



1. Viele kleine Produktionschritte finden heute noch in Wien statt. Vor allem die Veredelung, dazu gehört auch das Aufdrucken der Rahmemaße. 2. Neben Taschen- und Taschenkalendern zählen auch Notizbücher zum Sortiment. Die lassen sich seit Kurzem auch im Webshop shop.kalendermacher.at personalisieren. 3. Die Produkt- und Farbauswahl ist groß. Hier zu sehen: das farbenfrohe Polipourri an Papierrollen der Hardcover-Einbände. 4. „Concept Green“ nennt sich die nachhaltige Philosophie des Unternehmens. Im Zentrum dieser steht die Verwendung von „Impact Pure“-Papier, das aus recycelten Fasern ohne optische Aufhellung und Chlor hergestellt wird. Neu ist die Verarbeitung von Apfel- und Wollresten und Lavendel für Einbände. 5. Die Druckabstimmung beim italienischen Produzenten in Bergamo, mit dem man schon Jahrzehnte zusammenarbeitet.

# PAPIER- PIONIER:INNEN

Seit fast 100 Jahren fertigt das Wiener Unternehmen „Die Kalendermacher“ Schreibwaren. Heute wird **DER JUNGEN GENERATION** der Vortritt gelassen. Ein Gespräch mit zwei der vier Macher:innen über flache Hierarchien, altes Handwerk und innovative Materialien.

Die Geschichte ihrer Urur祖母 habe sie so beeindruckt, dass sie selbst in die Archive gegangen sei, um Nachforschungen anzustellen: „Es ist toll, zu sehen, was sie 1923 auf die Beine gestellt hat“, erzählt Julie Steinschaden, 38, als wir sie mit ihrer Kindergartenfreundin sowie der Marketing- und PR-Beauftragten des Unternehmens *Die Kalendermacher*, Katharina Bruck, ebenfalls 38, zum Interview treffen.

Beide sind heute, gemeinsam mit Balázs, 46, und Benedikt Schallenberg, 33, nach einer Unternehmensfusion, die jungen Köpfe des Austro-Labels. Bereits

in fünfter Generation hat man sich hier einem alten Handwerk verschrieben: der Buchmacherei. Ein Unternehmen, so erzählt Julie stolz, von dessen 26 Mitarbeiter:innen drei Viertel schon mehr als 20 Jahren hier tätig sind.

**GUTES (HAND)WERK.** Den Grundstein legte Luisa Pitzinger, Julius Ururuma, 1923 mit ihrer Buchbinderei im 7. Wiener Gemeindebezirk. Obwohl das Unternehmen offiziell noch in fester „alter“ Hand ist – Julies Vater ist Geschäftsführer –, ist es heute der Nachwuchs, der den Ton angeben darf: „Ihm ist wirklich wichtig, dass die Jungen die Entscheidungen treffen“, so Julie.

Die ehemaligen Kindergartenfreundinnen stiegen gemeinsam vor knapp zwei Jahren in das Familienunternehmen ein. Zuvor waren beide bei großen Firmen im Ausland tätig – Julie 15 Jahre in Paris, Kathi in Montreal. Heute wissen sie die Vorteile eines kleinen Unternehmens zu schätzen: Flache Hierarchien, kürzere Wege, und „es ist auch in Ordnung, Fehler zu machen“, erklärt Kathi. Nur hin und wieder komme es zu Streitereien. Diese seien aufgrund der familiären Konstellation besonders emotional – „das findet dann auf einer ganz anderen Ebene statt als bei Arbeitskollegen“, gibt Julie schmunzelnd zu. Doch das Positive überwiegt. Laut Julie profitiert Jung von Alt und umgekehrt: „Mir war nicht bewusst, wie toll das ist: einerseits die langjährige Erfahrung, das Savoir-faire, das Handwerk, und andererseits die jungen Leute, die mit viel Energie, neuen Ansätzen und dem Anspruch, etwas verändern zu wollen, ins Unternehmen kommen.“

**FRISCHER WIND.** Mit ihrem Bemühen widmet man sich nun nicht mehr nur dem B2B-, sondern auch dem B2C-Markt. Ebenso tüftelt man eifrig an neuen, nachhaltigen Möglichkeiten und knüpft an das bereits 2011 ins Leben gerufene „Concept Green“ an. Seitdem ersetzt man den Plastiksplint, der die zwei Kartonhälften der Tischkalender zusammengehalten hat, durch ein Papierstück. Und nutzt zu 100 Prozent recyceltes „Impact Pure“-Papier.

Dank Julies und Kathis Bestrebungen werden heute Apfelreste als Leder für Einbände verwendet. Für Taschenplaner verarbeitet man Wollreste und Lavendel. Ganz neu dabei sind Einbände aus PET-Flaschen und recyceltem Leder. Leicht sei die Suche nach den umweltfreundlicheren Materialien nicht, so Kathi: „Man muss extrem anpassen, was verarbeitet werden kann. Es muss widerstandsfähig sein, sollte nicht ausfransen und nicht fleckenanfällig sein. Die Anforderungen an das



**YOUNGSTERS.** 1999 wurde aus den beiden österreichischen Traditionsunternehmen *Der Kalendermacher* und *Schretzmayer* eines. Seitdem nennt man sich *Die Kalendermacher* und ließ sie ans Ruder: Balázs und Benedict Schallerberg kümmern sich um Beratung und Vertrieb (außen). Katharina Bruck um Marketing und PR (l.). Julie Steinschaden um den Einkauf (r.).

Material sind hoch. Die Schwierigkeit ist, dass das Produkt nicht nur nachhaltig, sondern auch langlebig sein muss.“

**BACK TO THE ROOTS.** So viel Einsatz für Analoges in Zeiten der Digitalisierung? „Wir leben heute in einer Dienst-

leistungsgesellschaft, man verkauft viel Service. Da sehnen sich die Menschen nach Bodenständigem. Das sind meist handwerkliche und manuelle Sachen. Ganz nach dem Motto: Back to the basics“, sagt Julie.

Zu den fragtesten Produkten zählen heute Tisch- und Taschenkalender – „weil viele Leute Facebook nicht mehr nutzen und so nicht mehr an Geburtstage erinnert werden. Die werden wieder handschriftlich eingetragen.“ Auch Notizbücher sind voll im Trend, werden zum Journaling oder als Reisetagebücher verwendet und so, laut Kathi, „zum Begleiter und etwas Persönlichem“.

Wichtig sei ihnen, dass die Menschen ihre Produkte in die Hände bekommen, sie fühlen und greifen können. Smarte und günstige Möglichkeiten für das Kleinunternehmen, ihre Designs zur Schau zu stellen: Weihnachtsmärkte. Wie zum Beispiel der am Wiener Spittelberg ab 11. November.

STEPHANIE GISCH ■