

Gerhard Steinschaden (Mitte) übergibt das Ruder nach und nach an seine Tochter Julie und Balázs Schallenberg.



# Digitale Auszeit

Wer glaubt, dass ohne Handy und Laptops gar nichts mehr geht, den belehren Die Kalendermacher eines Besseren. Rund zehn Millionen Kalender und Notizbücher verkauft das österreichische Familienunternehmen jährlich.

VON MICHAELA SCHELLNER

**E**rfolgreich sein mit Kalendern und Notizbüchern? Geht das in Zeiten zunehmender Digitalisierung überhaupt noch? „Ja! Besser denn je“, sagt Gerhard Steinschaden, Geschäftsführer von Die Kalendermacher in vierter Generation. Denn auch wenn man es nicht glauben mag – analoge Kalender sind aus dem Leben vieler Menschen gar nicht wegzudenken. Sie liefern eine Auszeit vom Blick auf den Bildschirm, die sich viele wünschen, und sind als täglicher Begleiter in der Hand- oder Aktentasche, hängend an der Wand oder stehend auf dem Schreibtisch und im Regal immer präsent. Letzteres tun sie übrigens nur in Österreich. „Im Ausland gibt es keine Stehkalender, da liegen sie hauptsächlich auf dem Tisch“, liefert der 67-Jährige ein spannendes Detail zu jenem Produkt, das im Unterneh-

men der absolute Bestseller ist (siehe Kasten).

Ein Blick auf Unternehmensentwicklung und Kennzahlen untermauert Steinschadens Aussage. Pro Jahr werden im Familienbetrieb mit Sitz in Spillern (NÖ) etwa zehn Millionen Kalender (Tisch-, Buch-, Taschen- und Bildkalender) sowie Notizbücher verkauft. Der Kundenstock umfasst rund 3.000 Firmenkunden, die etwa 85 bis 90 Prozent zu den 23 Millionen Euro Gesamtumsatz beisteuern. Dass Steinschaden so nahezu ganz Österreich, aber auch internationale große Player mit seinen Produkten beliefert, macht ihn besonders stolz: „Es gibt eigentlich kaum einen namhaften Betrieb, der nicht bei uns bestellt.“ Woran das liegt? „In Sachen Kalenderproduktion kann uns hierzulande niemand das Wasser reichen“, gibt

sich Steinschaden selbstbewusst: „Da sind wir bei Weitem Marktführer.“ Und die Nummer-eins-Position sei auch durch Rückgänge bei Taschen- und Bildkalendern nicht gefährdet, denn: „Was wir dort an Umsatz einbüßen, machen wir mit dem Verkauf von Notizbüchern wieder wett.“

## 100 Jahre Firmengeschichte

Mittlerweile sind rund 70 Mitarbeiter für das Unternehmen tätig, das heuer seinen 100. Geburtstag feiert. Gründerin Louise Pitzinger legte im Jahr 1923 mit ihrer Großbuchbinderei namens L. Pitzinger in Wien den Grundstein für die heutige Kalenderfertigung. Nach ihrem Tod trat 1952 ihre Adoptivtochter Hedwig Maller ihre Nachfolge an, ehe 23 Jahre später Edith Steinschaden und ihr Ehemann Raimund übernahmen. Sohn Gerhard kam Mitte der 70er ins Unternehmen und verlegte den Firmensitz 1988 an einen größeren Standort nach Purkersdorf (NÖ). Ab da firmierte man als Der Kalendermacher und wuchs Schritt für Schritt weiter – auch durch die Übernahme von rund 15 Unternehmen in den vergangenen 30 Jahren. Darunter war auch der Zusammenschluss mit dem österreichischen Kalenderhersteller Schretzmayer im Jahr 1999. Aus Der Kalendermacher

Foto: Peter M. Mayr

wurde aufgrund des erweiterten Eigentümerkreises rund um die Familien Schallenberg, Sobor, Weiss und eben Steinschaden schließlich Die Kalendermacher. Und es erfolgte eine erneute Übersiedelung nach Spillern, wo man auch aktuell noch ansässig ist. Erst vor Kurzem wurde ein Grundstück im Nachbarort Stockerau gekauft, das – weil man in Spillern bereits aus allen Nähten platzt – in den kommenden zwei bis drei Jahren das neue Zuhause der Firma werden soll.

### Verschiedene Vertriebswege

Ein Erfolgsgarant ist das Stehen auf mehreren Standbeinen. Neben dem umsatzstärksten Firmenkundengeschäft (B2B) werden über die 100-prozentige Tochterfirma Leykam Alpina mit Sitz in Werndorf (ST) mit Libro, Pagro, Müller und kleineren Papierfachgeschäften rund 1.000 Einzelhändler mit Kalendern und Notizbüchern, aber auch mit Papeterie- und Geschenkartikeln versorgt.

Einen Fokus legen Die Kalendermacher weiters auf den Ausbau des Direktverkaufs an Endkonsumenten. Über den eigenen Onlineshop können sich nicht nur Firmen, sondern auch Privatkunden Kalender oder Notizbücher nach Wunsch zusammenstellen und sogar personalisieren lassen. Überraschend dabei ist die Vielzahl an Materialien und Gestaltungsmöglichkeiten, aus denen gewählt werden kann. Da wären zum Beispiel Taschenplanerhüllen aus recycelten PET-Flaschen, Buchdecken aus Raulederimitaten, Papiereinbände mit Anteilen von recyceltem oder Apfelleder oder Zickzack-Rahmennähte am Buchrücken. Außerdem gibt es Varianten mit biegbaren Buchdecken und eine Farbvielfalt, die ihresgleichen sucht. Und auch beim Format und beim Innendruck (sechsspaltige Kalender, Feiertage wahlweise in roter Farbe, Darstellung der Mondphasen etc.) ist eigentlich fast alles machbar. „Damit sind wir sicherlich einzigartig auf dem Markt“, so Steinschaden.

### Die fünfte Generation legt los

Für frischen Wind sorgt mittlerweile die fünfte Generation, die nach und



**Die Kalender und Notizbücher können nach den eigenen Wünschen gestaltet werden. Bei der Materialauswahl spielt Nachhaltigkeit eine immer größere Rolle.**

## Kalendermacher-Gruppe: Fakten

**Gruppenumsatz:** 23 Mio. Euro, davon 95 Prozent in Ö

**Unternehmen:** Die Kalendermacher (B2B/Firmen und Direktvertrieb/Endkonsumenten), Leykam Alpina (Belieferung Einzelhandel)

**Firmenkunden (B2B-Geschäft):** 3.000

**Einzelhändler:** 1.000

**Mitarbeiter:** 70

**Anzahl verkaufter Kalender und Notizbücher:** 10 Mio. (davon 5,1 Mio. Tischkalender)

Quelle: Unternehmensangaben, Geschäftsjahr 2022



Unter dem Label „Hidden Champions“ holt GEWINN Unternehmen vor den Vorhang, die in der breiten Öffentlichkeit oft weniger bekannt sind, mit ihrem Geschäftsmodell aber besonders innovativ agieren, europä-, weltweit oder im D-A-CH-Raum marktführende Positionen einnehmen sowie einen Beitrag zur österreichischen Wertschöpfung liefern.

nach das Steuer im Familienunternehmen übernimmt. Gerhards Tochter Julie Steinschaden (Jahrgang 1984) verbindet gemeinsam mit ihrer Jugendfreundin Katharina Bruck, Balázs Schallenberg und dessen Bruder Benedict behutsam die Tradition mit der Moderne, wahrt dabei die Geschichte und stellt die Zukunftsfähigkeit sicher. „Heute gibt es beispielsweise keinen Weg mehr am Thema Nachhaltigkeit vorbei“, so Julie in Bezug auf die Produktentwicklung. „Dass 90 Prozent unserer Artikel aus Recyclingpapier der Firma Lenzing mit einem Weißegrad von 98 Prozent hergestellt werden, ist nur einer von vielen wichtigen Aspekten“, so die Marketingexpertin, die zuvor 15 Jahre in Paris gelebt hat. Besonders stolz sind Die Kalendermacher auch auf ihre Erfindung Ökofix. Diese ersetzt den Plastiksplint, der die Kartonrückwände der Tischkalender beim Stehen zusammenhält, durch ein spezielles Stück Papier.

### Partnerschaften als Erfolgsrezept

Während am eigenen Firmenstandort neben der Produktentwicklung nur mehr Kleinmengen (bis 500 Stück) hergestellt und hauptsächlich Personalisierungen vorgenommen werden, hat man sich für die Produktion großer Aufträge zahlreiche Partner ins Boot geholt. Einer davon ist das auf die Herstellung von Papierwaren für Schule und Büro spezialisierte Unternehmen Format Werk. „Unser Geschäft ist ja ein saisonales, und wir wären nicht in der Lage, die nachgefragten Mengen in einem halben Jahr ganz alleine zu produzieren“, erklärt Gerhard Steinschaden. Deshalb arbeitet man mit einer Handvoll Partnern zusammen, stelle diesen teils eigene Produktionsmaschinen zur Verfügung und profitiere so wechselseitig von vorhandenen Ressourcen.

Dass Kalender auch künftig gefragt sind, daran gibt es für Julie und Gerhard Steinschaden nichts zu rütteln. Kritikern begegnet die fünfte Generation mit Innovation, Leidenschaft, Kreativität und kaufmännischem Geschick. Womit sich einmal mehr bestätigen dürfte, dass Totgesagte eben länger leben.

