

Vom Wiener Kalenderhersteller zum Spezialisten für personalisierte „Schreibtisch-Couture“

Auch nach über 100 Jahren wächst das Familienunternehmen Die Kalendermacher stetig durch Innovation und Mut zur Veränderung. Einblicke in die Unternehmensgeschichte zeigen welche Faktoren für den wirtschaftlichen Erfolg entscheidend waren und welcher Fokus für die Zukunft gesetzt wird.

Manche Unternehmen entstehen aus einer Idee, andere aus einem Handwerk. Die Geschichte von Die Kalendermacher vereint beides und beginnt im Jahr 1923 in Wien Neubau, wo einst die ersten Kalender produziert wurden. Aus dem klassischen Kalenderhersteller entwickelte sich über fünf Generationen hinweg einer der führenden Spezialisten im B2B-Bereich, welcher sich parallel zu den Anforderungen seiner Kund:innen weiterentwickelte. Die Mission blieb dabei stets dieselbe: individuelle Produkte von höchster Qualität für die Kunden- und Markenkommunikation von Unternehmen zu entwickeln.

Einen entscheidenden Wachstumsschritt brachte die vierte Generation mit Gerhard Steinschaden. Mit seinem strategischen Gespür, gezielter Expansion und zahlreichen Unternehmensübernahmen baute die Firma ihre Marktposition deutlich aus. Insgesamt 16 Unternehmen wurden

im Laufe der Jahre integriert – ein Weg, der häufig von Deloitte begleitet wurde.

Der wirtschaftliche Erfolg basierte dabei weniger auf Preiswettbewerb als auf der Überzeugung, dass Qualität, Innovation und Spezialisierung langfristig den entscheidenden Unterschied machen. Ziel ist seit jeher mehr als eine reine Druckproduktion für ihre B2B-Kund:innen zu bieten und sich dadurch klar vom Wettbewerb anderer Anbieter abzuheben.

Das gelang etwa mit frühzeitigen Investitionen in nachhaltige Materialien, sowie technischen Weiterentwicklungen in der Produktion. Beispielhaft hierfür ist der seit Jahrzehnten bestehende Einsatz von österreichischem Recyclingpapier, die bewusste Reduktion von Kunststoffbestandteilen und die stetig optimierten Produktionsprozesse. Offenbar kleine Details, wie neu entwickelte Bindungstechniken für Tischkalender, machen einen entscheidenden Unterschied und helfen heute Material einzusparen und Produkte langlebiger zu machen.

Doch in einer zunehmend digitalisierten und personalisierten Welt stellt sich die Frage: Funktioniert das klassische Kalendergeschäft heute überhaupt noch? Die Antwort lautet eindeutig: Ja.

Und die Zahlen sprechen für sich: Rund 8 Millionen Produkte werden jedes Jahr hergestellt. Gerade in österreichischen Unternehmen sind Tischkalender die beliebtesten Kalender, die für Die Kalendermacher die Hälfte ihrer produzierten Artikel ausmacht. Sie gelten als Organisationshilfe auf dem Schreibtisch und Markenbotschafter, 365 Tage im Jahr.

„Der Kalender bleibt noch immer das unschlagbarste Werbemittel hinsichtlich ROI. Ich habe 15 Jahre in internationalen Mediaagenturen gearbeitet und war die letzten Jahre spezialisiert auf Digital Performance Marketing. Sogar die Big Five schlagen das nicht“,

betont Julie Steinschaden, Geschäftsführerin in der fünften Generation.



Doch trotz des anhaltenden Erfolgs im klassischen Kalendergeschäft, richtet sich der Blick des Unternehmens längst darüber hinaus. Der Fokus verschiebt sich vom reinen Kalenderproduzenten hin zum Spezialisten für personalisierte Produkte, die Marken im Arbeitsalltag erlebbar machen. Auf Basis jahrzehntelanger Erfahrung in der Individualisierung und Markeninszenierung erweitert das Unternehmen sein Portfolio kontinuierlich. Der neue Fokus liegt auf der Gestaltung edler Designobjekte wie

Schreibtischunterlagen, Notizbüchern oder Soft Cases, die von Unternehmen individuell gestalten werden können und sich somit spürbar von klassischen Werbemitteln unterscheiden.

Auch Deloitte setzt in der Zusammenarbeit auf individuelle Beratung statt auf Standardlösungen und ist für Die Kalendermacher ein langjähriger Partner, der das Unternehmen seit rund drei Jahrzehnten bei der laufenden Tax Compliance unterstützt.

Zudem hat Deloitte in der Vergangenheit bei verschiedenen Transaktionen beraten und so die steuerliche Entwicklung des Unternehmens unterstützt und ihr Wachstum begleitet. Besonders geschätzt wird die lange und bestehende Zusammenarbeit mit einem Familienbetrieb, der das Handwerk lebt und gleichzeitig mit Innovationskraft voranschreitet.

