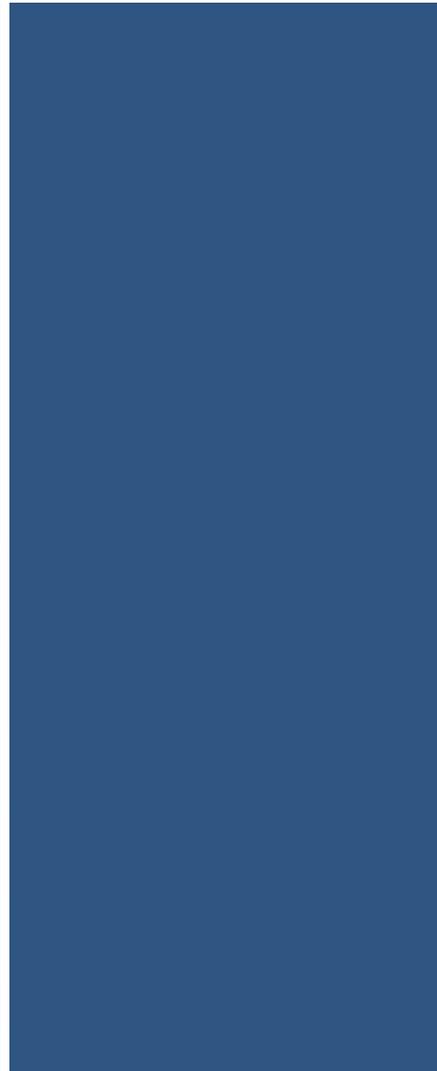


# Ein Umweltpionier

Vorteile optimal nutzen



Veröffentlicht Mai 2011  
Fotos von shutterstock.com  
Alle Logos sind markenrechtlich geschützt  
und Eigentum der jeweiligen Firmen  
Alle anderen Inhalte sind urheberrechtlich geschützt

# Inhaltsverzeichnis

Einleitung von Carl Peter Aaser	4
Scandinavian Business Seating – wer wir sind	6
Karte – wo Sie uns finden	7
Ein Plädoyer für die Nachhaltigkeit	8
Tatsachen	10
Fragen und Antworten	18
Schon gewusst?	21

# EINLEITUNG

Jeder einzelne Verbraucher kann durch bewusste Kaufentscheidungen zum Schutz der Umwelt beitragen. Und bei Arbeitsstühlen gibt es keinen Hersteller, der mehr auf die ökologischen Auswirkungen der eingesetzten Materialien und Prozesse achtet als Scandinavian Business Seating. Damit leistet das Unternehmen einen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit und erschließt zugleich ein riesiges Marktpotenzial. Die vorliegende interne Verkaufsbroschüre soll Sie darin unterstützen, dies unseren Kunden zu vermitteln: Wenn wir Stühle herstellen, steht die Rücksicht auf die Umwelt dabei immer an erster Stelle.

Wir können nicht die Augen davor verschließen, dass das Modell des Überkonsums und des unglaublich verschwenderischen Umgangs mit Ressourcen angesichts der unaufhörlich wachsenden Weltbevölkerung nicht nachhaltig ist.

## **Umweltbewusstsein ist kein Luxus, sondern Pflicht**

Schätzungen zufolge wird die Weltbevölkerung 2040 die Neun-Milliarden-Marke überschritten haben. Zum selben Zeitpunkt wird sich infolge von zunehmendem Wohlstand und Konsum unser Ressourcenverbrauch verzehnfacht haben. Die genauen Zahlen sind zum Teil strittig – vielleicht wird die Weltbevölkerung 8,5 Milliarden oder 9,5 Milliarden Menschen umfassen, und vielleicht wird der Ressourcenverbrauch »nur« um das acht- oder

neunfache steigen. Das lässt sich nicht mit Bestimmtheit sagen. Nur in einem Punkt gibt es keinen Zweifel: Die Rechnung geht nicht auf.

## **Zeigen, was man hat**

In unserem hart umkämpften Markt springen heute viele unserer Wettbewerber auf den Öko-Zug auf. Wenn Sie sich deren Marketing-Kommunikation und Pressemitteilungen ansehen, werden Sie geradezu erschlagen von schönen Worten und Versprechungen und einer verwirrenden Vielfalt von Standards und Gütesiegeln, mit denen sich die Hersteller laut eigener Aussage schmücken dürfen. Nur die Fakten sind recht dünn gesät – handfeste Belege für ihre Umweltengagements findet man kaum. Und warum nicht? Weil es keine gibt. Um an den Punkt zu gelangen, an dem wir jetzt sind, müssten unsere Wettbewerber ein Vermögen für die Neuausrichtung ihrer Produktionsphilosophie, die Umstellung von Produktionsprozessen und die Neuausstattung von Produktionsanlagen und vieles mehr ausgeben.

Dort, wo sie hinwollen, sind wir schon angekommen – das müssen wir als Wettbewerbsvorteil für uns nutzen. Wir müssen aktiv kommunizieren und sicherstellen, dass unsere Kunden wissen, was wir tun – dass ihnen die realen, messbaren Vorteile bewusst sind, die wir jeden Tag erarbeiten. Wir bringen einen ausführlichen Umweltbericht heraus. Davon müs-

sen die Kunden erfahren. Sie müssen ein Exemplar auf ihrem Schreibtisch haben. Der enorme Aufwand, den wir betreiben, um unseren Beitrag zu einer globalen Lösung zu leisten, muss ihnen bewusst sein, wenn sie ihre Kaufentscheidung treffen.

## **Handeln Sie jetzt, und wir können die Wende schaffen**

Was hat nun das pessimistische Szenario mit Scandinavian Business Seating zu tun? Zuerst einmal sind das ja nicht nur schlechte Nachrichten. Und jeder einzelne kann etwas dagegen tun. Wir als Unternehmen, als Hersteller hochwertiger Bürostühle, handeln bereits. Global betrachtet sind die Auswirkungen dieses Handelns heute vielleicht noch überschaubar. Aber unsere Unternehmensmission wird – in dem Maße, wie unsere Produkte, unser Namen und unsere Philosophie auf dem Markt immer festere Größen werden – den Boden für andere Initiativen und Verhaltensänderungen bereiten. So hat der scheinbar kleine Beitrag, den wir heute leisten, das Potenzial, exponentiell zu wachsen.

## **Sagen Sie einfach, wie es ist – geben Sie dem Kunden die Fakten an die Hand**

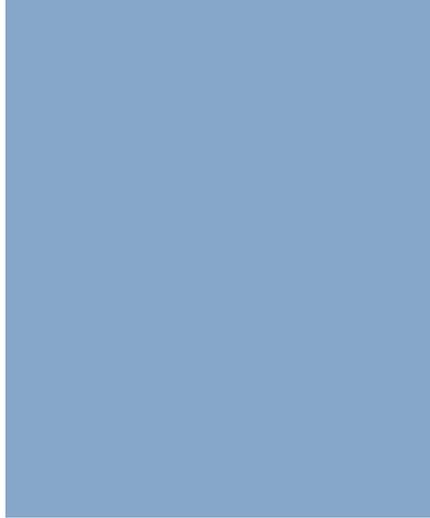
Haben Sie den Mut, mit unseren Kunden über konkrete, messbare ökologische Maßnahmen zu reden. Bauen Sie das in Ihr Verkaufsgespräch ein. Trauen

Sie sich, Zahlen und Fakten zu nennen. Fordern Sie die Mitbewerber heraus, uns mit unseren Waffen zu schlagen. Zwingen Sie sie, mit harten Fakten ihr umweltfreundliches Image zu belegen und nachzuweisen, dass sie sich nicht nur »ein grünes Mäntelchen umhängen«. Es wird ihnen nicht gelingen. Und je lebhafter diese Diskussion wird, desto besser stehen wir da.

Nehmen Sie sich Zeit, dieses Material durchzulesen und gründlich darüber nachzudenken, wie Sie die Argumente in Ihr Verkaufsgespräch einfließen lassen können. Unser ökologisches Profil ist so ausgeprägt, so überzeugend, dass es ein echter USP ist – von der herausragenden Qualität unserer aktuellen Produkte einmal ganz abgesehen. Viele Hersteller bieten gute Bürostühle an, aber keiner kann uns das Wasser reichen, was unseren messbaren, konstant geleisteten Umweltbeitrag angeht.

Carl Peter Aaser  
Vice President Environment





## Scandinavian Business Seating

Wer sind wir und warum sollte man unsere Produkte kaufen?

Scandinavian Business Seating ist in Skandinavien der führende Entwickler, Designer und Hersteller von Büro- und Arbeitsstühlen. Zu unserer Gruppe gehören die in der ganzen Welt bekannten skandinavischen Marken HÅG, RBM und RH. Aktuell haben wir rund 450 Mitarbeiter, von denen jeder einzelne sich für unsere gemeinsame Vision einsetzt: »To make the world a better place to sit!« Wir machen großartige, langlebige Produkte, die den strengsten Umweltstandards der Welt entsprechen.

Unser Ehrgeiz ist es, weiter zu wachsen und zum führenden Spezialisten für Bürostühle in Europa zu werden. Das können wir erreichen, indem wir unsere skandinavischen Traditionen und Werte als Differenzierungsmerkmal und Wettbewerbsvorteil nutzen: die Fokussierung auf unsere hohe Innovationskraft, unser modernes skandinavisches Design, unsere zukunftsweisende Ergonomie und ökologische Grundhaltung bei der Produktentwicklung.



# Ein Plädoyer für die Nachhaltigkeit

## Die fünf Prinzipien der Nachhaltigkeit

Wenn man umweltfreundliche Produkte herstellen will, muss man sich an fünf ganz konkrete und einfach zu verstehende Grundprinzipien halten:



1. Geringes Gewicht
2. Wenige Komponenten
3. Hochwertiges Material
4. Lange Lebensdauer
5. Kreislaufgedanke:  
»Von der Wiege bis zur Wiege«

Der Erfolg lässt sich dann anhand folgender Parameter messen:

1. CO<sub>2</sub>-Emissionen pro produzierter Einheit (CO<sub>2</sub>-Fußabdruck)
2. Energieverbrauch pro produzierter Einheit in MJ

Sie könnten uns jetzt entgegnen, dass die Sache wohl doch komplexer sei. Und die Antwort wäre: »Ja, natürlich ist sie das.« Aber: Wenn Sie die genannten Prinzipien umsetzen, haben Sie bereits 99 Prozent des Problems gelöst!

Mehr noch – je erfolgreicher Sie nachhaltig und umweltfreundlich wirtschaften wollen, desto strikter sollten Sie sich an diese fünf Grundprinzipien halten.

Nachhaltigkeit zu kommunizieren, ist für uns eine einfache Sache. Im Gegensatz zu unseren Mitbewerbern brauchen wir uns nicht hinter haltlosen Behauptungen oder obskuren Normen zu verstecken. Unser Plädoyer für die Nachhaltigkeit besteht darin, dass wir Ihnen ganz einfache grundlegende Prinzipien erklären, die bei der Entwicklung neuer Produkte greifen. Dieselben Prinzipien sind dann auf alle Aspekte der Produktion anzuwenden, auch auf die Logistik und das Recycling. Wie man eine Umweltbilanz erstellt, lässt sich leicht erklären. Zuerst konzentrieren wir uns auf den gesamten Lebenszyklus

des Produkts und nicht nur auf seine Montage oder Nutzung. Ob und wie unsere Produkte die Umwelt insgesamt beeinflussen, hängt zu 95 Prozent von den Lieferanten ab – von ihrer Materialauswahl und ihren Prozessen. Die Messgrößen selbst sind standardisiert und international gültig, um Vergleichbarkeit zu gewährleisten. Für den Nachweis der Nachhaltigkeit eignen sich zwei Größen: CO<sub>2</sub>-Emissionen und Energieverbrauch.

## Unser bestes Verkaufsargument: klare Worte

Wie auch in anderen Branchen sind viele Beteiligte daran interessiert, Nebelkerzen zu werfen und möglichst diffuse Aussagen zu machen. Zum Beispiel verweisen sie auf unzählige Zertifikate oder präsentieren neue Zahlen, die nicht von unabhängigen Instanzen verifiziert werden können und würzen das Ganze mit grandiosen Qualitätsversprechen. Warum? Weil diejenigen, die nicht von Anfang an Rücksicht auf die Umwelt genommen haben, in die Wende zur Nachhaltigkeit ein Vermögen investieren müssen – in Entwicklung, Umsetzung und Marketing.

Sich einfach ein grünes Mäntelchen umzuhängen, ist weitaus billiger und geht auch deutlich schneller. Wir dagegen, können einfach erzählen, wie es ist, und damit im Verkauf punkten. Was wir behaupten, können wir nämlich auch beweisen.

## HÄG:

### ökologische Marke mit Tradition

Die Marke HÄG kann auf eine lange Tradition zurückblicken. Seit 1993 konzentrieren wir uns in Forschung und Entwicklung auf den Umweltschutz und haben in den Folgejahren intensiv an Umweltaspekten gearbeitet. Das Ergebnis: Heute ist das gesamte Produktportfolio ökologisch ausgerichtet. Die Umweltbilanz der HÄG-Produkte ist unerreichbar. Sie sind nicht einfach nur ein bisschen umweltfreundlicher als andere Produkte, sondern mit großem und weiter wachsendem Abstand die ökologischen Vorreiter.

### Nachhaltigkeit wird auch bei unseren anderen Marken groß geschrieben

Auch bei den Marken RH und RBM spielen ökologische Gesichtspunkte seit jeher eine wichtige Rolle. Immer wieder wurden Verbesserungen vorgenommen und in den letzten Jahren signifikante Ergebnisse erzielt. Vor den Mitbewerbern brauchen wir uns keineswegs zu verstecken. Wenn es um Nachhaltigkeit geht, sind wir glaubwürdiger als viele Mitbewerber. Fünf Prinzipien und eine, höchstens zwei klar definierte Messgrößen – das spricht für uns. So einfach ist das.



## Tatsachen: Argumente mit harten Fakten belegen

Zertifizierungen durch Dritte – unabhängige Organisationen, die weder an uns noch an unsere Kunden gebunden sind – ermöglichen eine schonungslose und unvoreingenommene Bewertung unserer Geschäftstätigkeit und unserer Produkte. So eine Bewertung stellt wertvolles Kapital dar, das wir für die Kommunikation mit Verbrauchern und anderen Interessengruppen nutzen können.

### Unternehmensbezogene Zertifizierungen

#### **Leadership in Energy and Environmental Design (LEED)**

LEED steht für »Führung bei energie- und umweltgerechter Planung« und ist ein international anerkanntes System zur Klassifizierung ökologischer Bauten. Durch unabhängige Dritte wird zertifiziert, dass bei Planung, Konstruktion und Bau von Gebäuden Standards eingehalten werden, die ressourcenschonendes und nachhaltiges Bauen ermöglichen. Dazu zählen Energieeinsparungen, die effiziente Nutzung von Wasser, die Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen, die Verbesserung der Raumluftqualität, die sinnvolle Nutzung von Ressourcen und die Sensibilisierung für Umweltbelastungen.

#### **BRE Environmental Assessment Method (BREEAM)**

BREEAM ist das älteste Zertifizierungssystem für nachhaltiges Bauen und wurde 1990 in Großbritannien von Building Research Establishment (BRE) entwickelt. Seit seiner Einführung wurde es von vergleichbaren Organisationen in anderen Ländern angewendet und an landesspezifische Anforderungen angepasst; dazu gehört auch LEED in Nordamerika.



#### **International Organisation for Standardisation (ISO)**

- Die ISO ist die weltweit größte Organisation, die internationale Normen erarbeitet und veröffentlicht.
- Die ISO ist eine internationale Vereinigung von Normungsorganisationen aus 162 Ländern (jedes Mitglied vertritt ein Land) mit Sitz in Genf.
- Die ISO ist eine nichtstaatliche Organisation (NGO). Sie versteht sich als Mittler zwischen dem öffentlichen und dem privaten Sektor. Viele Mitgliedsorganisationen dagegen sind entweder selbst staatliche Institutionen oder wurden von ihren Regierungen beauftragt. Andere Mitglieder haben ihre Wurzeln im privaten Sektor und wurden von Branchenverbänden gegründet. Die ISO ist daher bestrebt, Lösungen zu entwickeln, die sowohl den Interessen der Wirtschaft als auch denen des öffentlichen Sektors Rechnung tragen.



Die internationale Norm ISO 14001 legt die Anforderungen an ein Umweltmanagementsystem fest. Die Normen beziehen sich auf die Umweltaspekte, die von Organisationen beeinflusst und kontrolliert werden können. Die ältere, bekanntere Norm ISO 9001 definiert die Anforderungen an ein Qualitätsmanagementsystem für Unternehmen in ähnlicher Weise. Unternehmen, die nach ISO 14001 zertifiziert sind, haben ein Umweltprogramm und ein Umweltmanagementsystem und verpflichten sich, an der Erreichung ihrer selbst gesetzten Umweltziele festzuhalten, diese umzusetzen und darüber zu berichten. Die Umweltnorm basiert auf allgemeinen Umweltschutzprinzipien und gibt wenig Auskunft darüber, aus welchen Materialien ein Produkt besteht. Die Norm fordert keine Veröffentlichung dieser Umweltprogramme. Daher ist es für zertifizierte Unternehmen relativ einfach, zu verschleiern, wenn der Umweltschutz bei ihnen nur geringe Priorität hat.





## Produktbezogene Zertifizierungen



### **Environmental Product Declaration (EPD)**

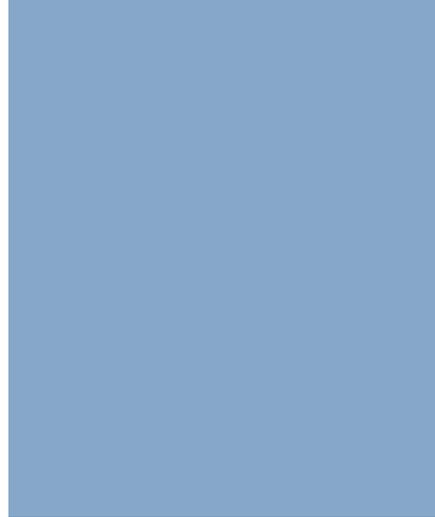
Die Umweltproduktdeklaration nach ISO 14025 informiert umfassend über alle umweltrelevanten Aspekte eines individuellen Produkts. Dazu gehört die Darstellung des gesamten Produktlebenszyklus, der Arbeitskräfte, Montage, Logistik, Materialien, Nutzung, Demontage und Recycling umfasst. Die Deklaration beschreibt die gesamten Belastungen, denen die Umwelt ausgesetzt ist, damit ein Produkt entstehen kann. Umweltproduktdeklarationen werden von unabhängigen Sachverständigen geprüft. Hersteller sind nicht verpflichtet, ihre EPDs zu veröffentlichen. Scandinavian Business Seating hat sich für ISO 14025 und damit für ein Umweltzeichen vom Typ III entschieden. Warum? Weil hier quantitative und damit überprüfbare Aussagen getroffen werden, die auch klare Maßstäbe für unsere Mitbewerber

setzen. Diese Norm wird eine Zukunft haben – davon sind wir überzeugt.

Wir sind stolz auf unsere Produkte. Für fast alle haben wir Umweltproduktdeklarationen erstellt und veröffentlicht. Bei Scandinavian Business Seating wird ständig an weiteren Verbesserungen gearbeitet, wie Sie in dieser Broschüre lesen werden. Noch existieren unterschiedliche Typen von Umweltproduktdeklarationen, die aber im Prinzip dieselben Informationen zum Produktlebenszyklus enthalten. Wir beobachten jedoch, dass bei anderen Herstellern nicht immer alle Angaben aus der Umweltproduktdeklaration veröffentlicht werden. Zum Beispiel wird nicht immer darüber informiert, wie hoch der Anteil an recyceltem Material in den Produkten ist, wie groß der Energieverbrauch über den gesamten Lebenszyklus ist und wie viel CO<sub>2</sub> ausgestoßen wird.

**Vergessen Sie nicht:**  
Wie stark ein Unternehmen die Umwelt belastet, hängt zu 90 Prozent von product development seiner Produkte ab.





### **Das Europäische Umweltzeichen (Euroblume)**

Das Europäische Umweltzeichen wurde 1992 von der Europäischen Kommission eingeführt und soll Unternehmen dazu anregen, umweltfreundlichere Produkte und Dienstleistungen bereitzustellen. Die Zertifizierung ist freiwillig, und die ausgezeichneten Produkte tragen das Logo der Euroblume.

Zur Bewertung auf wissenschaftlicher Grundlage werden nicht nur einzelne Merkmale herangezogen, sondern sämtliche Einflüsse, die das Produkt oder die Dienstleistung über den gesamten Lebenszyklus auf die Umwelt haben – von der Rohstoffgewinnung im Vorfeld über Produktion und Distribution bis zur Entsorgung.

Das Europäische Umweltzeichen hat kein Zertifizierungsverfahren für Bürostühle und vergibt daher kein Umweltsiegel in dieser Kategorie. Lediglich die Verwendung von Holz wird bei Möbeln geprüft. Wenn unsere Mitbewerber die Euroblume für andere Produkte verwenden, verleihen sie ihnen daher nur einen grünen Anstrich!



### **GREENGUARD**

Das GREENGUARD Environmental Institute (GEI) wurde 2001 mit dem Ziel gegründet, unsere Gesundheit und unsere Lebensqualität zu schützen. Und das mit Hilfe von Programmen, die die Raumluftqualität verbessern und die Chemikalienexposition einschränken. Bei der Herstellung und Nutzung bestimmter Produkte können potenziell gefährliche Stoffe freigesetzt werden (der typische »Neuwagengeruch« oder der Geruch frisch gedruckter Zeitungen oder fabrikneuer Kleidung). Das GEI akkreditiert externe Zertifizierungsprogramme, die vertretbare Emissionsstandards fordern und emissionsarme Produkte zertifizieren.



### Das Nordische Umweltzeichen (Nordischer Schwan)

Das Nordische Umweltzeichen ist das offizielle Umweltsiegel der Länder Dänemark, Finnland, Island, Norwegen und Schweden und wurde 1989 vom Nordischen Ministerrat ins Leben gerufen. Der Nordische Schwan garantiert die Berücksichtigung klimarelevanter Fragen und die Begrenzung von CO<sub>2</sub>-Emissionen (und Emissionen anderer schädlicher Gase). Die mit diesem Umweltzeichen ausgezeichneten Produkte und Leistungen tragen das Schwanen-Logo und sind von Verbrauchern schnell zu identifizieren.

Für die Bewertung wurden Produktgruppen mit eigenen Kriterien gebildet. Unternehmen, die entsprechende

Produkte herstellen, können sich auf eine Lizenz für den Nordischen Schwan bewerben. Der Schwan gehört zu den Umweltzeichen vom Typ I (ISO 14024) und wird von unabhängigen Institutionen vergeben.

Er ist das bekannteste Umweltzeichen in Skandinavien. Produkte mit dem Schwanen-Logo müssen folgende Kriterien erfüllen:

- Verwendung von zertifiziertem Holz (mindestens 70 Prozent)
- Verwendung von recyceltem Kunststoff und Metall
- Kein Ausstoß von toxischen Gasen während der Produktion
- Haltbarkeit und lange Lebensdauer
- Wiederverwertbarkeit
- Aktives Abfallmanagementprogramm

### HÅG Capisco 8106:

Der weltweit einzige Bürostuhl, der das Nordic ecolabel erhalten hat. Dank hervorragender Forschungs- und Entwicklungsarbeit konnten wir die richtigen Materialien auswählen und können innovative Lösungen schon im Frühstadium der Produktion implementieren.

Zu diesem Stuhl dürfen wir uns ohne falsche Scham selbst beglückwünschen!





### **Blume ./ Schwan**

Das Europäische Umweltzeichen, die Euroblume, stellt konkrete Umweltauflagen und bietet eine Zertifizierung für 20 unterschiedliche Produktgruppen. Der Nordische Schwan dagegen berücksichtigt über 60 Produktgruppen.

Eine Einigung über die Kriterien für die Zertifizierung mit der Euroblume wurde für die europäischen Länder zur Herausforderung. Die nordischen Länder dagegen kamen sehr schnell zu einer Lösung, zumal nur fünf Länder zustimmen mussten. Der Nordische Schwan war geboren. Mit mehr als 1 000 zertifizierten Produkten ist das Nordische Umweltzeichen schneller gewachsen als sein europäisches Gegenstück. Die Euroblume hat zudem keine eigene Kategorie für Bürostühle. Lediglich die Verwendung von Holz wird bei Möbeln geprüft.

### **»Cradle to Cradle«-zertifiziert (C2C)**

Der Ansatz »Von der Wiege zur Wiege« wurde von dem Chemiker Michael Braungart und dem Architekten William McDonough entwickelt, die das Unternehmen MBDC gründeten und ihr Konzept 2002 bekannt machten. Design

und Herstellung von Produkten, die »ewig« leben, weil sie kontinuierlich wiederverwendet werden – das ist die Idee hinter dem Konzept, von dem nicht nur die Umwelt in hohem Maße profitiert.

»Cradle to Cradle« ist ein Umweltzeichen, das viele Dimensionen berücksichtigt und Produkte danach beurteilt, wie sicher sie für Mensch und Umwelt sind und ob sich ihr Design für mehrere Lebenszyklen in einem geschlossenen Kreislauf eignet.

### **Drei Schlüsselbereiche werden beim C2C-Ansatz evaluiert:**

#### **1. Materialchemie:**

Welche Chemikalien werden verwendet? Werden sie angegeben? Sind sie möglichst unbedenklich für Mensch und Umwelt?

#### **2. Demontage:**

Lässt sich das Produkt am Ende seines Lebenszyklus in seine Bestandteile zerlegen? Können diese dann recycelt werden?

#### **3. Recycling:**

Werden recycelte Materialien verwendet?

Die genannten Aspekte gehören zu einem unserer fünf Schlüsselbereiche beim Umweltschutz. Was diese Zertifizierung jedoch nicht berücksichtigt, ist der Energieverbrauch bei Transport und Logistik. Da wir diese Aspekte berücksichtigen, sprechen wir auch von »beyond cradle to cradle«. Nicht alle Produkte können vollständig, d. h. zu 100 Prozent wiederverwertet werden, zum Beispiel Textilerzeugnisse und Schaumstoff – jedenfalls nicht in dem Maße wie andere Materialien. Woll kann man rein theoretisch recyceln. Aber Stoffe, die aus recycelter Wolle hergestellt werden, haben nicht dieselbe Qualität wie Stoffe aus »jungfräulichen« Wollfasern. Daher spricht man auch von »downcycling«, und das ist kein vollwertiges Recycling.





## Fragen und Antworten

Im Verkaufsgespräch werden Sie mit unterschiedlichsten Fragen konfrontiert, auf die Sie nicht immer die perfekte Antwort parat haben. Wenn Sie mit dem Wissen und der Fähigkeit gerüstet sind, schnell die richtige Antwort zu geben, kann das den Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg beim Abschluss ausmachen.

Manche Unternehmen betreiben Greenwashing: Sie greifen sich ein Produkt heraus, das die einschlägigen Umweltnormen erfüllt, und erwecken den (trügerischen) Eindruck, dass dasselbe für ihre gesamte Produktpalette gilt. So etwas haben wir nicht nötig. Unsere Produkte sind alle blitzsauber, und wir können mit Stolz über sie sprechen. Sie halten den härtesten Vergleichen mit jedem Mitbewerber stand. Doch trotzdem gibt es noch Fragen, die Sie auf dem falschen Fuß erwischen könnten.

### **Warum hat Scandinavian Business Seating nicht das Europäische Umweltzeichen (Euroblume)?**

Das Zertifizierungs-Portfolio des Umweltzeichens umfasst eine breite Palette von Produkten, aber keine Gruppen-Zertifizierung für die Kategorie Arbeitsstühle. Das Umweltzeichen deckt lediglich die Verwendung von Holz und Textilien in Möbeln ab.

Unternehmen bezahlen viel Geld, um ihre Produkte zertifizieren zu lassen, und können sich für das Europäische Umweltzeichen schon dadurch qualifizieren, dass sie umweltfreundliches Druckerpapier verwenden. Sobald dieses

Kriterium erfüllt ist, können sie stolz das Umweltzeichen auf ihrer Website präsentieren und so tun, als gelte es auch für ihre Produkte. Das bezeichnet man als Greenwashing, und es dient der Täuschung des Kunden. Unser Ansatz ist es, rückhaltlos offen über alle Bereiche unserer Geschäftstätigkeit zu sprechen, denn sie alle sind umweltrelevant.

### **Welche Produkte von Scandinavian Business Seating tragen welche Gütezeichen?**

#### **Für HÅG**

**Alle Kollektionen:** EPD nach ISO 14025, Greenguard.

## HÅG Futu

Vom Norwegian Design Council 2009 mit dem Umweltpreis ausgezeichnet, mit dem Produkte gewürdigt werden, die über ihren gesamten Lebenszyklus wichtige Umweltschutzanforderungen erfüllen.

## HÅG Capisco

Nordischer Schwan. Der HÅG Capisco besteht zu 95 Prozent aus recycelbarem und zu 43 Prozent aus recyceltem Material.

## Für RBM

RBM gehört zu Scandinavian Business Seating und arbeitet beständig daran, noch umweltfreundlicher zu werden. Viele Produkte erfüllen bereits Standards, die strenger sind als die meisten Zertifizierungen. RBM stellt sämtliche Stühle ohne Kleber her. Weitere Aspekte wie Wechselbezüge, ein ausgewähltes Händlernetz und vieles mehr gewährleisten ständige Verbesserungen aus ökologischer Sicht.

## Für RH

**Alle Kollektionen:** GREENGUARD

**Activ, Extend, Logic und Ambio**

EPD nach ISO 14025. RH war einer der ersten Hersteller, die diese Zertifizierung erhalten haben.

## RH Ambio

Ventec ist ein vollständig biologisch abbaubares Polstermaterial. Das bedeutet: Nach der Entsorgung wird es wieder eins mit der Natur. Ventec ist ein handfestes Beispiel dafür, dass wir beim Thema Umweltschutz unseren Worten auch wirklich Taten folgen lassen!

**Wenn Sie Produkte haben, die nationale Zertifizierungskriterien sogar übertreffen, warum holen Sie sich nicht einfach alle diese Zertifizierungen?**

Wir haben uns bewusst dafür entschieden, uns auf die führenden internationalen Gütesiegel zu konzentrieren. Es gibt einen wahren Wildwuchs an Zertifizierungssystemen, und viele von ihnen decken dieselben Aspekte ab. Mit unseren fünf Prinzipien und zwei Messgrößen decken wir alle relevanten Bereiche auf

internationaler Ebene ab. Man muss es sich ja nicht unnötig kompliziert machen.

**Angeblüh übertreffen Ihre Produkte die Anforderungen der C2C-Norm »Von der Wiege zur Wiege«. Warum tragen sie dann nicht dieses Zeichen?**

Für dieses Siegel werden vor allem drei Bereiche geprüft:

### 1. Materialchemie:

Welche Chemikalien werden verwendet?

Werden sie angegeben?

Sind sie möglichst unbedenklich für Mensch und Umwelt?

### 2. Demontage:

Lässt sich das Produkt am Ende seines Lebenszyklus in seine Bestandteile zerlegen? Können diese dann recycelt werden?

### 3. Recycling:

Werden recycelte Materialien für die Herstellung des Produkts verwendet?

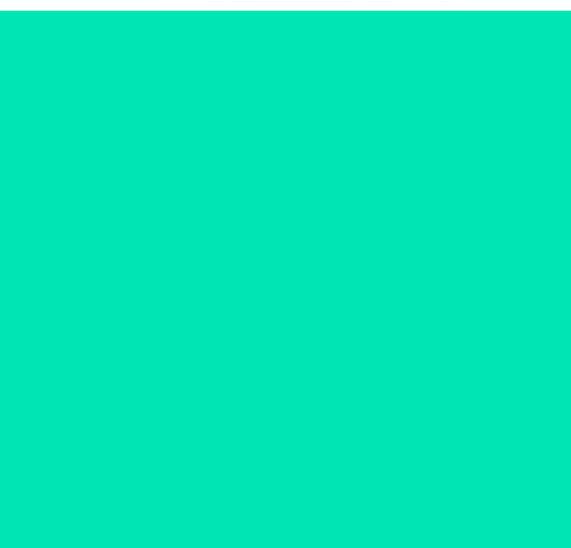
Die genannten Aspekte gehören zu einem unserer fünf Schlüsselbereiche beim Umweltschutz. Was diese Zertifizierung jedoch nicht berücksichtigt, ist der Energieverbrauch bei Transport und Verarbeitung. Da wir diese Aspekte berücksichtigen, sprechen wir auch von »beyond cradle to cradle«.

**EPD? Wie kommt es, dass Sie als einziger Hersteller diese ansonsten unbekannte Zertifizierung verwenden?**

Wir sind überzeugt, dass die Umweltproduktdeklarationen nach ISO 14025 zu einem der wichtigsten Werkzeuge für das Benchmarking von Produkten anhand ökologischer Kriterien werden wird. Zurückverfolgen zu können, welche Auswirkungen ein Produkt auf die Umwelt hat, ist ein wichtiges Plus auf dem Weg in eine Zukunft, in der die Menschen besser sitzen. HÅG hat als einer der ersten Hersteller der Welt 2004 für alle seine Produkte EPDs vorgelegt. Schöne Worte sind leicht gesagt, aber wenn man sie nicht mit Fakten untermauern kann, sind sie nicht viel wert.

**Ist es möglich, die verschiedenen Zertifikate zu bew-**





**erten und einzustufen?**

Nein, aber an den Kriterien für die einzelnen Zertifikate können Sie ganz leicht ablesen, welches Zertifikat welche ökologischen Aspekte abdeckt.

**Kann man die Umwelleistungen eines Unternehmens anhand dieser Zertifikate beurteilen?**

Ja, wir sind überzeugt, dass man ein Unternehmen, das die in dieser Broschüre genannten Standards erfüllt, sehr genau nach den Kriterien beurteilen kann, die man persönlich für die Produktauswahl besonders wichtig findet. Die Kriterien der verschiedenen Standards sind einfach und klar, und wir legen unsere Kennzahlen schonungslos offen.

## Schon gewusst? HÅG

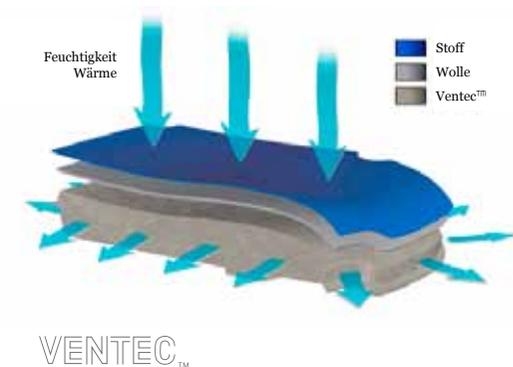
begann vor fast 20 Jahren damit, recycelten Kunststoff zum Beispiel aus Flaschenverschlüssen in der Produktion zu verwenden. Heute wird alles Mögliche von der Plastiktüte über Shampooflaschen bis hin zu recyceltem Aluminium verwendet. Ein neuer HÅG-Stuhl ist zu mehr als 95 Prozent recyclingfähig. HÅG wurde auch ausgewählt, als die Umweltstiftung Bellona die 101 besten Lösungen für die Klimakrise präsentierte ([www.101-solutions.org](http://www.101-solutions.org)).

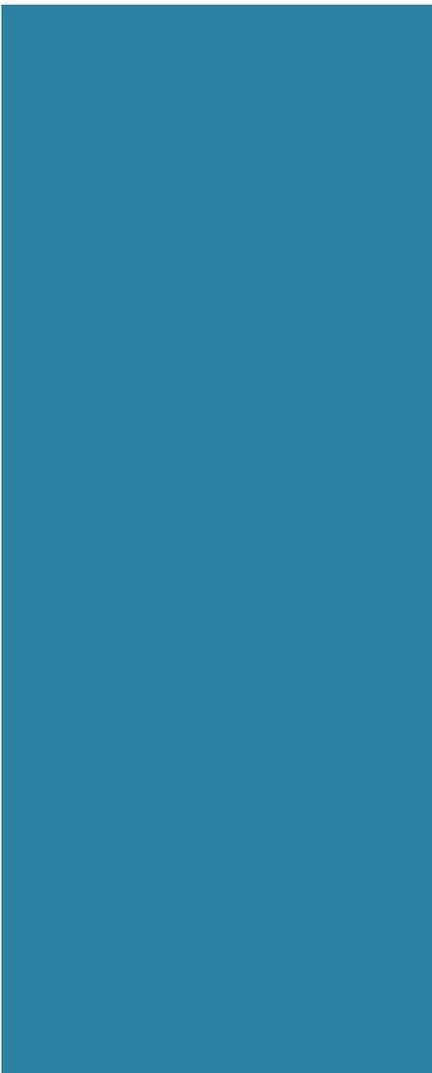


verwendet bei mehreren Stuhlmodellen keinen Klebstoff mehr. Mit der Einführung einer neuen Serie lackierter Stuhlfüße zum 30-jährigen Bestehen der Ana-Produktserie strebt RBM danach, weniger Chrom zu verwenden.



hat einen eigenen Stoff entwickelt: Ventec, eine aus der Natur entlehnte einzigartige Kombination aus Naturkautschuk, Rosshaar und Wolle. Ventec ist biologisch abbaubar und dadurch ein Plus für die Umwelt.







UNTER-NEHMEN/MARKE	ZERTIFIZIERUNG						
	PRODUKTBEZOGEN					UNTERNEHMENSBEZOGEN	
	ECO-Label	The Swan	ISO 14025 EPD	GREEN-GUARD	"Cradle to Cradle"	ISO 9001	ISO 14001
HÅG		●	●	●		●	●
RBM						●	●
RH			●	●		●	●
Kinnarps*	●**					●	●
EFG*		●**	●			●	●
Interstuhl*						●	●
Sedus				●		●	
Herman Miller					●	●	●
Comforto							
BMA Ergonomics						●	●
Dauphin				●			●
Haworth							
Steelcase*	●**		●	●	●**	●	●
Orangebox*			●		●		
Labofa							

\* Verkauft außer Stühlen auch andere Produkte wie Tische, Regale usw. \*\* Nicht für Büro-/Arbeitsstühle

1. Geringes Gewicht
2. Wenige Komponenten
3. Hochwertiges Material
4. Lange Lebensdauer
5. Kreislaufgedanke:  
»Von der Wiege zur Wiege«



1. CO<sub>2</sub>-Emissionen pro produzierter Einheit in kg, CO<sub>2</sub>-Fußabdruck
2. Energieverbrauch pro produzierter Einheit in MJ

