

PRESSEINFORMATION

Die edding Gruppe setzt auf nachhaltige profit-for Strategie und baut weitreichende Social Impact Kooperation mit share aus

- Strategische Transformation bei edding bis 2026: von einem profitorientierten Unternehmen (for-profit) hin zu einem sinnökonomischen Unternehmen (profit-for), das ökologische und soziale Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt stellt
- In den nächsten drei Jahren sollen bei edding mindestens 3.000 t CO₂-Emissionen unter anderem durch Umstellungen in der Produktion und bei Verpackungslösungen eingespart werden
- share x edding: Gemeinsam für mehr Social Impact – ab 2024 übernimmt edding exklusiv die vertriebliche Verantwortung für das gesamte Schreibwarensortiment des B-Corp-Unternehmens* share
- edding wird über die Vermarktung der share Schreibwarenprodukte in den kommenden drei Jahren voraussichtlich 5 Millionen Schulstunden für Kinder ermöglichen

Ahrensburg, 10.10.2023

Die edding Gruppe hat sich bis 2026 viel vorgenommen: der Mittelständler befindet sich in der strategischen Transformation von einem profitorientierten Unternehmen (for-profit) hin zu einem sinnökonomischen Unternehmen (profit-for), das ökologische und soziale Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt stellt. Bereits seit einigen Jahren hat edding in der Präambel seiner Satzung festgelegt, dass das Unternehmen die nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft fördern soll. Die Vision von Beginn an: eine lebenswerte Welt für kommende Generationen zu schaffen und zu erhalten. Mit der Neuausrichtung der Unternehmensstrategie geht die edding Gruppe jetzt noch einen Schritt weiter.

„Wir möchten unternehmerisches Handeln für uns neu denken. Damit diese Transformation gelingt, gehört das Thema Nachhaltigkeit in alle Kernprozesse unseres Unternehmens“, kommentiert Per Ledermann, CEO der edding Gruppe, „ein stabiles ökonomisches Fundament ist dabei nicht mehr Unternehmenszweck per se. Es ist aus unserer Sicht die Voraussetzung, damit wir unseren Beitrag zum Erhalt einer lebenswerten Zukunft leisten können. Unter ‘profit-for’ verstehen wir, dass Profit kein Selbstzweck sein soll, sondern Mittel zum Zweck wird, unserer gesellschaftlichen Verantwortung nachzukommen.“

Ziel von edding ist es, der Umwelt und Gesellschaft langfristig mehr zurückzugeben als für die Existenz und Weiterentwicklung des Unternehmens an Ressourcen benötigt wird. Die Basis dafür bilden ökologische, soziale, ökonomische sowie interne Nachhaltigkeitsziele. In den nächsten drei Jahren sollen unter anderem durch Umstellungen in der Produktion und bei Verpackungslösungen mindestens 3.000 t CO₂-Emissionen eingespart werden. Das Familienunternehmen arbeitet bereits daran, bei seinem bekanntesten Produkt, dem edding 3000, das Material der Stift-Hülsen von herkömmlichem Aluminium auf Post-Consumer-Recycling (PCR) Aluminium umzustellen. Gemeinsam mit dem Partner LINHARDT hat edding in den letzten Monaten auf diesem Weg deutliche technische Fortschritte gemacht, sodass eine Umstellung der Produktion auf PCR-Aluminium Anfang 2024 erfolgen kann. Parallel dazu werden in 2024 auch weitere Kunststoffschäfte von edding Produkten aus dem Werk in Bautzen auf 100% recyceltes Polypropylen umgestellt.

Ab 2024: Ausbau der Social Impact Kooperation mit share

Ein weiterer großer Meilenstein ist die Social Impact Kooperation, die edding mit dem B-Corp-Unternehmen share 2021 ins Leben gerufen hat und die im Rahmen der profit-for Strategie ausgebaut wird. Ab 2024 übernimmt edding exklusiv die vertriebliche Verantwortung für das gesamte Schreibwarensortiment von share, das derzeit 29

Produkte umfasst. Die gemeinsame share Mission bleibt: Jedes verkaufte Produkt, zu denen auch die share x edding EcoLine Permanent- und Textmarker gehören, unterstützt gleichzeitig ein soziales Projekt weltweit.

„Wir möchten zu einer sozialeren Welt beitragen und es Menschen so einfach wie möglich machen, im Alltag Gutes zu tun. Für jedes verkaufte Schreibwarenprodukt wird eine Unterrichtsstunde für Kinder in Uganda ermöglicht“, sagt share-Gründer Ben Unterkofler. „Alltagskonsum ist ein mächtiger Hebel, um Spenden in der Breite in den Alltag der Menschen zu integrieren. Wir freuen uns daher sehr, dass eine so starke Marke wie edding diese soziale Mission unterstützt und zahlreichen Kindern den so wichtigen Zugang zu Bildung ermöglicht.“

edding wird über die Vermarktung der share Schreibwarenprodukte in den kommenden drei Jahren voraussichtlich 5 Millionen Schulstunden für Kinder ermöglichen. Diese Kooperation vertieft die bereits laufende Zusammenarbeit der beiden Firmen, die von Beginn an dieselben Werte teilen.

“Die langfristige Zusammenarbeit mit share ist für uns ein wichtiger Schritt, um noch mehr soziale und gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Wir sind stolz, dass nachhaltiges Handeln bei edding schon immer fest in der Unternehmenskultur verankert ist. Dennoch kennen wir unsere aktuellen Herausforderungen auf dem Weg zu einem sinnökonomischen (profit-for) Unternehmen. Wir wissen, dass noch ein weiter Weg vor uns liegt, und trotzdem sind wir überzeugt: wir sind bereit für diese Reise“, fügt Per Ledermann, CEO der edding Gruppe, hinzu.

*B-Corp-Unternehmen sind zertifizierte Unternehmen, die mehr Nachhaltigkeit erreichen wollen und sich dazu verpflichten, ihren sozialen und ökologischen Impact regelmäßig zu messen und kontinuierlich zu verbessern.

Über die edding Gruppe

Das Familienunternehmen edding wurde 1960 in Hamburg gegründet und hat im Jahr 2022 einen Konzernumsatz in Höhe von 159,2 Mio. EUR mit im Jahresdurchschnitt 735 Mitarbeitenden erwirtschaftet. Seit über sechs Jahrzehnten besitzt das Unternehmen Expertise in Entwicklung, Produktion und Vertrieb von zuverlässigen und hochwertigen Markenprodukten. Zu den grundlegenden Werten zählt die Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und der Umwelt, faires und nachhaltiges Handeln hat oberste Priorität. Überall wo edding aktiv wird, möchte es Menschen bestärken, ihre Persönlichkeit, Ideen und Gedanken auszudrücken und sichtbar zu machen.

Mit den Marken edding, Legamaster und Playroom bietet die edding Gruppe hochwertige Produkte und Lösungen für den privaten und gewerblichen Bedarf. Die Produktmarke edding umfasst Marker und Schreibgeräte für das Büro, die industrielle Anwendung und kreatives Selbermachen bis hin zu Tätowiertinte. Innovative digitale Anwendungen ergänzen das Portfolio. Legamaster entwickelt und vertreibt Produkte im Bereich der visuellen Kommunikation, wie beispielsweise Flipcharts und Whiteboards, aber auch elektronische Lösungen wie interaktive e-Screens. Die Marke Playroom, die seit 2021 zum edding Konzern gehört, bietet innovative Konzepte und Dienstleistungen zur Förderung von Innovationskultur für Unternehmen und Organisationen.

Über share

share macht es sich zur Aufgabe, unmittelbar sozialen Nutzen zu generieren – und das durch Konsum. Mit aktuell mehr als 100 Produkten bietet share eine soziale Alternative für alltägliche Konsumententscheidungen, denn jedes Produkt ist gleichzeitig eine Hilfeleistung für Menschen in Not. Ziel von share ist es, Menschen die Möglichkeit zu bieten, ohne Mehraufwand beim Einkauf ganz einfach Gutes zu tun. Mit jedem

gekauften share Produkt wird eine vergleichbare Hilfeleistung ermöglicht. Für Transparenz sorgt ein QR-Code auf der Packung, der verrät, wo die Hilfe ankommt. Dass das Konzept funktioniert, verdeutlichen mehr als 146 Millionen finanzierte Hilfeleistungen, darunter konkret 40 Millionen Mahlzeiten, 68 Millionen Tage Zugang zu sauberem Trinkwasser und 33 Millionen Hygieneprodukte und -leistungen.

Pressekontakte

Jennifer Kaz
Director Brands & Communication

Svenja Gröger
PR & Communication Specialist

edding Gruppe
presse@edding.de