



PAP*
STAR



PAPSTAR

Natürlich nachhaltig!

Bericht 2019

Natürlich nachhaltig!

Nachhaltigkeitsbericht 2019 der **PAPSTAR GmbH**

Herausgeber:

PAPSTAR GmbH,
Daimlerstraße 4-8, D-53925 Kall;
vertreten durch Geschäftsführer
Hubertus Kantelberg,
Telefon +49 2441 – 83 0
E-Mail info@papstar.de
www.papstar.com

Der Nachhaltigkeitsbericht 2019 der **PAPSTAR GmbH** bezieht sich auf das abgeschlossene Jahr 2018 (Grundlage des statistischen Auswertungsverfahrens) und thematisiert darüber hinaus zusätzliche Aktivitäten und Projekte im Sinne der Nachhaltigkeit bis zum 30. Juni 2019.

Redaktion:

Bernd Born, Anne Köhn,
Andreas Köller, Wolfgang Küpper

Grafik und Layout:

TiPP 4 GmbH, Von-Wrangell-Straße 2,
D-53359 Rheinbach

Herstellung:

Pecks Druck GmbH & Co. KG,
Otto-Brenner-Straße 56, 52353 Düren

Fotos:

PAPSTAR GmbH (Medien & Kommunikation), Carl Brunn, Freepik.com,
Adobe Stock: Racle Fotodesign, cunaplus,
majeczka, by-studio, k_yu, rcfotostock,
JuanCi Studio, CK, Choat, mirkimedia,
RenzoGabriel, ruslan_khismatov

Titelfoto/Umschlag:

Alfred Kurz, Articus & Röttgen Fotografie,
Koblenzer Straße 31,
56656 Brohl-Lützing

Unser Verständnis von Nachhaltigkeit!

Kaum ein Begriff hat sich in den letzten Jahren so stark entwickelt wie der Begriff „Nachhaltigkeit“. Doch was ist Nachhaltigkeit eigentlich? Eine der meist gebrauchten Definitionen lässt sich nach wie vor dem 1987 von der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung der Vereinten Nationen veröffentlichten (*Brundtland*)-Bericht mit dem Titel „Our Common Future“ entnehmen. Frei übersetzt heißt es darin: „Nachhaltige Entwicklung ist eine Entwicklung, die gewährt, dass künftige Generationen nicht schlechter gestellt sind, ihre Bedürfnisse zu befriedigen als gegenwärtig lebende.“

Ein Erklärungsansatz, der für die **PAPSTAR GmbH** von entscheidender Bedeutung ist. Wir sind nämlich der festen Überzeugung, dass Nachhaltigkeit weniger mit der Verfolgung isolierter Einzelmaßnahmen, als vielmehr mit der Bereitstellung einer echten und umfassenden Perspektive zu tun hat. Demnach stehen für uns mannigfache, im Sinne der Nachhaltigkeit zu berücksichtigende Aufgaben und Herausforderungen an oberster Stelle unseres täglichen Handelns. Mehr noch: Sie kristallisieren sich immer mehr zur Kernbotschaft unserer Marke **PAPSTAR** heraus.

Mit der Einführung unserer Sortimentslinie „pure“ haben wir bereits vor zehn Jahren damit begonnen, die Weichen für einen Umbau des Sortiments in Richtung „Produkte aus nachwachsenden Rohstoffen“ (Holz, Mais, Zuckerrohr, Palmblatt) zu stellen und deren Anteil sukzessive zu steigern. Diesen eingeschlagenen Weg werden wir konsequent fortsetzen. Ziel ist es, verstärkt wieder auf Kartonprodukte zu setzen, die aus dem vom Forest Stewardship Council® (FSC®) und jüngst auch vom „Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes“ (PEFC) zertifizierten Holz unserer heimischen Wälder hergestellt werden. Schließlich ist unsere Geschäftstätigkeit seit 1873 mit Holz als Rohstoff verbunden.

Dazu gibt es aufwändige Forschungs- und Pilotprojekte, um Produktionsverfahren zu verbessern oder ausgereifte und

durchdachte End-of-Life-Lösungen/Dienstleistungen für unsere Produkte (Recycling, Kompostierung, Vergärung etc.) anzubieten.

Die Verantwortung für Mensch und Natur zeigt **PAPSTAR** aber nicht nur in der Verwendung nachwachsender Rohstoffe für die Produkte, sondern auch in der konsequenten Überprüfung sämtlicher Unternehmensprozesse hinsichtlich ökologischer und ökonomischer Kriterien durch unabhängige Institute.

Durch die Teilnahme am United Nations Global Compact (UNGC) bekennen und verpflichten wir uns ganz offiziell zu den zehn universellen Prinzipien in punkto Menschenrechte, Arbeitsstandards, Umweltschutz und Antikorruption, sozusagen den Grundregeln zur Corporate Social Responsibility (CSR, unternehmerische Gesellschafts- und Sozialverantwortung).



Ganz nah dran bleiben, am Puls der Zeit; stetig mit- und vordenken, um den riesigen Herausforderungen des Marktes vollumfänglich gerecht werden zu können: Ein selbst-aufgelegter Anspruch, dem wir uns bei **PAPSTAR** gerne stellen – hellwach, mit der notwendigen Konsequenz, vor allem aber transparent und authentisch.

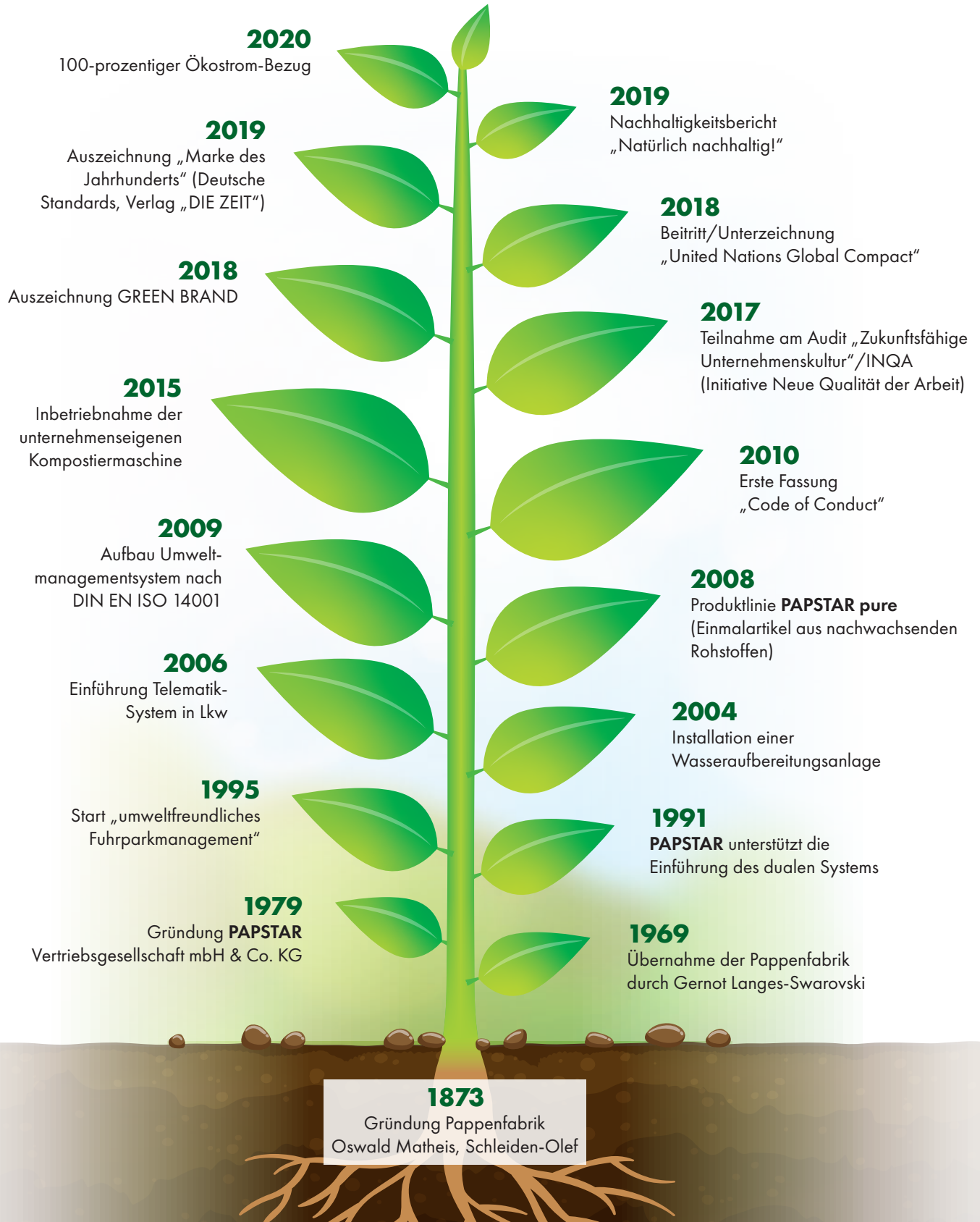
Der Ihnen hier vorliegende Bericht „**Natürlich nachhaltig!**“ möge Ihnen unser gelebtes Verständnis von Nachhaltigkeit etwas näher bringen.

In diesem Sinne, mit „wegweisenden“ Grüßen

Bert Kantelberg
CEO PAPSTAR GmbH
im Juli 2019

Spotlights (der Nachhaltigkeit)

PAP* STAR



Unterstützung des Global Compact

WE SUPPORT



Mit dem Beitritt zum United Nations Global Compact (UNGC) verpflichtet sich **PAPSTAR** zur anhaltenden

Unterstützung sowie zur kontinuierlichen Verbesserung bei der Umsetzung der zehn universellen Prinzipien des Global Compact (GC) in punkto Menschenrechte, Arbeitsstandards, Umweltschutz und Antikorruption und bestätigt so offiziell die eigene Positionierung seitens Nachhaltigkeit. Geschäftsführer Bert Kantelberg hat ein vom Global Compact der Vereinten Nationen aufgesetztes

Übereinkommen unterzeichnet, das die **PAPSTAR** GmbH ganz eng mit den Grundregeln zur Corporate Social Responsibility (CSR, unternehmerische Gesellschafts- und Sozialverantwortung) verknüpft.

Mit dem vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht und den jährlich folgenden Fortschrittsberichten informiert **PAPSTAR** über vergangene Maßnahmen und Aktivitäten sowie Planvorhaben und Ziele etwa hinsichtlich:

- Menschenrechte und Arbeitsnormen
- Umwelt und Klima
- Korruptionsprävention

Kunden und Konsumenten, Geschäftspartner und Lieferanten sowie weitere interessierte Parteien erhalten dadurch einen detaillierten und transparenten Einblick in die Geschäftstätigkeiten und die Entwicklung des Unternehmens im Sinne der Nachhaltigkeit.

Der Bericht wird auf der Internetpräsenz des UNGC veröffentlicht und somit für jeden zugänglich gemacht. **PAPSTAR** betrachtet die Teilnahme im Netzwerk des GC zudem als besondere Möglichkeit, Wissen im Sinne der Nachhaltigkeit zu teilen und zu erweitern sowie die bereits bestehenden Handlungsansprüche nochmals zu verstärken.



Werte-Basis

Die soziale und ökologische Umwelt wird maßgeblich durch ökonomisches Handeln beeinflusst. Der daraus resultierenden Verantwortung ist sich **PAPSTAR** bewusst und agiert seit vielen Jahren in diesem Bewusstsein, vor allem durch Forcierung des ökologischen, sozialen und ethischen Denkens und Handelns. Das Prinzip Nachhaltigkeit ist fest in den Handlungsmaßstäben des Unternehmens verankert.

Als Basis hat **PAPSTAR** 2010 wesentliche Grundwerte und Normen formuliert und in einer ersten Fassung als Verhaltenskodex verabschiedet. Der in Anlehnung an die zehn Prinzipien des United Nations Global Compact (UNGC) 2018 erweiterte Code of Conduct (Verhaltenskodex) dokumentiert Verhaltensmaximen zu folgenden Bereichen:

- Menschenrechte, soziale Verantwortung und Arbeitsumfeld
- Umweltverantwortung und Nachhaltigkeit
- Korruptionsprävention
- Datenschutz etc.

Neben der Verbindlichkeit für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist der Code of Conduct auch für alle Lieferanten und Geschäftspartner unabdingbare Voraussetzung für eine Zusammenarbeit mit dem Unternehmen.

Verbraucherorientierte Sortimentskonzepte

PAPSTAR-Produkte sind in der Regel Einmalprodukte und Verbrauchsartikel. Das aus nahezu 5000 Artikeln bestehende Sortiment wird aus mehr als 200 Produktionen weltweit zusammengeführt und ist in drei Kategorien untergliedert: Einmalgeschirr und Serviceverpackungen, Tisch- und Raumdekorationen sowie Einmalprodukte für Haushalt, Profiküche, Hygiene und Altenpflege.

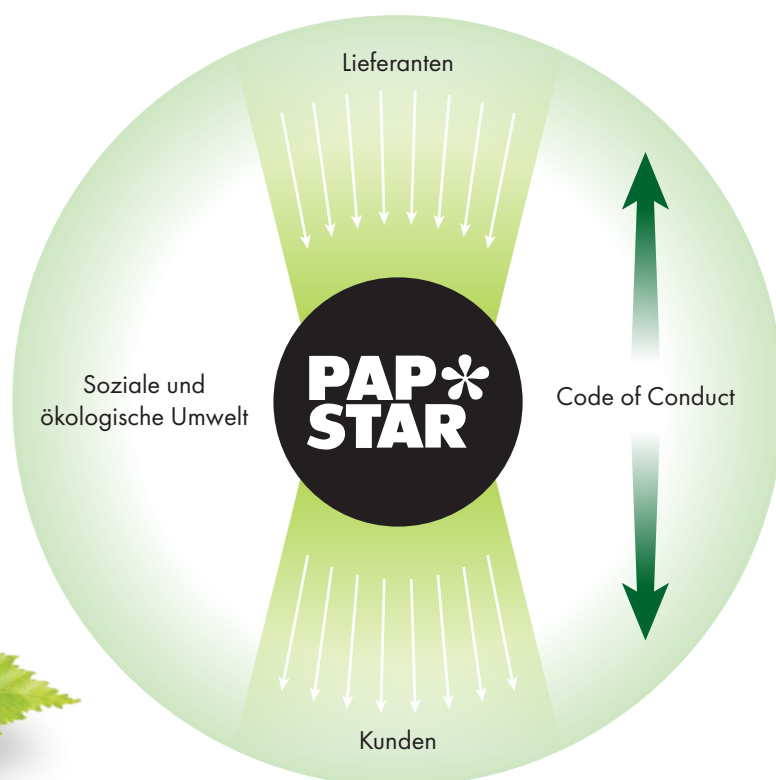
Das Unternehmen ist mit dem Fokus auf Europa aktiv und hat eigene Vertriebsgesellschaften in Österreich (Spittal/Drau), den Niederlanden (Oosterhout),

Spanien (Tarragona), Schweden (Alingsås) und Polen (Buk) – dazu weitere Vertriebspartner in vielen europäischen Ländern wie Frankreich, Italien, Kroatien (mit Bosnien & Herzegowina) oder Schweiz. Der Sitz der **PAPSTAR** GmbH ist in Kall/Nordrhein-Westfalen.

Dank europaweiter Logistik- und Servicekonzepte stellt **PAPSTAR** jederzeit die Lieferfähigkeit seiner gesamten Produktpalette sicher. Mit seinem Sortiment beliefert das Unternehmen vor allem Cash-&-Carry-Märkte, SB-Warenhäuser, Verbraucher- und Supermärkte sowie Fachgroßhändler.

Position

Als Handelsunternehmen und Logistikdienstleister bildet **PAPSTAR** eine wesentliche Schnittstelle zwischen Produzenten und europaweit tätigen Handelskonzernen und Verbrauchern. So kann das Unternehmen einen wesentlichen Beitrag hinsichtlich Umwelt- und Sozialverträglichkeit in der Produktion sowie in Richtung „Umwelt- und gesellschaftliches Bewusstsein auf der Absatzseite“ leisten.



Qualität und Umwelt: Managementsysteme

Umwelt- und Qualitätsziele stehen bei **PAPSTAR** seit jeher gleichberechtigt im Mittelpunkt der unternehmerischen Entscheidungen und Aktionen. Das Unternehmen ist sich bewusst, dass langfristiger wirtschaftlicher Erfolg nur erreichbar ist, wenn die Erwartungen der Kunden hinsichtlich Qualität der Produkte und Dienstleistungen erfüllt werden. Qualität, Ökologie und soziale Verantwortung betrachtet das Unternehmen als Einheit, die für den wirtschaftlichen Erfolg Voraussetzung ist. Ein integriertes Managementsystem gewährleistet die fortwährende Berücksichtigung und kontinuierliche Verbesserung der

eigenen Prozesse und Tätigkeiten in folgenden Dimensionen:

- Qualität
- Ökologie
- Soziales
- Ökonomie

Regelmäßig erfolgt daher bei **PAPSTAR** eine Überprüfung durch Dritte:

- Qualitätsmanagementsystem gemäß der Norm DIN EN ISO 9001
- Umweltmanagementsystem gemäß der Norm DIN EN ISO 14001

Struktur und Handlungsfelder

PAPSTAR hat fünf zentrale Bereiche erkannt, in denen sich die Auswirkungen der unternehmerischen Aktivitäten auf das soziale und ökologische Umfeld (und umgekehrt) widerspiegeln:

- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Produkte
- Umwelt
- Netzwerke
- Prozesse

Innerhalb dieser Handlungsfelder berichtet **PAPSTAR** über Bestrebungen, Fortschritte und Vorhaben im Sinne der Nachhaltigkeit.

Strategie und Vision

Die Ressourcenvorkommen unseres Planeten sind nicht unerschöpflich. Dennoch wird der Bedarf an Rohstoffen und

Energie infolge einer wachsenden Weltbevölkerung steigen. Um auch den nachfolgenden Generationen im Sinne der Generationengerechtigkeit eine lebenswerte und intakte Umwelt zu übergeben, ist heute (und gerade in den Industrieländern) entschiedenes Handeln notwendig. Unternehmen stehen also vor immer größeren ökologischen, gesellschaftlichen und sozialen Herausforderungen, denen man sich bei **PAPSTAR** bewusst und zielgerichtet stellen möchte. Die Ausarbeitung von entsprechenden Maßnahmen und deren Umsetzung ist längst zu einer der zentralen Aufgaben im Unternehmensalltag geworden. Im Allgemeinen durchzieht die Thematik alle Bereiche und Hierarchieebenen des Unternehmens, um von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern getragen und vorangetrieben zu werden. Der

„Nachhaltigkeit steht für uns an oberster Stelle unseres Handelns. Die Nachhaltigkeit wird zur Kernbotschaft unserer Marke PAPSTAR.“

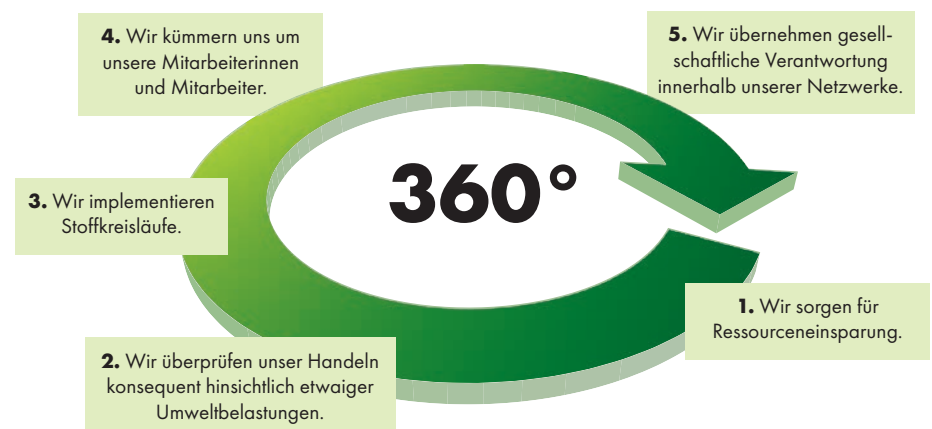
Bert Kantelberg, CEO PAPSTAR GmbH

Anspruch auf Nachhaltigkeit wird im Besonderen von oberster Stelle bewusst gelebt und intern aktiv eingefordert. Durch

Besetzung einer Stelle im Nachhaltigkeitsmanagement hat **PAPSTAR** die besondere Relevanz noch einmal deutlich unterstrichen.

Das Unternehmen ist davon überzeugt, dass Nachhaltigkeit keine Verfolgung isolierter Einzelmaßnahmen bedeutet,

sondern eine umfassende Perspektive erfordert. Dementsprechend steht die Darstellung der fünf Nachhaltigkeitsstrategien für eine fortlaufende Umsetzung und einen 360-Grad-Rundumblick bezüglich ökologischer und sozialer Themen. Die Ansätze dienen der Orientierung, aber auch als Maßstab für anstehende Handlungsentscheidungen in verschiedenen Unternehmensbereichen. Auf dieser Basis konnte **PAPSTAR** in der Vergangenheit bereits eine Vielzahl von Maßnahmen erarbeiten und nachhaltige Erfolge generieren.



Zukunftsfähige Unternehmenskultur

Fachliche Kompetenz, hohes Engagement und eine daraus resultierende Qualität der gemeinsamen Arbeit: Ein prägender „Dreiklang“ für eine „PAPSTAR-Erfolgsformel“.

Demnach ist das unternehmerische Anliegen, dass alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an ihrem Arbeitsplatz zufrieden sind und die Ziele mittragen und zu verwirklichen helfen, sehr stark ausgeprägt.

Im Rahmen der vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) geförderten Initiative „Neue Qualität der Arbeit“ (INQA) hat **PAPSTAR** in einem partnerschaftlichen Miteinander zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmern die ganzheitliche Gestaltung

„Die PAPSTAR GmbH setzt sich gemeinsam mit den Beschäftigten für gute Arbeitsbedingungen ein und hat mit Erfolg am Audit ‚Zukunftsfähige Unternehmenskultur‘ teilgenommen. Die Urkunde wird für zwei Jahre anerkannt und ist bis zum 31. Dezember 2019 gültig.“

Offizielle Urkunde des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales sowie der „Initiative Neue Qualität der Arbeit“ (Projektverantwortlich: Demografie Agentur, Kuratoren: Bertelsmann Stiftung, Great Place to Work Deutschland GmbH, Das Demographie Netzwerk e.V – ddn)

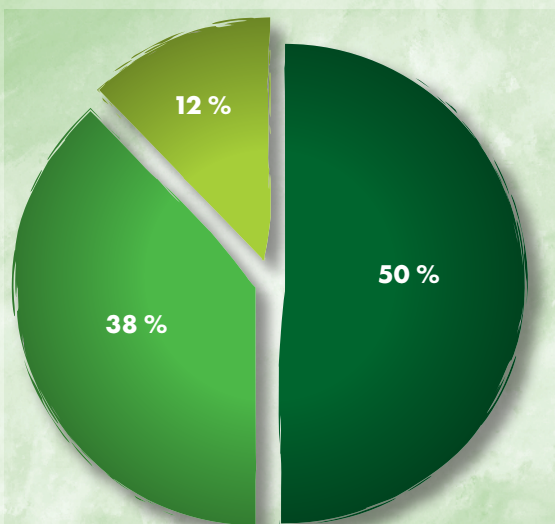
der Arbeitsbedingungen in den Handlungsfeldern Führung, Chancengleichheit und Diversity (internationaler

Gegenbegriff zu Diskriminierung), Gesundheit sowie Wissen und Kompetenz weiterentwickelt.

Grundlage für diesen Zertifizierungsprozess war eine detaillierte Mitarbeiterbefragung sowie eine gemeinschaftliche Definition eines Entwicklungsplanes für die kommenden

Jahre. Denn, so ist man bei **PAPSTAR** überzeugt: Gerade vor dem Hintergrund einer fortschreitenden Internationalisierung in Europa sind hoch motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine unabdingbare Voraussetzung dafür, das Wachstum des Unternehmens zu sichern und auszubauen.

Mitarbeiterzugehörigkeit bei PAPSTAR



Jahreszugehörigkeit > 15
 Jahreszugehörigkeit < 15
 Auszubildende

Stark ausgeprägtes Identifikationspotenzial

Derzeit arbeiten bei der **PAPSTAR GmbH** rund 250 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Verwaltung, Lager und Fuhrpark. Zentrale Ziele sind Motivation, Förderung und eine daraus resultierende langfristige Bindung an das Unternehmen. Über 50 Prozent der Belegschaft ist bereits länger als 15 Jahre bei **PAPSTAR** beschäftigt, ein Großteil davon seit der Ausbildung: Ein wesentlicher Wettbewerbsfaktor, der mit einem hohen Identifikationspotenzial einhergeht. Insgesamt befinden sich 30 junge Menschen in der Ausbildung, verteilt auf acht Berufsfelder (Kaufmann/-frau für Büromanagement, Industriekaufmann/-frau, Kaufmann/-frau im E-Commerce; Fachinformatiker/-in für Systemintegration, Fachinformatiker/-in für Anwendungsentwicklung; Fachkraft für Lagerlogistik, Fachlagerist/-in; Berufskraftfahrer/-in).

Innerbetriebliche Schulungsmaßnahmen

Zukunft und Leistungsfähigkeit eines Unternehmens hängen in hohem Maße von der Qualität der Ausbildung ab: So bietet **PAPSTAR** zusätzlich innerbetriebliche Schulungsmaßnahmen an, um

seine Auszubildenden bestmöglich betreut zu wissen. Aber auch das Thema Weiterbildung hat sich als zentrales Element einer nachhaltigen Entwicklung erwiesen: Im Rahmen eines

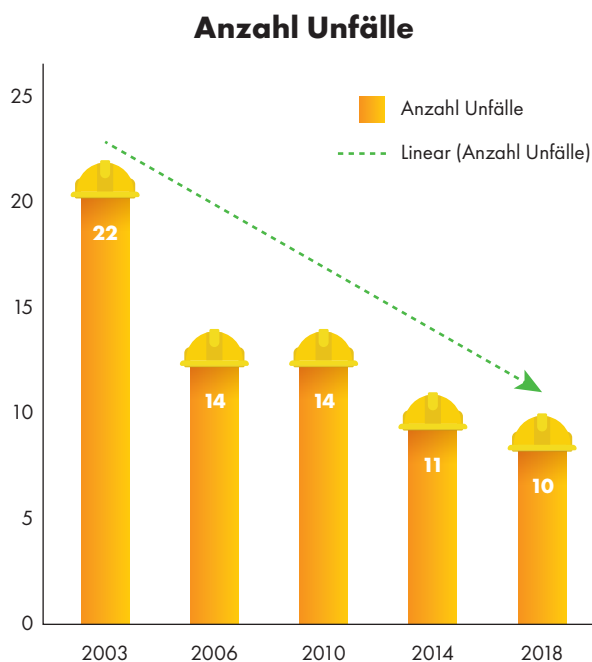
Managementsystems erfolgen systematische Schulungsplanungen in den jeweiligen Abteilungen; zudem gibt es abteilungsübergreifende Weiterbildungsangebote.

Sichere Arbeitsumgebung

Um potentielle Unfallquellen systematisch zu identifizieren und Vorsorgemaßnahmen zu treffen, werden bei **PAPSTAR** regelmäßig Betriebsbegehungen zur Arbeitssicherheit (durch interne und externe Spezialisten) durchgeführt. So konnte in den letzten Jahren die Unfallhäufigkeit, insbesondere im Lagerbereich, erheblich reduziert werden.

Nachfolgend nur einige der getroffenen Maßnahmen:

- Einsatz von Sicherheits-Cuttermessern
- Persönliche Schutzausrüstungen (PSA)
- Sicherheitsschulungen am Arbeitsplatz (unter Einbindung externer Experten)
- Konsequente Einhaltung der ordnungsgemäßen Lenk- und Ruhezeiten des Fahrpersonals (Sicherheits- und Gesundheitsaspekt)
- Zusammenarbeit/Kooperation mit firmeninternem Sicherheitsausschuss, Krankenkassen und Betriebsarzt



Prävention und Gesundheitsförderung

Mit einem gelebten betrieblichen Gesundheitsmanagement stellt man sich bei **PAPSTAR** den Herausforderungen des demographischen Wandels. Oberstes Ziel: Die Gesundheit der Beschäftigten nicht nur zu erhalten, sondern nachhaltig zu verbessern.

Dafür hat **PAPSTAR** bereits zahlreiche Maßnahmen getroffen – unter anderem:

- Investitionen in unterstützende Technik zur Verringerung gesundheitsgefährdender Belastungssituationen im Lager (u.a. Manipulatoren-Hebetechnik und höhenverstellbare Packtische)

- ergonomische Fahrersitze in allen **PAPSTAR**-Lkw
 - Cardio- und Rückenurse in Kooperation mit einem nahegelegenen Fitness-Studio
 - Förderung des Jobrad-Konzeptes für die Anschaffung eines neuen, den persönlichen Wünschen entsprechenden Fahrrads
- Zudem bietet **PAPSTAR** den Mitarbeiterinnen

und Mitarbeitern ein durchdachtes Vorsorgekonzept an, bestehend aus betrieblicher Altersvorsorge bzw. Krankenvorsorge.



Umweltaspekte und Qualitätsansprüche

Die Sortimentsentwicklung und -gestaltung wird bei PAPSTAR nach klar definierten Grundsätzen vorangetrieben. Umwelt- und soziale Aspekte werden dazu gleichrangig mit den hohen Anforderungen an die Qualität berücksichtigt.

Zentrale Sortimente sind dazu bestimmt, mit Lebensmitteln in Kontakt zu kommen – so steht **PAPSTAR** in der besonderen Verantwortung, mannigfache Aspekte

der Lebensmittelhygiene und -sicherheit und damit letztlich die Gesundheit der Endverbraucher an die oberste Stelle jeder Produkt- und Sortimentsentscheidung zu stellen. Im Rahmen der Sortimentspolitik sind Gesundheitsverträglichkeitsprüfungen und Analysen der Umweltverträglichkeit von Produkten bis hin zur ressourcenschonenden Herstellung wesentliche Säulen des obligatorischen Leistungsprozesses. Die Marke **PAPSTAR** steht dahingehend für höchste Qualitätsansprüche.



Nachhaltige Sortimentsgestaltung

Im Zuge einer nachhaltigen Gesamtbetrachtung stehen für **PAPSTAR** Produkte und Sortimente im Fokus. Der zunehmende Wunsch nach nachhaltigen Verbrauchsmustern und einem dazugehörigen Lifestyle der Konsumenten erfordert die Bereitstellung entsprechender Produktalternativen und bestärkt das Unternehmen in seinen bisherigen Bemühungen zur nachhaltigen Erweiterung beziehungsweise konsequenten Ausrichtung des Portfolios.

Innovatives Denken und Handeln in punkto Materialeinsatz von Produkten, Design und Verpackung sind dabei von wesentlicher Bedeutung. **PAPSTAR** forciert die Sortimentsgestaltung konsequent in Richtung solcher Innovationen und ist bestrebt, nachhaltige Produktalternativen zu fördern, welche sich insbesondere durch den Einsatz nachwachsender Rohstoffe, Kompostierbarkeit und Monomaterialität auszeichnen.



PAPSTAR verwendet in der Betriebskantine ausschließlich nachhaltige Einmalprodukte der Marke pure. Das gebrauchte Geschirr wird gemeinsam mit Speise- und Bioresten aus den Büros in der eigenen Kompostiermaschine verarbeitet. Der Kompost wird anschließend auf den Grünflächen des großen Betriebsgeländes ausgebracht.

Derartig innovative Produkte finden sich derzeit unter der Submarke **PAPSTAR pure** und bestehen unter anderem aus den Materialarten Zuckerrohr, Palmblatt, Bambus, PLA (Polylactid, auf Maisstärke basierend) und CPLA (Crystallized Polylactid) sowie Holz und Frischfaserkarton.



Förderung effizienter Alternativprodukte

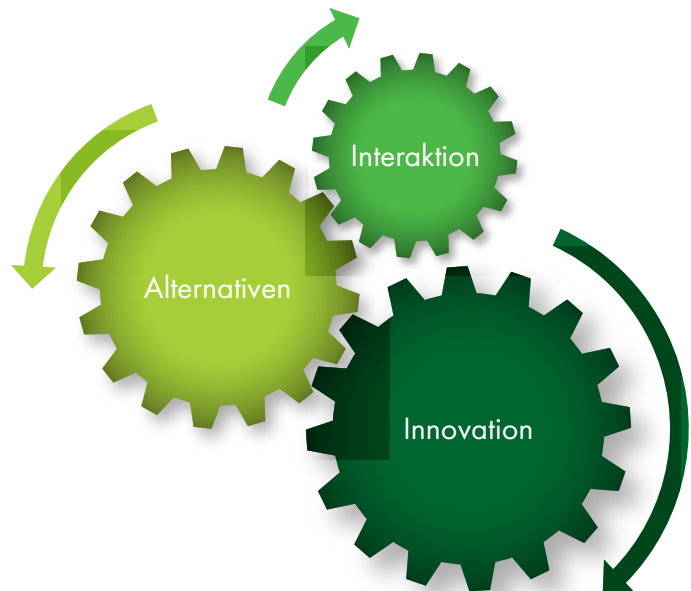


PAPSTAR denkt nachhaltig – so nachhaltig, dass auch die Bereitschaft besteht, auf ein Angebot von nicht nachhaltigen Produkten oder Materialien zu verzichten. Verzicht hat dabei allerdings nichts mit einer Beschränkung der Auswahlmöglichkeiten für Kunden zu tun, sondern vielmehr mit dem Zur-Verfügung-Stellen effizienter Alternativen.

Positive Umweltauswirkungen und Ressourceneinsparungen können nach Ansicht des Unternehmens nur dann signifikant sein, wenn nicht die alleinige Bereitstellung von Produktalternativen, sondern eine hohe Marktdurchdringung nachhaltiger Sortimentsinnovationen gelingt.

PAPSTAR setzt sich daher konsequent dafür ein, die Verwendung nachhaltiger Sortimentsprodukte zu fördern, etwa durch ...

- ... Zertifizierung von Produktlinien mit dem Fokus auf Nachhaltigkeit.
- ... gezielte Interaktionen mit Kunden und Endverbrauchern.
- ... aktive, offene und transparente Kommunikation.
- ... Bereitstellung von fundiertem Informationsmaterial.
- ... Schulung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.
- ... allumfassende Information der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter via Intranet.
- ... gezielte Öffentlichkeitsarbeit (Fachmedien, Online-Magazin etc.).



Innovation, Alternativen, Interaktion – in allen drei Determinanten der Sortimentsgestaltung sieht **PAPSTAR** wesentliche Potenziale, um die Relevanz nachhaltiger Produkte und deren Verwendung weiter zu beschleunigen. Auch treibt das Unternehmen mit der Gründung der **PAPSTAR Solutions GmbH** die Entwicklung alternativer Entsorgungslösungen zur nachhaltigen Schließung von Stoffkreisläufen voran.



„Komm, wir machen Kompost draus!“

KLEVE! Vielen herzlichen Dank – PAPSTAR ist immer noch ganz begeistert von Euch! Nicht nur, dass Ihr für eine einzigartige Street-Food-Atmosphäre bei besten äußeren Bedingungen gesorgt habt; auch beim Pilotprojekt „Komm, wir machen Kompost draus!“ habt Ihr supertoll mitgemacht.

Das gemeinschaftlich initiierte Pilotprojekt von **PAPSTAR**, Street Food Festival (Riekenbrauk Schmidt GbR) und den Schönackers Umweltdiensten für die Wochenendveranstaltung in Kleve (6./7. April 2019) hätte besser nicht laufen können. Tausende von Festivalbesuchern haben bei optimalen äußeren Bedingungen mit viel Sonne toll mitgemacht und ein Abfalltrennverhalten an den Tag gelegt, mit dem wir selbst in unseren kühnsten Vorstellungen nicht gerechnet hätten. In den extra bereitgestellten Behältnissen für Geschirr, Besteck und Becher aus nachwachsenden Rohstoffen (Holz, Frischfaser-Karton, Zuckerrohr, Palmblatt und Maisstärke) waren kaum Fehlwürfe feststellbar. Dieser Eindruck wurde auch noch einmal seitens des Kompostwerks in Goch bestätigt.



Jetzt sind wir gemeinsam mit unserem Partner Street Food Festival unglaublich gespannt auf die Untersuchungsergebnisse, die uns über die Beschaffenheit des eingebrachten Kompostmaterials (round about 400 Kilogramm) und des späteren Komposts Aufschluss geben werden. Die wissenschaftliche Begleitung hat die Hochschule Rhein-Waal, Studiengang „Biological Resources“, übernommen.

Über die Ergebnisse wird **PAPSTAR** selbstverständlich berichten: Transparent und offen! „Komm, wir machen Kompost draus!“ und genießen gutes Essen mit einem guten und nachhaltigen Gewissen!



Pilotprojekt-Aufbau

Unter dem Motto „Komm, wir machen Kompost draus!“ basierte der Projektaufbau für das Street Food Festival in Kleve auf drei Säulen:

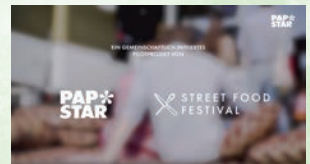
- Die beim Street Food Festival in Kleve verwendeten Einmalartikel sind ausschließlich aus nachwachsenden Rohstoffen wie Holz und Frischfaser-Karton, Zuckerrohr, Bambus, Palmblatt oder Maisstärke hergestellt.
- Sämtliche Besucher des Festival werden zum Mitmachen aufgerufen: „Entsorge Dein Geschirr, Besteck oder die Becher in den gesondert bereitgestellten Abfallbehältnissen!“
- Das gebrauchte Geschirr, Besteck und die Becher werden nach dem Festival in eine nahegelegene Kompostieranlage gebracht. Dort wird im weiteren Zuge auch die Beschaffenheit des eingebrachten Kompostmaterials untersucht und bewertet.

„Komm, wir machen Kompost draus!“

Das Erklärvideo zum Pilotprojekt (0:55 Minuten)



Das offizielle Video zum Pilotprojekt
(Impressionen und Interviews, 5:36 Minuten)



Umweltmanagement ist ein stetiger Prozess

Ressourcenschonung und Klimaschutz stehen bei PAPSTAR bereits seit vielen Jahren im Fokus der Aktivitäten und Handlungsent-

scheidungen. So führt das Unternehmen im Rahmen des implementierten Umweltmanagementsystems gemäß der Norm DIN EN ISO 14001 ein umfangreiches Rechtskataster und prüft fortlaufend die Einhaltung der gesetzlichen Verpflichtungen.

Darüber hinaus definiert das Management systematisch ein Umweltprogramm, dessen Zielerreichung durch regelmäßig stattfindende Audits externer

Institutionen überprüft wird. Im so erstmals 2015 durchgeführten Energieaudit nach DIN EN 16247-1 (gemäß Energiedienstleistungsgesetz, EDL-G) wurde festgestellt, dass das Thema „Energie(-effizienz)“ bereits sehr stark in den betrieblichen Abläufen von **PAPSTAR** verankert ist. Fortlaufende interne Überwachungen oder bedarfsabhängige Anpassungen – **PAPSTAR** befindet sich in einem stetigen Prozess zur kontinuierlichen Verbesserung der eigenen Umweltleistung.



Strom

Die Senkung des Stromverbrauchs ist ein festgeschriebenes Ziel von **PAPSTAR** und wird innerhalb des Umweltmanagementsystems kontinuierlich verfolgt. Dabei werden auch Steigerungen des Energiebedarfs überwacht und Zusammenhänge eruiert. Vereinzelt Bedarfserhöhungen können sich wie in 2018 aus dem Bau eines neuen Automatischen Kartonlagers (AKL) und weiteren KEP-Arbeitsplätzen (Kurier-Express-Paket-Dienst) im Lager ergeben. Demnach wird sich die Inbetriebnahme auch im Jahresstromverbrauch widerspiegeln. Insgesamt ließen jedoch diverse Maßnahmen den Stromverbrauch bei **PAPSTAR** stetig sinken; 2018 lag der Verbrauch mehr als ein Viertel unter dem von vor zehn Jahren.

Konsequent setzt **PAPSTAR** auch auf Strom aus regenerativer Erzeugung. Der Anteil an „Ökostrom“ wurde kontinuierlich erhöht und lag 2018 bereits bei 800.000 Kilowattstunden (kWh), was gleichbedeutend mit der Hälfte der verbrauchten Gesamtenergiemenge ist. Der vollständige Ökostrombezug ist für 2020 taxiert.

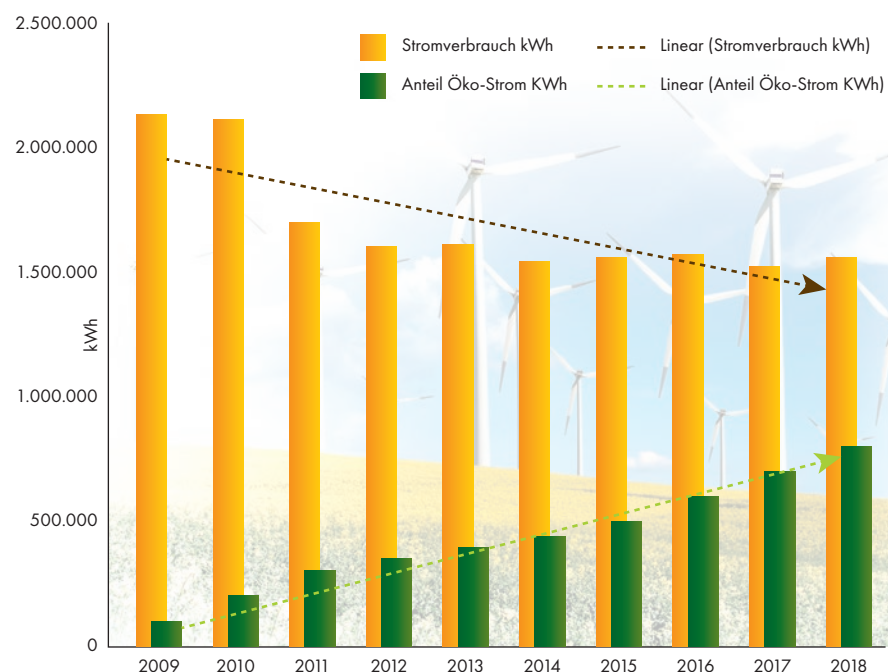
Energiemaßnahmen zur gezielten Bedarfsreduzierung und einem effizien-

ten Stromverbrauch sind ein ständiges Thema bei **PAPSTAR**.

Beispiele zur Stromeinsparung:

- Einsatz neuer Hardwareserver in den Rechenzentren (Einsparung: mehr als 50 Prozent)

- Flächenreduzierung der Serverräume und somit Reduzierung des Kühlungsbedarfs
- sukzessive Umstellung der Beleuchtung auf LED-Technik (in Lagerhallen und im Verwaltungsgebäude – bessere Verträglichkeit, geringere Augenermüdung)
- Installation von Präsenzmeldern und Helligkeitssensoren



Gas

Auch in Sachen Gasverbrauch verfolgt man bei **PAPSTAR** konkrete Maßnahmen zur Senkung des Ressourcenverbrauchs, auch wenn standortbezogene Wetterabhängigkeiten und insbesondere länger andauernde Kälteperioden wesentliche Determinanten sind, die durch das Unternehmen nicht beeinflusst werden können. Der Energieeinsatz ist somit nur bedingt steuerbar. Die Abbildung eines witterungsbereinigten Gasverbrauchs ermöglicht dem Unternehmen den Vergleich verschiedener Berechnungszeiträume und zeigt an, in welcher

Höhe der Verbrauch unter durchschnittlichen Witterungsbedingungen ausgefallen wäre. Seit 2019 erfasst und überwacht **PAPSTAR** neben dem tatsächlichen auch den witterungsbereinigten Gasverbrauch als reguläre Kennzahl.

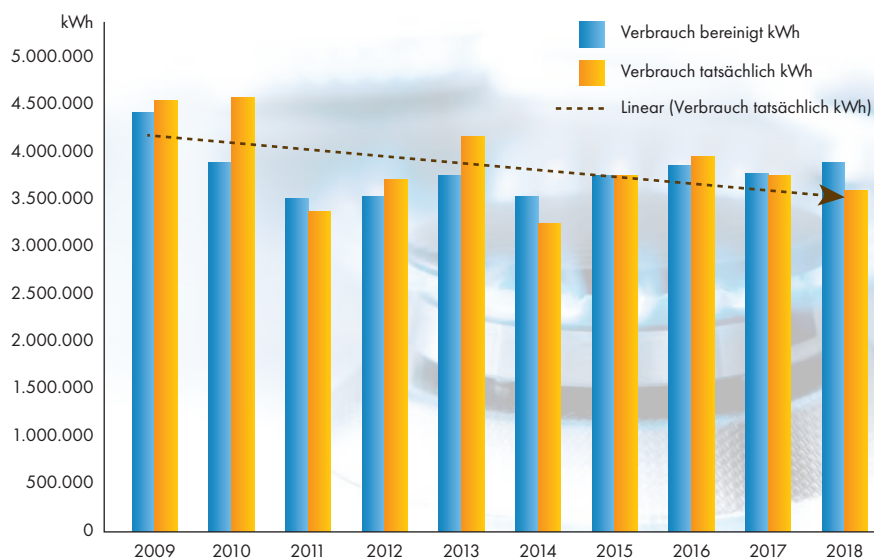
Die zur Berechnung erforderlichen standortbezogenen Klimafaktoren bezieht das Unternehmen vom Deutschen Wetterdienst (DWD). Mittels historischer Daten konnte so der witterungsbereinigte Gasverbrauch bis 2009 zurückgerechnet werden.



Maßnahmen zur effizienten Nutzung von Energie:

- Dämmung und Komplettverschließung stillgelegter Tore im Lager
- Deckendämmung in Büro- und Aufenthaltsräumen
- Modernisierung von Heizungsanlagen
- Komplettabschaltung der Heizungsanlage in den Sommermonaten

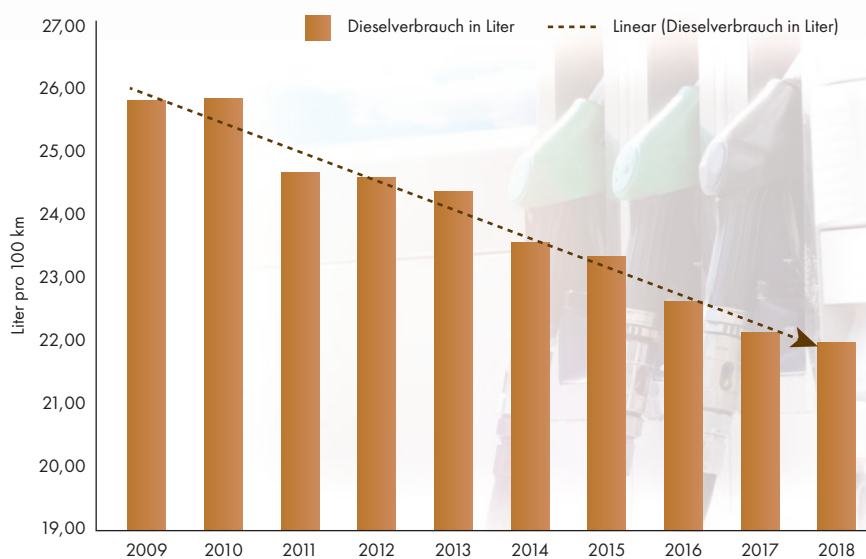
PAPSTAR erreichte über die letzten zehn Jahre hinweg eine witterungsbereinigte Einsparung von etwa 12 Prozent kWh; die tatsächliche Einsparung liegt bei rund 21 Prozent kWh.



Diesel-Kraftstoff

Als Logistikdienstleister mit eigenem Fuhrpark fällt dem Thema Kraftstoffverbrauch selbstredend eine bedeutende Rolle zu – aus ökonomischer und auch ökologischer Sicht. **PAPSTAR** analysiert fortlaufend die am Markt verfügbaren Technologien zur Kraftstoff-Einsparung und investiert kontinuierlich in modernste und ressourcenschonende Technik. Die Umrüstung der gesamten Lkw-Flotte auf EURO-6-Fahrzeuge bis einschließlich 2018 war nur eine Maßnahme im Hinblick auf ein umweltfreundliches Fuhrparkmanagement. Eine Doppelstocktechnik in allen Lkw ermöglicht eine optimale räumliche Auslastung der Fahrzeuge. Mittels integrativer Nutzung eines Telematik-Systems (seit mehr als einem Jahrzehnt) werden der Kraftstoffverbrauch und das Fahrerverhalten kontinuierlich ausgewertet, um Verbesserungsmaßnahmen gemeinschaftlich erarbeiten zu können. Die Schulung der Berufskraftfahrer durch erfahrene Eco(nomic)-Fahrtrainer – auch hinsichtlich Gesundheit und Sicherheit – hat sich bestens bewährt, um erreichte Leistungswerte beizubehalten oder sogar zu verbessern.

Neben Technik und Fahrerverhalten haben Wetter- und auch Streckenbedingungen sowie die Transportauslastung erheblichen Einfluss auf den Kraftstoffverbrauch. In 2018 konnte **PAPSTAR** den Kraftstoffverbrauch je 100 Kilometer auf 21,95 Liter reduzieren.



Wasser

Auch der Frischwasserverbrauch – vor allem im besonders relevanten Fuhrpark-Bereich – wird bei **PAPSTAR** dokumentiert, überprüft und – wenn möglich – gesenkt.

Der größte Wasserbedarf im Unternehmen entsteht im Rahmen der

Fahrzeug-Wartung und -Reinigung. Durch das Betreiben einer Wasseraufbereitungsanlage und eines Regenauffangbeckens wird der Bedarf an Frischwasser erheblich gesenkt. Eine weitere Maßnahme ist die partielle Umrüstung auf wasserlose Urinale.



Abfälle

Der Umgang mit Wertstoffen erfolgt bei **PAPSTAR** unter dem Aspekt des nachhaltigen Wirtschaftens. Dabei steht die Verwertung von Abfallmaterialien, im Sinne eines ressourcenschonenden Handelns, eindeutig vor der Entsorgung. In einem durch Auszubildende entwickelten Abfallmanagementkonzept (inklusive Einweisung sämtlicher Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter) werden die im Betrieb anfallenden Reststoffe sortiert

und nach Möglichkeit dem Wertstoffkreislauf wieder zugeführt. Die Wertstoffe der einzelnen Fraktionen müssen verbindlich von Verunreinigungen getrennt entsorgt werden. Dabei gilt es einen Verunreinigungsgrad von fünf Prozent zu unterschreiten. Die getrennt gesammelten Wertstoffe werden in Mengenbilanzen nach Fraktionen erfasst und die Ergebnisse regelmäßig überwacht. Die dazu relevanten Daten

erhält **PAPSTAR** vom zertifizierten Entsorgungspartner.

Für 2019 hat **PAPSTAR** die Erweiterung des bestehenden Abfallentsorgungskonzepts geplant. Dieses soll eine direkte Ressourceneinsparung, eine noch differenziertere Getrennsammlung der Abfallarten und schließlich eine gesteigerte Rückführung dieser Werkstoffe in den Wiederverwertungskreislauf ermöglichen.

Unternehmenseigene Kompostiermaschine

In der eigenen Betriebskantine setzt **PAPSTAR** ausschließlich Einmalprodukte der nachhaltigen Sortimentslinie „pure“ ein – hauptsächlich Teller und Schalen, die aus den Resten der Zuckerrohrpflanze gewonnen werden. Gemeinsam mit Speise- und Bioresten aus den Büros sowie dem Kaffeesatz

sämtlicher Kaffeemaschinen wird sämtliches Einmalgeschirr seit 2015 in der unternehmenseigenen Kompostiermaschine entsorgt. So werden im Monat durchschnittlich sieben Kubikmeter Abfälle verarbeitet beziehungsweise kompostiert.



Der „Output“ von rund 480 Litern wird auf den großzügigen Grünflächen des großen Betriebsgeländes in Kall ausgebracht. Im Sinne des Cradle-to-Cradle-Prinzips (dt. wörtlich „von Wiege zu Wiege“) implementiert **PAPSTAR** somit täglich einen Rohstoffkreislauf für die eigenen Produkte. Das schont nicht nur die Umwelt, sondern spart auch Entsorgungskosten.



Neues Becher-Recycling-Modell besteht Praxistest mit Bravour

Konstruktiv und konsequent: PAPSTAR stellt sich den auf Nachhaltigkeit basierenden Herausforderungen des Marktes; so wie Mitte Juni 2019 beim Zülpicher Tag-am-See-Festival mit der Kölner Band Kasalla. Eine finale Nachbetrachtung des erfolgreich verlaufenen Pilotprojekts.



Erst im April 2019 hatte **PAPSTAR** für bundesweite Beachtung gesorgt, als man ein großes Street-Food-Festival in Kleve am Niederrhein komplett mit Produkten aus nachwachsenden Rohstoffen ausstattete, um das gebrauchte und separat eingesammelte Geschirr anschließend mitsamt Bestecken und Bechern einer professionellen Kompostierung zuzuführen. Dagegen widmete sich das jüngste Pilotprojekt einem zweckdienlichen Recycling-Ansatz, zumal bei einer Größenordnung von ausschließlich 25.000 oder mehr PLA-Trinkbechern wie beim Tag-am-See-Festival ein Recycling die sinnvollere Entsorgungslösung ist.

Die schließlich eingesetzten, schick gebrandeten und sehr formstabilen Kaltgetränkebecher der **PAPSTAR-pure**-Linie basieren auf Maisstärke (PLA – Polylactide, umgangssprachlich auch Polymilchsäuren), sind vollständig biologisch abbaubar und in ihrer Optik kaum von einem herkömmlichen Kunststoffbecher zu unterscheiden.

Die nachhaltig gedachte Idee:

- **PAPSTAR** nimmt die Becher zurück, so wie sie auch angeliefert worden sind (nämlich jeweils im Karton, 16 Stangen zu je 70 Bechern)
- dazu werden die leeren Kartons mit einem Müllsack ausgekleidet, so dass die gebrauchten Becher wieder einsortiert werden können
- ist der Karton voll, wird der Müllsack mit einem Kabelbinder verschlossen; anschließend wird der Karton zugeklappt – das Transportvolumen bleibt somit gleich
- die gebrauchten Becher (in den Kartons) lassen sich bei **PAPSTAR** zwischenslagern, um dann später logistisch effizient zum nahegelegenen Recyclingunternehmen transportiert zu werden





Der Kreislauf der Biokunststoffe

- ① Nachwachsende Rohstoffe
- ② Stärke
- ③ Zwischenprodukt/Granulat
- ④ Endprodukte
- ⑤ Kompostieranlage oder Recyclingunternehmen
- ⑥ Biomasse oder Pellets zur Herstellung biobasierter Kunststoffe

- die Einmalbecher mit geringfügigen Getränkeresten werden im erwähnten Unternehmen noch einmal final sortiert (zur gänzlichen Vermeidung von Störstoffen), gemahlen und gewaschen, um im Endeffekt als PLA-Pellets zur Herstellung anderer biobasierter Kunststoffe wiederverwendet werden zu können

„Wir mussten keinen einzigen Becher vom Boden aufheben!“, zeigten sich die Festival-Veranstalter restlos begeistert: „Die Erfahrung aus dem Vorjahr war eine ganz andere, nämlich die eines mit Plastikbehältnissen übersäten Festivalgeländes.“ Ein Becherpfand von einem Euro sei diesmal sicherlich mitent-

scheidend dafür gewesen, „dass die Rücklaufquote bei nahezu 100 Prozent gelegen hat.“ Zudem bat „Viva con Agua“ aus Köln (Wasserprojekte für die gleichnamige Organisation und die Welthungerhilfe) an mehreren Stellen auf dem Gelände um Becher-Spenden und konnte so einen stolzen Betrag von 1250 Euro „einsammeln“.

PAPSTAR-Mitarbeiter weilten ebenfalls vor Ort, um sich ein detailliertes Bild des „nachhaltigen Lösungsmodells mit Einmalbechern“ zu machen. Die Erkenntnis: Die Festival-Besucher haben toll mitgemacht und auch das Pfandsystem sehr bereitwillig akzeptiert. Eine Vorab-Information über die sozialen Medien und mit Hilfe der örtlichen Zeitungen sensibilisierte zusätzlich für das Thema, so dass am Tag selbst kaum noch „Aufklärungsarbeit“ vonnöten war.

Und noch ein äußerst positiver Begleiteffekt war feststellbar. Dass keine leeren Becher achtlos auf den Boden geschmissen worden sind, sollte auch das sonstige Wegwerfverhalten der Konzertbesucher sehr positiv beeinflussen: Ein (zunächst erster) Eindruck, der sich bei den nächtlichen Aufräumarbeiten eingängig bestätigte.

Für die **PAPSTAR Solutions GmbH** wird es jetzt darum gehen, Detail-Erkenntnisse des Pilotprojekts weiter zu optimieren und individualisieren. Was bereits feststeht: Das erprobte Recycling-System ist für Großveranstaltungen in vielerlei Hinsicht als „absolut empfehlenswert“ einzustufen. Die positiven Effekte des Rundum-sorglos-Services mit den Maisstärke-Bechern haben sich herumgesprochen. Eine große Triathlon-Veranstaltung, ein City-Marathon, Rock-Festivals und eine namhafte Brauerei mit deutschlandweit 300 Outdoor-Events haben das „Prinzip Nachhaltigkeit“ bereits für sich entdeckt.

Zentrale Verantwortung

In der Schnittstellenfunktion zwischen Produzenten und Kunden beziehungsweise Konsumenten sieht sich PAPSTAR gleichermaßen in der Lage wie in der Pflicht, die zentrale Verantwortung für sämtliche Produkte zu übernehmen – und das entlang der gesamten Lieferkette.

Nachhaltigkeit ist somit kein isoliertes Grundprinzip innerhalb des Unter-

nehmens, sondern vielmehr ein unternehmensübergreifendes Wertesystem, welches **PAPSTAR** von seinen Lieferanten und Vertragspartnern einfordert. Ein unabdingbarer Anspruch ist eine ökoeffiziente Ausrichtung des kompletten Supply-Chain- beziehungsweise Lieferketten-Managements für die Basisproduktgruppen. Lieferanten und Logistikdienstleister nehmen in diesem Zusammenhang eine zentrale Rolle ein.



Beschaffungsmanagement

Die Lieferantenbasis wird regelmäßig (seit 2009) hinsichtlich Nachhaltigkeit und „sozial-gesellschaftlich verantwortungsvollem Handeln“ bewertet. Dazu kommen verbindliche Einkaufs- beziehungsweise Mindeststandards (unter anderem zu Gesundheit und Umwelt), die von den Lieferanten eingefordert werden. Im Falle nicht vertretbarer Geschäftspraktiken leitet **PAPSTAR** eine Beendigung der Zusammenarbeit ein.

Code of Conduct

Ein zentrales Element der Beschaffungsanforderungen ist der durch **PAPSTAR** in 2018 überarbeitete und verabschiedete Code of Conduct (Verhaltenskodex), der die Grundvoraussetzung und die Basis einer vertraglichen Zusammenarbeit mit dem Unternehmen bildet. Der Code of Conduct formuliert in Anlehnung an die zehn Grundprinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen die **PAPSTAR**-Anforderungen etwa zur Einhaltung der Menschenrechte und Arbeitsnormen, zu den Themen Umwelt und Klima oder zur Korruptions-

prävention. Weitere Punkte sind die Nulltoleranzstrategie in Sachen Zwangs- oder Kinderarbeit sowie Diskriminierung, die Anforderungen an eine sichere und gesunde Arbeitsumgebung, die Vermeidung von Interessenskonflikten, der Datenschutz und last but not least die Verantwortung für die Umwelt.

PAPSTAR sieht den Code of Conduct nicht nur als Eigenverpflichtung, sondern fordert die Umsetzung und Einhaltung der Verhaltensrichtlinien auch von Lieferanten und Geschäftspartnern per Unterschrift ein.

Lieferantenselbstauskunft

Die Lieferantenselbstauskunft als mehrseitiger Fragebogen ist eine bewährte Methode zur systematischen Informationsgewinnung zu Lieferanten und deren Leistungspotenzialen. Im Rahmen des Qualitätsmanagements fordert auch **PAPSTAR** diese Selbstauskunft ein, um nicht zuletzt auch die eigenen Anforder-

ungen hinsichtlich Qualität und Umwelt zu unterstreichen. Dabei stellt dieses Instrumentarium weitaus mehr als eine rein formale Absicherung gegen etwaige Risiken dar – es dient **PAPSTAR** auch als wichtiger Hebel, um die Nachhaltigkeits-Entwicklung der Lieferanten voranzutreiben.

Analyse und Bewertung



Im Rahmen der Lieferantenbeurteilung erfolgt regelmäßig auch eine Kontrolle und Analyse der Lieferantenperformance. Kontinuierlich stattfindende Gespräche und Besichtigungen der Produktionsstätten helfen dabei, sich über ökologische und soziale Normen zu informieren und diese letztendlich auch zu überprüfen. Insbesondere wird auf die Einhaltung von Menschenrechten und die Gewährleistung von Gesundheit sowie Arbeitssicherheit der Mitarbeiter geachtet: Eine Vorgehensweise, die auch den Blick für eigene Belange schärft und

so für eine Erweiterung des internen Anforderungsprofils sorgt.

Die Konkretisierung sozialer und ökologischer Mindestvoraussetzungen an die Lieferanten steht im Zentrum der aktuellen und zukünftigen Analyse-Ausrichtung. Zudem prüft **PAPSTAR** derzeit weitere Handlungsmöglichkeiten zur Ausrichtung von umfänglichen Sozialaudits, um eine noch kontinuierlichere Überwachung der genannten Kriterien (Einhaltung, Umsetzung, Verbesserung) gewährleisten zu können.

Korruptionsprävention

PAPSTAR duldet keine Korruption – ein Grundprinzip im Code of Conduct und gleichermaßen für Mitarbeiter und Geschäftspartner zwingend gültig. Zur allgemeinen Regelkonformität hat das Unternehmen 2018 eine Compliance-Organisations-Richtlinie entworfen, welche 2019 über das Intranet **BE A PAPSTAR** kommuniziert und in Kraft treten wird. Da Korruption im geschäftlichen Alltag oft schwer zu erkennen ist, hat man 2018 ferner damit begonnen, eine Antikorruptions-Richtlinie zu erstellen. Fachlich und rechtlich unterstützt der intern benannte „Leiter Compliance“ das Unternehmen; auch als Ansprechpartner für die Compliance-Beauftragten bei Zweifelsfragen oder fraglichen Ereignissen. Neben dem Leitfaden werden die Mitarbeiter künftig geschult (Verhaltensvorgaben zu korruptionsfreier Arbeit), um für das Thema zu sensibilisieren. Überprüfungen und Kontrollen sind ebenfalls an der Tagesordnung. Sollten Korruptionsfälle aufgedeckt werden, erfolgt die konsequente Sanktionierung.

Lieferantenentwicklung

PAPSTAR hat sich zum Ziel gesetzt, Nachhaltigkeitsstandards in der eigenen Lieferkette weiterzuentwickeln. Durch partner-schaftliche Zusammenarbeit, insbesondere bei Nachhaltigkeits-Themen, soll ein stetiger Wissenstransfer sichergestellt und gefördert werden.

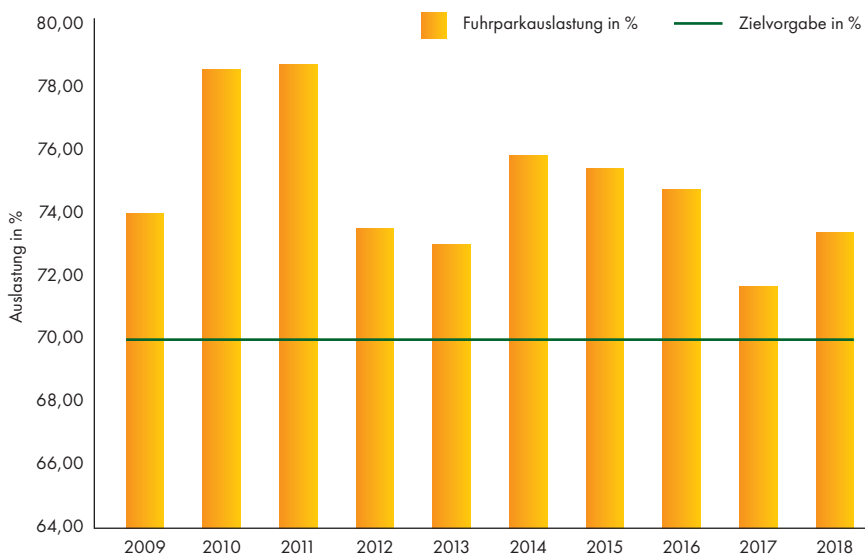


Fuhrpark: Fahrertraining und Tourenoptimierung

Auch in Sachen Fuhrparkmanagement setzt PAPSTAR auf den Einsatz modernster Technik, kombiniert mit gezielten Trainingseinheiten für das gesamte Fahrerpersonal (Economic Drive, Lkw-Fahren auf die sparsamste Art und Weise).

Die Zielsetzung – das Unternehmen strebt die effiziente Nutzung von Ressourcen, die Reduzierung der Verbräuche sowie die Verminderung von Emissionen an – wird vom Fuhrparkpersonal nicht nur mitgetragen, sondern tagtäglich gelebt. Eine wichtige Kennzahl mit Wirkung auf diese Ziele ermittelt **PAPSTAR** im Rahmen der Fuhrparkanalyse.

Die Einsatzplanung der eigenen Fahrzeuge, eine wesentliche ökologische Effizienzgröße, erfolgt in einer Art „Rundlauf-System“: Warenauslieferung bei Kunden, Verteilhubs und Abholung bei Lieferanten. Dabei strebt **PAPSTAR** die höchstmögliche Auslastung eigener Fahrzeuge an und verfolgt den Grad der Auslastung von Monat zu Monat, wobei die termingerechte Warenbereitstellung stets sicherzustellen ist.



Das Auslastungsziel von mindestens 70 Prozent hat sich in den vergangenen Jahren als realistische Größe herauskristallisiert. Die Abbildung macht deutlich, dass **PAPSTAR** in den letzten zehn Jahren stets eine prozentuale Fuhrparkauslastung über der angestrebten 70er-Marke erreicht hat. Anspruch ist, dieses Niveau zu halten.

Der Grad der Fuhrparkauslastung hängt von verschiedensten Faktoren ab, die im Rahmen der Tourenplanung Berücksichtigung finden:

- termingerechte Warenbereitstellung
- Auftragslage /-volumen
- verfügbare Frachtkapazitäten

Um Leerfahrten weitestgehend zu vermeiden, plant das Fuhrparkmanagement Touren stets im bereits erwähnten „Rundlauf-System“, so dass die Lkw möglichst mittels Doppelstocktechnik optimal befüllt beziehungsweise ausgelastet sind. Kann dieser Umstand nicht gewährleistet werden, wird im Sinne der Effizienz über die Unterstützung qualifizierter Transportdienstleister nachgedacht. Eine Vergabe der Aufträge ist jedoch aufgrund von Frachtraumverknappungen und Fahrermangel nicht immer möglich. Die stetige Überwachung der eingesetzten Transportdienstleister durch den Verlademeister ist bei **PAPSTAR** gang und gäbe – von der Fahrzeugtechnik über den Zustand des Fahrzeugs bis hin zu Sicherheitsaspekten des eingesetzten Fahrerpersonals.



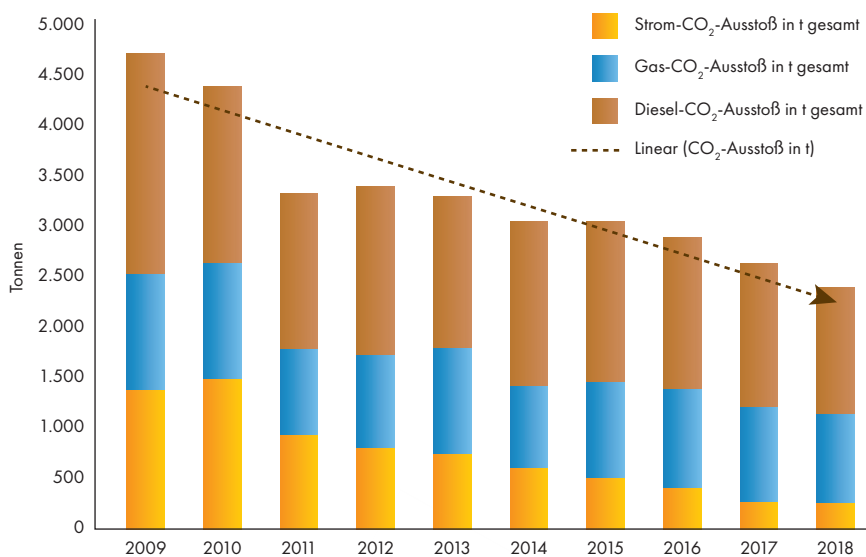


CO₂-Emissionen seit 2009 halbiert

Eine optimale Fuhrparkauslastung trägt nicht zuletzt auch zu einer effizienteren Nutzung der Ressourcen (geringerer CO₂-Ausstoß) sowie zu geringeren Kraftstoffverbräuchen bei. **PAPSTAR** hat sich zur Aufgabe gemacht, die eigenen CO₂-Emissionen zu reduzieren (Strom, Gas, Dieselkraftstoff). Erste Erfolge der vergangenen Jahre basieren auf dem steigenden Strombezug aus regenerativen Energien sowie aus einem insgesamt sinkenden Stromverbrauch. In diesem Bereich ist ein drastischer Rückgang um rund 83 Prozent seit dem Jahr 2009 feststellbar. Emissionen durch den Energieträger Gas konnten um 21 Prozent verringert werden, durch sinkende Kraftstoffverbräuche sogar um 43 Prozent.

Insgesamt wurden die ermittelten CO₂-Emissionen seit 2009 um 2320 Tonnen reduziert. Dies entspricht der CO₂-Speicherleistung einer Waldfläche in der Größe von rund 250 Fußballfeldern.

Und **PAPSTAR** beabsichtigt, die CO₂-Emissionen weiter zu senken, insbesondere durch den für 2020 fixierten hundertprozentigen Ökostrom-Bezug.



Die wichtigsten Gütesiegel und Zertifikate im Überblick

PAPSTAR-Produkte und -Sortimente stehen im Zuge einer nachhaltigen Gesamtbetrachtung im zentralen Fokus. Umwelt- und Sozialaspekte werden dabei ebenso berücksichtigt wie hohe Qualitätsanforderungen.

Bei der Produktauswahl und -herstellung orientiert sich **PAPSTAR** an Gütesiegeln, die für eine klare Aussage stehen.

Das Unternehmen bevorzugt nicht nur solche Artikel, die Gütesiegel von unabhängigen Stellen beziehungsweise

Zertifizierungsorganisationen tragen, sondern treibt darüber hinaus Zertifizierungen und eine kontinuierliche Überwachung sämtlicher Produkte aktiv voran.



Qualitätsmanagement ISO 9001

- **Art:** Zertifikat DIN EN ISO 9001:2015
- **Aussteller:** DEKRA Certification GmbH, Stuttgart
- **Gültigkeit:** 14. November 2018 – 13. November 2021

Die DEKRA Certification GmbH bescheinigt der **PAPSTAR GmbH** und der **PAPSTAR Service GmbH** für den

Standort Kall ein Qualitätsmanagementsystem entsprechend der in der Zertifikatskennung ausgewiesenen Norm für den Bereich „Vertrieb, Logistikmanagement und Servicedienstleistungen für Nonfood-Warenkonzepte“ eingeführt zu haben und aufrechtzuerhalten. DIN steht für Deutsches Institut für Normung, EN für Europäische Norm und ISO für „International Organization for Standardization“. Diese Norm ist somit in Deutschland, in Europa und weltweit anerkannt.



Umweltmanagement ISO 14001

- **Art:** Zertifikat DIN EN ISO 14001:2015
- **Aussteller:** DEKRA Certification GmbH, Stuttgart
- **Gültigkeit:** 14. November 2018 – 13. November 2021

Die DEKRA Certification GmbH bescheinigt der **PAPSTAR GmbH** ein Umweltmanagementsystem entsprechend der in der Zertifikatskennung ausgewiesenen Norm für den Bereich „Vertrieb, Logistikmanagement und Servicedienstleistungen für Nonfood-Warenkonzepte“ eingeführt zu haben und aufrechtzuerhalten.



Das Zeichen für verantwortungsvolle
Waldwirtschaft

Forest Stewardship Council® – FSC®

- **Art:** Zertifikat TUVDC-COC-100722 (Registernummer)
- **Aussteller:** DIN CERTCO Gesellschaft für Konformitätsbewertung mbH, TÜV Rheinland Group, Berlin
- **Gültigkeit:** 27. März 2018 – 17. November 2021 (fünfte Ausstellung)

Die DIN CERTCO GmbH hat die **PAPSTAR GmbH** und **PAPSTAR Vertriebs AG Österreich** bezüglich

bestimmter Produktgruppen FSC®-zertifiziert. Der Forest Stewardship Council® (FSC®) hat sich zum Ziel gesetzt, die Wälder der Erde umweltgerecht, sozialverträglich und nachhaltig zu nutzen. Definiert sind weltweit einheitliche Grundprinzipien für eine verantwortungsvolle Waldwirtschaft. Das Siegel lässt erkennen, dass die Rohstoffe des jeweiligen Produktes aus einer verantwortungsvollen Waldbewirtschaftung stammen. Zur Sicherstellung wird das bewährte Instrument der Produktkettenzertifizierung eingesetzt. Die Rückverfolgbarkeit wird durch eine Prüfnummer gewährleistet.



kompostierbar

Keimling

- **Art:** Zertifikat DIN EN 13432:2000-12 – Unterzertifikate
- **Aussteller:** DIN CERTCO Gesellschaft für Konformitätsbewertung mbH, Berlin
- **Gültigkeit:** variiert je nach Produktzertifizierung

Eine europäische Norm für kompostierbare Werkstoffe ist die DIN EN 13432 (Keimling). Bei entsprechender industrieller Kompostierung sind nach 80 Tagen mehr als 90 Prozent des Produktes biologisch abgebaut. Nach sechs Monaten sind auch die kleinsten Partikel (unter zwei Millimeter) komplett verstoffwechselt.

Die DIN CERTCO hat diverse Produkte der **PAPSTAR GmbH** aus kompostierbaren Werkstoffen zertifiziert. Dazu vergibt die DIN CERTCO Unterzertifikate zu bestimmten Artikeln. Die Gültigkeit der Zertifikate variiert somit nach Artikel.

Die Produzenten der zertifizierten Artikel führen jeweils die Hauptzertifikate. Anhand produktspezifischer Registernummern, unterhalb des Keimling-Konformitätszeichens, wird so die Rückverfolgbarkeit der Produktkettenzertifizierung gewährleistet. Das Keimling-Logo gilt als Nachweis, dass die Produkte aus kompostierbaren Werkstoffen bestehen. **PAPSTAR** verwendet unternehmenseigene Registernummern auf den Produkten.

TÜV Rheinland (für Lebensmittel geeignet)

- **Art:** Zertifikat TV 60100515
- **Aussteller:** TÜV Rheinland LGA Products GmbH, Köln
- **Gültigkeit:** 13. März 2015 – 12. März 2020

Gegenstände, die bestimmungsgemäß mit Lebensmitteln in Berührung kommen, heißen zusammengefasst Lebensmittelbedarfsgegenstände. TÜV Rheinland hat geprüft, ob von solch einem Gegenstand Stoffe auf Lebensmittel übergehen, die die menschliche Gesundheit gefährden oder die Zusammensetzung, den Geruch oder Geschmack von Lebensmitteln verändern. Dafür hat TÜV Rheinland einen Prüfkatalog definiert, der je nach Produkt Mindeststandards für die Eigenschaft lebensmittelgeeignet bei bestimmungsgemäßem Gebrauch festlegt. Zusätzlich werden die Angaben des Herstellers überprüft. Der Prüfkatalog orientiert sich an den nationalen Gesetzen und Verordnungen für Bedarfsgegenstände und den in der Industrie üblichen Maßstäben und geht noch über diese hinaus. Im Labor wurden sensorische Prüfungen auf Geschmacks- und

Geruchsveränderungen sowie chemische und chemisch-physikalische Analysen durchgeführt. Das Produkt wurde zudem einer Belastungssimulation unterzogen (zum Beispiel Erhitzung und Beladung). Mit dem Keyword „Lebensmittelgeeignet“ wird bestätigt, dass das Produkt die Prüfkriterien von TÜV Rheinland erfüllt.

Die TÜV Rheinland LGA Products GmbH hat bestimmte Produkte der **PAPSTAR GmbH** für die Lebensmitteleignung zertifiziert. Dazu zählen Produkte aus Papier oder Karton, zum Beispiel Tortenunterlagen oder Teller und Schalen. Das entsprechende TÜV-Siegel bescheinigt die Eignung für den Lebensmittelkontakt der zertifizierten Produkte sowie die regelmäßige Überwachung der Artikel.





SGS-TÜV Saar (auf gefährliche Inhaltsstoffe untersucht)

- **Art:** Zertifikat-Nummer: TSG152642
- **Aussteller:** SGS-TÜV Saar GmbH, Sulzbach/Saarland; die SGS SA mit Sitz in Genf ist ein börsennotierter, internationaler Warenprüfkonzern
- **Gültigkeit:** 21. Dezember 2016 – 2. Juni 2020

Die SGS-TÜV Saar GmbH hat bestimmte Produkte der **PAPSTAR GmbH** zu

„Unbedenklichkeit bezüglich verschiedener Produkteigenschaften“ zertifiziert. Die Produkte werden auf diverse Schadstoffe überprüft, um die Produktsicherheit zu bestätigen. Das entsprechende TÜV-Zeichen „HAZARDOUS SUBSTANCES TESTED“ bescheinigt die chemische sowie mechanisch-physikalische Produktsicherheit der zertifizierten Produkte. Derzeit tragen fast alle Artikel aus dem Bereich Luftballons dieses Zeichen.



Nordic Swan Ecolabel

- **Art:** **PAPSTAR** Sverige Aktiebolag (AB) – Lizenz-Nummer 30880015; Paper Print Converting GmbH (PPC) Österreich – Lizenz-Nummer 30010051
- **Aussteller:** Miljömärkning Sverige AB
- **Gültigkeit:** 25. Mai 2018 – 31. Oktober 2020 (Schweden); bis 31. Dezember 2019 (Österreich)

Die **PAPSTAR Sverige AB** ist im Bereich Kerzen, die **Paper Print Converting GmbH Österreich (PPC)** für verschiedene Produkte wie zum Beispiel Servietten und Tischdecken zertifiziert. Das „Nordic Swan Ecolabel“ ist ein Umweltzeichen des Nordischen Ministerrats und wurde 1989 ins Leben gerufen. In Skandinavien haben sich die Papier- und Holzhersteller zusammengeschlossen und bewerten mit dem „Nordic

Swan Ecolabel“ lückenlos den gesamten Herstellungsprozess. Ziel ist es, nur Produkte zu zertifizieren, deren gesamte Herstellung – von der Gewinnung der Rohstoffe über die Fertigung bis hin zur Entsorgung der Abfälle – die Umwelt so wenig wie möglich belasten.

Im Allgemeinen steht das Label für die Einhaltung diverser ökologischer, qualitativer und gesundheitsrelevanter Kriterien. Das Logo kennzeichnet die Herkunft des Produktes durch eine (unterhalb des Logos stehende) produktspezifische Lizenznummer. Es ist ausschließlich produktspezifisch und dem Leitfaden entsprechend zu verwenden. Im Kerzenbereich verwendet **PAPSTAR** eine unternehmenseigene Nummer unterhalb des Zeichens; die zertifizierten Produkte von Paper Print Converting (PPC) tragen deren Herstellernummer unter dem Zeichen.

PAPSTAR: Eine Marke – drei Awards!

Ständig mit- und vordenken, um den auf Nachhaltigkeit basierenden An- und Herausforderungen des Marktes gerecht werden zu können! Eine Leitmaxime der PAPSTAR GmbH, die längst zur täglichen Motivationsgrundlage gereift ist.

Auszeichnungen wie die Aufnahme in die honorigen Kreise von „**Deutsche Standards – Marken des Jahrhunderts**

2019“ (Verlagsgruppe DIE ZEIT) und „**Die großen deutschen Marken 2019“** (Rat der Formgebung, German Design Council), das **GREEN-BRANDS-Gütesiegel** oder auch die zunehmende Beliebtheit der **PAPSTAR-pure**-Produkte aus zu 100 Prozent nachwachsenden Rohstoffen sind Ansporn und Verpflichtung zugleich, den eingeschlagenen Weg weiterzugehen: Hellwach und mit der notwendigen Konsequenz!



Deutsche Standards – Marken des Jahrhunderts 2019

Ein (bestimmter) Artikel ist ein grammatisches Wort, das regelmäßig ein Substantiv begleitet – oder besonders hervorhebt. So wie „**PAPSTAR – Das Einmalgeschirr**“. Die TEMPUS CORPORATE GmbH als hundertprozentige Tochter des ZEIT-Verlags sowie Herausgeber und Publizist Dr. Florian Langenscheidt haben **PAPSTAR** nach einem durch eine hochrangige Jury gesteuerten Auswahlverfahren für das Kompendium „Deutsche Standards – Marken des Jahrhunderts 2019“ auserkoren.

„Marken des Jahrhunderts‘ ist eine Enzyklopädie großer Marken mit Leuchtturm-Charakter und stellt die Ikonen der deutschen Wirtschaft vor“, sagt Florian Langenscheidt: „Das Buch zeigt, wer Standards gesetzt hat auf seinem Gebiet. Dadurch wird es zu einem Spaziergang durch unser aller Alltagsmythologie, denn die meisten von uns sind aufgewachsen mit den Marken, deren Hintergrund, Geschichte, Bedeutung und Aura hier beschrieben werden.“



GREEN BRAND

Für seine Verantwortung für Mensch und Umwelt wurde **PAPSTAR** mit dem GREEN-BRANDS-Award ausgezeichnet. Mit diesem internationalen Gütesiegel werden nach einer entsprechenden Nominierung Marken und Unternehmen geehrt, die sich nachweisbar in hohem Maß für Umwelt, Nachhaltigkeit sowie ökologische Lebens- und Produktionsbedingungen einsetzen und dies für Kunden wie Mitarbeiter transparent leben und kommunizieren.

GREEN BRANDS ist eine internationale Brand-Marketing-Organisation mit deutschem Hauptsitz in Veitsbronn. Die Organisation verleiht in Zusammenarbeit mit ebenfalls unabhängigen Institutionen und Gesellschaften aus den Bereichen Umweltschutz, Klimaschutz und Nachhaltigkeit sowie mit Markt- und Meinungsforschungsinstituten in einem mehrstufigen Prüfungsverfahren das GREEN-BRANDS-Gütesiegel.



Rat für Formgebung – Die großen deutschen Marken 2019

Aller guten Dinge sind drei: Auch im neuen Band „Die großen deutschen Marken 2019“ beziehungsweise „The Major German Brands 2019“ des Rates für Formgebung (German Design Council) ist **PAPSTAR** mit von der Partie.

PAPSTAR und **PAPSTAR pure** werden nicht nur in den erlauchten Kreis „herausragender deutscher Markenunternehmen“ aufgenommen, sondern abschließend auch „als ausgewiesenes ökologisches Unternehmen mit klar formulierten Zielen im Sinne der Nachhaltigkeit“ bewertet. Der Rat für Formgebung zählt zu den weltweit führenden Kompetenzzentren für Kommunikation und Wissenstransfer im Bereich Design/Marke und wurde 1953 auf Initiative des Deutschen Bundestages gegründet.





Intranet mit eingebautem Motivationsschub

Diverse Verwaltungsstandorte. Logistikzentren. E-Commerce-Hubs. Sales-Teams im Feld. International mobile Einkäufer. Ein Unternehmen in der Größenordnung von PAPSTAR besitzt mit der internen Kommunikation eine Herkulesaufgabe.

Gemeinsam mit einer Aachener Werbeagentur wurde die Idee entwickelt, einen Klassiker der internen Kanäle revolutionär neu zu denken: Das Intranet **BE A PAPSTAR**.

- Social Network für die Menschen bei **PAPSTAR**
- einfach in der Bedienung
- Timeline-basierte Optik
- Pushfunktionen bei Neuigkeiten
- Einbettung in die IT- und Designwelt

BE A PAPSTAR

Besondere Herausforderungen boten die Mitarbeiter im Logistikzentrum, die nicht alle über einen eigenen Bildschirmarbeitsplatz verfügen. Hier arbeitet **BE A PAPSTAR** mit eigenen inhaltsreduzierten Templates für die Darstellung auf Großbildschirmen in den Pausen- und Aufenthaltsbereichen der Logistikspezialisten. In den Foyers der angebundenen Standorte können über weitere Funktionen die Besucher begrüßt werden. Eine gesonderte Anmeldung

der User im Intranet ist nicht erforderlich – die Anwendung ist über LDAP in die Systemwelt bei **PAPSTAR** integriert.

„Hinter der Renaissance des Intranets steht die Idee des ‚Wissen, was läuft!‘. Es ist diese simple Botschaft, auf die sich eine transparente interne Kommunikation konzentriert. Diese Kommunikation konsequent, einfach, unterhaltsam und stetig zu betreiben, bindet Menschen stärker an das Unternehmen. Sie liefert Themen für die tägliche Kommunikation der Mitarbeiter, sie verbindet Abteilungen und Standorte miteinander, sie schafft den Nährboden dafür, dass über den (Papp-)Tellerrand der eigenen Zuständigkeiten hinaus aktiv mitgedacht werden kann“, so CEO Bert Kantelberg zum Start des neuen internen Kommunikationskanals.

Mindestens genau so bedeutsam sei aber die Interaktionsmöglichkeit für die Mitarbeiter – von der Timeline bis hin zum Kleinanzeigenmarkt – und die Verknüpfung von Funktionen, die immer wieder zum Besuch einladen, zum Beispiel Raumbuchungen, häufig gestellte Fragen, Infos zu neuen Produkten oder Marketingtools: Wissensplattform und „Corporate-Identity-Tankstelle“ in einem. **BE A PAPSTAR** verbindet all dies und gewährleistet eine vollumfängliche redaktionelle Betreuung mitsamt Hilfestellungen.



Die **PAPSTAR**-Welt steckt voller Geschichten, die es zu erzählen lohnt. Es sind die Geschichten ...

- der Kunden
- des breitgefächerten sozialen und kulturellen Engagements
- zu den Produkten und Innovationen
- von unserer Natur und nachhaltigem Denken
- zum Know-how bei **PAPSTAR**
- zum Lifestyle der Menschen (mit den Produkten oder zu den Innovationen)
- aus der Welt, in der wir bei **PAPSTAR** leben: Kunst, Kultur, Sport, Technik, Events und Trends

STORY*TELLER

Das Online-Magazin von **PAPSTAR**

www.papstar-storyteller.de

Trendig, unterhaltsam, informativ und frisch eingerichtet: **STORYTELLER** – das Online-Magazin von **PAPSTAR**. Nett gemacht, herzlich anders und so nachhaltig wie der Anspruch, den wir uns gerne selbst auferlegen. www.papstar-storyteller.de – immer einen **KLICK** wert!

Mit seinen Beiträgen wird das Online-Magazin ein journalistisch anspruchsvoll produzierter Nachrichten-Kanal sein, in dem **PAPSTAR** immer erst auf einen zweiten (charmanten) Blick mitschwingt.

Markt

Es liegt in der Natur der Dinge: Papp- und Kartonprodukte waren schon immer eine Stärke der Marke **PAPSTAR**. Im Markt für Einmalgeschirr und Serviceverpackungen wird das Thema Kunststoff heiß diskutiert; die Anforderungen für involvierte Unternehmen, auf das zunehmende Bewusstsein der Bevölkerung für mehr Nachhaltigkeit, Umweltschutz und einen gesunden Lebensstil zu reagieren, wachsen stetig.

PAPSTAR hat die Zeichen der Zeit längst erkannt: Bereits seit 2008 werden unter der Sortimentslinie „pure“ Einmal-



produkte aus zu 100 Prozent nachwachsenden Rohstoffen, die biologisch abbaubar sind, forciert. Darunter sind

auch Abfallprodukte aus der Natur beziehungsweise Landwirtschaft wie Palmblätter oder Zuckerrohrreste.

Geschichte

Es gibt Verbrauchsgegenstände, die ganz simpel sind, fast profan. Und doch sind ihr Design und ihre Form einzigartig. Mehr noch: Sie wecken Erinnerungen, erzeugen Gefühle. Besonders im kulinarischen Bereich. Können Sie sich an Ihre erste Currywurst „auf der Hand“ erinnern? Oder an die Sommer im Freibad, wo das Mittagessen aus einer Portion Pommes frites mit Mayonnaise bestand? Untrennbar damit verbunden sind die typischen Pappschalen mit dem gewellten Rand, die irgendwie auch zur Kulturgeschichte gehören. Oder Pappteller: Auf keinem Kindergeburtstag im Garten oder bei einem Picknick durften sie fehlen.

Die Keimzelle des heutigen Unternehmens **PAPSTAR** mit Hauptsitz in Kall war die 1873 von Oswald Matheis gegründete Pappenfabrik. Im Jahr 1969 übernahm schließlich Gernot Langes-Swarovski die Pappenfabrik, um sie unter dem 1979 kreierten Namen **PAPSTAR** Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG zu einem Unternehmen weiterzuentwickeln, das weit mehr bietet als nur Teller und Becher aus Pappe. Heute produziert und vertreibt **PAPSTAR** nahezu 5000 Verbrauchsartikel der Kategorien Einmalgeschirr und Serviceverpackungen, Tisch- und Raumdekorationen (Gedeckter Tisch) sowie Einmalprodukte für Haushalt, Profiküche, Hygiene und Altenpflege.

Im ersten Segment ist **PAPSTAR** Marktführer in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Produziert und vertrieben werden die Artikel inzwischen auf der ganzen Welt, rund 200 Lieferanten steuern ihren Teil zum Portfolio bei.

PAPSTAR beliefert mit seinem Sortiment vor allem Cash-&-Carry-Märkte, SB-Warenhäuser, Verbraucher- und Supermärkte sowie Fachgroßhändler.

Auf einen Blick

- Gründungsjahr: 1979
- Firmensitz und Logistikzentrum in Kall (Deutschland/Nordrhein-Westfalen)
- Internationale Standorte: Österreich (Spittal/Drau), Niederlande (Oosterhout), Spanien (Tarragona), Schweden (Alingsås) und Polen (Buk) – dazu weitere Vertriebspartner in vielen europäischen Ländern wie Frankreich, Italien, Kroatien (mit Bosnien & Herzegowina) und Schweiz



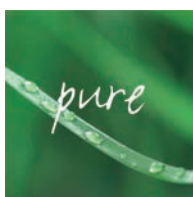
Spotlights

- **PAPSTAR**-Produkte sind in der Regel Einmalprodukte und Verbrauchsartikel. Das aus nahezu 5000 Artikeln bestehende Sortiment wird aus mehr als 200 Produktionen weltweit zusammengeführt und ist in drei Kategorien untergliedert: Einmalgeschirr und Serviceverpackungen, Tisch- und Raumdekorationen (Gedeckter Tisch) sowie Einmalprodukte für Haushalt, Profiküche, Hygiene und Altenpflege.
- Die Auswahl der Verbrauchs- und Dekorationsartikel orientiert sich zum einen am Geschmack der Verbraucher und zum anderen an den Produktanforderungen professioneller Verwender.



Marke

Von besonderer Bedeutung ist für **PAPSTAR** schon seit vielen Jahren die Nachhaltigkeit der Produkte, gerade im Bereich Verpackungen und Einmalartikel. So bietet **PAPSTAR** eine Vielzahl von Artikeln aus nachwachsenden Rohstoffen, die biologisch abbaubar und kompostierbar sind. Unter dem Label



„**PAPSTAR** pure“ finden sich FSC®-zertifizierte (Forest Stewardship Council®, definiert Kriterien und Prinzipien für eine verantwortungsvolle Forstwirtschaft) Pappteller aus schadstofffreier Frischfaser oder Bestecke aus ungebleichtem Holz.

Doch auch Materialien wie

die aus Maisstärke hergestellten Bio-Kunststoffe PLA und CPLA (Crystallized Polylactide, umgangssprachlich auch Polymilchsäuren) werden verwendet, um etwa kompostierbare Trinkhalme oder Becher herzustellen. Stabile Schalen aus Zuckerrohr oder 100 Prozent natürliche Teller aus Blättern der Arekapalme sind weitere Alternativen, die sich für ökologisch optimierte Einsätze anbieten.

Alle Materialien sind übrigens in der eigenen Kompostieranlage erprobt und für den nachhaltigen Alltagseinsatz für tauglich befunden worden. Darüber hinaus investiert **PAPSTAR** in Entsorgungslösungen für Einmalgeschirr und Serviceverpackungen. So sorgt das Unternehmen dafür, dass auch zukünftige Generationen mit allerbestem Gewissen seine Produkte nutzen können. Und dass die Kulturgeschichte von Pappteller & Co. fortgeschrieben wird.

Erfolge

Bereits über 45 Prozent aller **PAPSTAR**-Produkte aus dem Bereich Einmalgeschirr und Serviceverpackungen sowie über 75 Prozent der Produkte aus dem Bereich „Gedeckter Tisch“ sind vollumfänglich aus nachwachsenden Rohstoffen (Holz, Mais, Zuckerrohr, Palmblatt) hergestellt und biologisch abbaubar. Das Zentrallager des Unternehmens in Kall

(Deutschland, Nordrhein-Westfalen) hat alleine 70.000 Stellplätze, im vollautomatisierten Hochregallager werden in der Abhol- und Auslieferungslogistik im Monat 3800 Tonnen in rund 10.000 Lieferungen bewegt. Das größte Plus: Dank europaweiter Logistik- und Servicekonzepte stellt **PAPSTAR** jederzeit die Lieferfähigkeit seiner

gesamten Produktpalette sicher. Im Segment Cash-and-Carry-Märkte (Abholgroßmärkte) gilt das Unternehmen als absoluter Marktführer. Professionell aufgestellt ist **PAPSTAR** auch im stetig wachsenden E-Commerce-Bereich, um weitere Online-Verkaufskanäle rund um die Shop-Präsenzen auszubauen und zu optimieren.

Grüne Fakten

Die Verantwortung für Mensch und Natur zeigt **PAPSTAR** nicht nur in der Verwendung nachwachsender Rohstoffe für seine Produkte, sondern auch in der konsequenten Überprüfung der Unternehmensprozesse hinsichtlich ökologischer Kriterien durch unabhängige Institute.

PAPSTAR hat das Umweltmanagementsystem DIN EN ISO 14001 implementiert und wird regelmäßig nach international anerkannten Normen zertifiziert. Damit hat sich das Unternehmen klar dem Anspruch verschrieben, seine Umweltmaßnahmen kontinuierlich zu verbessern. So wird jetzt schon der Verbrauch von Strom und Wasser durch den Einsatz moderner LED-Technik bei der Beleuchtung und effizienter Wasseraufbereitung fortlaufend gesenkt, der Anteil regenerativer Energie im Strom-Mix (Ökostrom) wird stetig erhöht.

Dazu gesellen sich ein effektives Abfallwirtschaftskonzept und die permanente Minimierung des Kraftstoffverbrauchs, die Senkung der CO₂-Emissionen u. a. im Fuhrpark und die Schulung des Fahrpersonals durch erfahrene Eco(nomic)-Trainer.

Grüne Zukunft

Das Aufgabenportfolio für eine „grüne Zukunft“ könnte umfangreicher nicht sein: Neben dem konsequenten Einsatz nachwachsender Rohstoffe wird sich **PAPSTAR** auch weiterhin nachhaltigen Recyclinglösungen widmen. Oberstes Ziel bleibt es, auf dieser Basis sowohl wirtschaftlich optimale als auch umweltschützende Lösungen umzusetzen. Als jüngste Beispiele dafür dienen Pilotprojekte wie zuletzt „Komm, wir machen Kompost draus!“ (Street Food Festival in Kleve) oder ein neues, durchdachtes Recycling-Modell rund um die auf Maisstärke basierenden PLA-Becher (Tag-am-See-Festival in Züllich) – kreislaufwirtschaftliche End-of-Life-Lösungen, die **PAPSTAR** als zukunftsweisende Aufgabenstellung längst ins Unternehmensprofil mit aufgenommen hat, unter anderem mit der Gründung der **PAPSTAR Solutions GmbH**.

Kontakt

Internet: www.papstar.com

E-Mail: info@papstar.de

Facebook: facebook.com/papstargmbh

Instagram: instagram.com/papstar_de

XING: xing.com/companies/papstargmbh

LinkedIn: linkedin.com (PAPSTAR GmbH)

YouTube: youtube.com (PAPSTAR GmbH)

Anschrift: PAPSTAR GmbH

Daimlerstraße 4-8

D-53925 Kall

Telefon: +49 2441 83-0

Eine Marke, drei Awards



PAP*
STAR
www.papstar.com

(D) PAPSTAR GmbH
Daimlerstraße 4-8
D-53925 Kall
Telefon: +49 (0) 24 41 / 83-0
E-Mail: info@papstar.de

(A) PAPSTAR
Österreich
Vertriebs AG
Villacher Str. 28 b
A-9800 Spittal / Drau
Telefon: +43 (0) 47 62 / 6 15 81
E-Mail: info@papstar.at

(NL) PAPSTAR
Conpax B.V.
Linie 13
NL-6678 PK Oosterhout
Telefon: +31 (0) 887 588 111
E-Mail: info@conpax.com

(E) PAPSTAR
Ibérica S.L. S. Com
Pol. Ind. Riu Clar
C/ Plom, parcela 47-48
E-43006 Tarragona
Telefon: +34 977 / 24 56 44
E-Mail: info@papstar.es

(S) PAPSTAR
Sverige AB
Box 664
S-44118 Alingsås
Telefon: +46 (0) 3 22 1 91 05
E-Mail: info@papstar.se

(PL) PAPSTAR
Polska Sp. z o.o.
Niepruszewo, ul. Modrzewiowa 5
PL-64-320 Buk
Telefon: +48 (0) 6 16 10 72 82
E-Mail: biuro@papstar.com



www.papstar-pure.com

Gedruckt auf FSC®-zertifiziertem Papier

PAP*
STAR