Österreich gehen an Spielwaren (45,5 Prozent) vor Kleidung, Schuhen, Accessoires, Sportartikel (38,6) und Kosmetikartikel, Parfums (35,6). Dahinter folgen Deko-/Wohnartikel (28,2), Essen/ Trinken (26,7), Bücher/Games/

CDs/Platten/Konzerttickets (23,3), Handys/Computer/Tablets/ Smart Home Geräte (16,3), Haushaltsgeräte (11,9) sowie Elektrogeräte für Beauty und Wellness (9,9). Hier gibt es in den einzelnen Ländern doch einige Unterschiede. Spielwaren sind nur in Frankreich (48) noch beliebter als in Österreich. In allen 8 Ländern führt der Bereich Nahrungsmittel und Getränke das Ranking an, gefolgt von Kleidung, Sportartikel, Schuhe, Accessoires, und am dritten Platz Spielwaren.



© nobis design

Ein zufriedenstellendes Weihnachtsgeschäft, erholsame und stimmungsvolle Weihnachtsfeiertage sowie ein erfolgreiches, aber vor allem auch gesundes Jahr 2023 wünscht, im Namen des Teams von Verlag und Redaktion

Christa Poporum



Nachhaltigkeitsstrategie wird forciert

Seit über 80 Jahren bietet UHU – getreu dem Motto Im Falle eines Falles – für jeden Klebefall den passenden Klebstoff, in der Freizeit, im Kindergarten, in der Schule, zu Hause oder im Büro. Und hat in seinen Unternehmensrichtlinien eine klare Strategie zur Umwelt- und Ressourcenschonung verankert, die zum Beispiel deutlich in den UHU ReNATURE Produkten sichtbar wird.

Als erster Klebestift überhaupt wurde im Jahr 2014 der UHU stic ReNATURE mit dem Österreichischen Umweltzeichen ausgezeichnet. Mittlerweile ist auch die UHU flinke flasche ReNATURE Träger des Österreichischen Umweltzeichens, beide Klebeprodukte, aber auch der Kleberoller UHU GLUE ROLLER sowie die Nachfüllkassette und der UHU Correction Roller nachfüllbar, tragen mehrere international anerkannte Umweltzeichen. Nun wurde die UHU Premiummarke ReNATURE um ein Produkt erweitert, und zwar um den UHU Alleskleber ReNATURE.

Natürliche Inhaltsstoffe, innovative Verpackungen

Respektvoller Umgang mit der Umwelt durch eine effiziente und verantwortungsvolle Verwendung von Ressourcen sowie die Prüfung der Verwendung erneuerbarer und recycelter Materialien für Produkte und Verpackungen sind für den Markenhersteller UHU ‚state of the art‘, genauso wie die Reduzierung der Umweltbelastung durch optimierte Produktionsprozesse sowie die Reduktion von Abfallmaterial insgesamt. Basis sind zertifizierte Qualitäts-, Umwelt- sowie Gesundheits- und Arbeitsschutz-Management-Modelle. Nachhaltigkeit bedeutet unter anderem einen hohen Anteil an natürlichen Inhaltsstoffen in der Rezeptur und die Verwendung innovativer,



umweltfreundlicher Verpackungen. Ein weiteres Kriterium ist die Senkung des CO₂-Ausstoßes durch den Einsatz von Ökostrom im Herstellungsprozess, forciert wird auch die Verwendung nachwachsender bzw. recycelter Rohstoffe. Die verbleibenden CO₂-Emissionen bei der Jahresproduktion aller UHU ReNATURE Produkte werden durch unabhängige Experten berechnet – von der Rohstoffen über alle Produktionsschritte bis hin zur Entsorgung – und durch zertifizierte Klimaschutzprojekte mit dem Partner ClimatePartner kompensiert.

UHU ReNATURE im Detail



UHU Alleskleber ReNATURE

- NEU: 100% recycelte Tube und Kappe
- Reduzierter CO₂-Fußabdruck
- 100% lösungsmittelfrei,
- 100% Leistung
- 56% natürliche Inhaltsstoffe
- Dermatologisch getestet (sehr gut)
- Sicher in der Anwendung für Kinder und Erwachsene





UHU flinke flasche ReNATURE

- Der nachhaltigste Twist & Glue aller Zeiten: 98% natürliche Inhaltsstoffe
- Verbesserte Leistung
- Flasche mit 88% pflanzlichen Inhaltsstoffen
- Lösemittelfrei
- Dermatologisch getestet



UHU stic ReNATURE

- Behälter aus 58 % nachwachsenden Rohstoffen
- Reduzierter CO2-Fußabdruck
- Spart fossile Ressourcen
- Einzigartige Schraubkappe schützt vor Austrocknung
- Klebformel aus 98 % natürlichen Inhaltsstoffen (inkl. Wasser)
- Ohne Lösungsmittel
- Klebt schnell, stark und dauerhaft
- Sehr ergiebig und kalt auswaschbar

Nachhaltigkeit international ausgezeichnet

Das UHU ReNATURE-Sortiment zeigt, dass auch kleine Produkte einen großen Beitrag zum Umweltschutz und zur Schonung knapper fossiler Ressourcen leisten können. Dies wird auch durch mehrere internationale Auszeichnungen dokumentiert. Wie oben schon angeführt, tragen der UHU stic ReNATURE und die UHU flinke flasche ReNATURE das Österreichische Umweltzeichen, beide Produkte tragen auch das Nordic Swan Label. Der UHU Stic ReNATURE und die UHU flinke flasche ReNATURE wurden als erste Klebstoff-Marke offiziell mit dem Green Brand Label ausgezeichnet. In der Begründung heißt es unter anderem, dass das ReNATURE Sortiment mit Formeln und Verpackungen auf Basis von biobasierten Materialien hilft, die Umwelt zu schützen. Und schließlich wurde der UHU stic ReNATURE in der Kategorie Nachhaltigkeit bereits 2014 vom Industrieverband Papier, Büro, Schreibwaren in Deutschland zum PBS Produkt des Jahres gewählt. Und die Begründung gilt nach wie vor: ... besonders durch seinen

richtungsweisenden Einsatz an nachwachsenden Rohstoffen und der damit verbundenen Schonung der natürlichen Ressourcen und der Umwelt wurde der Nachhaltigkeitspreis verliehen. Bei UHU ist umweltbewusstes und generationsübergreifendes Denken und Handeln ein fester Bestandteil der Unternehmenspolitik. Die soziale Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern und der Schutz aller zur Produktion notwendigen Ressourcen ist dabei Herausforderung und Selbstverpflichtung zugleich. Entsprechende Maßnahmen werden in allen Bereichen umgesetzt. Auch in Zukunft wird das Unternehmen die Anstrengungen in Bezug auf Nachhaltigkeit in den vier Bereichen Qualitätsprodukte, innovative Verpackungen, saubere Produktion sowie engagierte und motivierte Menschen mit größtem Engagement weiterführen. www.uhu.at

