



Recycling von Werbebanner in integrativen Einrichtungen

Presseclippings und Beispiel

Beispiele von Taschen von Firmen und Institutionen in Rhein-Neckar



Stadtmarketing Mannheim

Tasche aus Kampagnenmotive-Banner
„Alle der Innovationen“ auf der Augustaanlage



Stadtmarketing Mannheim

Tasche aus Mercedes-Benz-Banner
„Alle der Innovationen“ auf der Augustaanlage



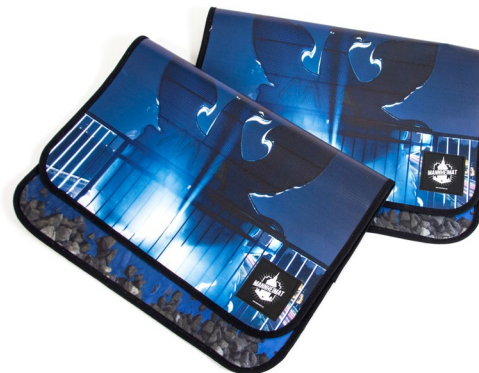
Stadt Viernheim

Willkommensbanner zum Sportlerfest 2012 für
Berlin (Bär, links) und Thüringen (Adler, rechts). In
der Mitte der Löwe, das Wappentier Hessens



Bembel with Care

Taschen für Apfelweinhersteller aus Mannheim



Mannheim.at

Dokumentenmappen für Szene-Blog in Mannheim



Cinemaxx / Cineplex

Taschen aus Kinobanner von
„Drachenzähmen leicht gemacht 2“

Beispiele von Taschen von Firmen und Institutionen in Rhein-Neckar



Klimaschutzagentur Mannheim

Tasche aus Infobanner



Klimaschutzagentur Mannheim

Tasche aus RollUp



Universität Mannheim

Tasche aus Banner vom Schlossfest



Mannheimer Morgen

Dokumentenmappe aus Werbebanner



Holi Festival Ludwigshafen

Tasche aus Event-Banner



OEG CITYBEACH

Tasche aus Event-Banner,
der an der Kurpfalz-Brücke hing

Beispiele von Taschen von Firmen und Institutionen in Rhein-Neckar



Hornbach Baumarkt

Tasche aus Werbebanner an einem Baumarkt



Technoseum

Tasche aus einem Werbebanner für die Sonderausstellungen



Albert Schweizer Turnier

Taschen aus Banner des international bekannten Basketball-Turnieres in Mannheim und Viernheim



Stadt Heidelberg

Taschen aus Banner zum 400. Jahrestag der Hochzeit von Friedrich V. & Elizabeth Stuart



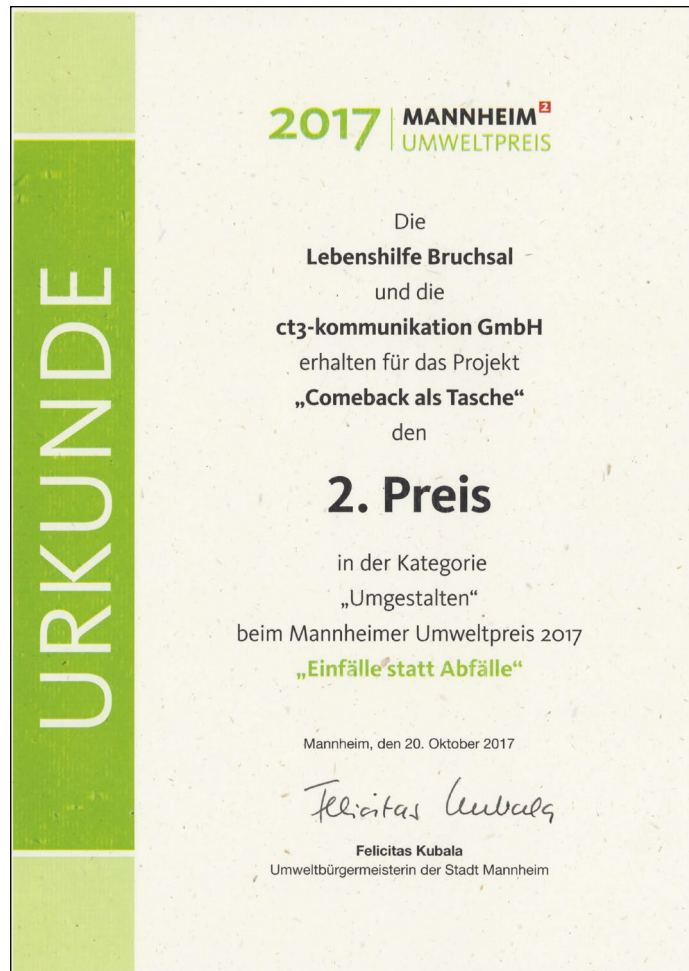
Adler Mannheim

Taschen aus Stofffahne von „René Corbet“, „Marcus Kuhl“ und „Harold Kreis“ aus SAP Arena.



Mercedes Benz Niederlassung

A-Klasse-Banner der Mercedes Benz Niederlassung Mannheim-Heidelberg-Landau werden zu Taschen



Umweltpreis der Stadt Mannheim



2. Preis in der Kategorie „Umgestalten“, 2017



LEA Mittelstandspreis des Land Baden-Württemberg, 2017



Beispielhaftes Unternehmen bis 20 Mitarbeiter





LEA Mittelstandspreis des Land Baden-Württemberg, 2020



Beispielhaftes Unternehmen bis 20 Mitarbeiter





LEA Mittelstandspreis des Land Baden-Württemberg, 2015 bis 2018



Mit Geschick vom Banner zur Tasche

Besuch in den Werkstätten der Lebenshilfe in Bruchsal-Bretten

Joana Schröer, Marketing

»Es war eine ganz neue Erfahrung einmal einen Einblick in diese Einrichtung zu erhalten. Beeindruckend, wie geschickt, ehrgeizig und schnell die Menschen die Taschen geschnitten haben.«

Banner von vergangenen Aktionen oder mit veralteten Infos landen bei toom Baumarkt nach ihrem Gebrauch nicht in der Tonne, sondern bekommen ein neues Leben in Form cooler Taschen geschenkt. Die Designer: die Menschen der Lebenshilfswerkstätten in Bruchsal-Bretten.

Hier arbeiten insgesamt rund 800 Menschen mit geistiger oder seelischer Behinderung und erledigen erstklassige Auftragsarbeiten für viele namhafte Unternehmen in den

unterschiedlichsten Fachbereichen. „Für uns steht als oberstes Ziel, den Menschen mit Behinderungen eine Teilhabe am Arbeitsleben und eine Eingliederung in die Gesellschaft zu ermöglichen. Wichtig ist dabei auch die Entwicklung und Förderung der individuellen Fähigkeiten“, so Norbert Sebald, Technischer Leiter in der Lebenshilfe Bruchsal-Bretten e. V. Als kompetenter und qualifizierter Partner vor allem von mittelständischen Betrieben hat sich die Lebenshilfe einen Namen gemacht. Darüber hinaus



V.l.: Michael Börzel, Christian Tschürtz und Norbert Sebald



Nicola Herzer, Mitarbeiterin der Lebenshilfe Bruchsal-Bretten bei der Arbeit

werden hier auch die Recycling-Taschen gefertigt. Die Idee zu dem Projekt, aus alten Bannern praktische Accessoires zu machen, hatte Christian Tschürtz und zusammen mit der Lebenshilfe Bruchsal startete er das Projekt COMEBAGS. „Mit dem Projekt verbinden wir soziale und ökologische Gedanken. Wir freuen uns sehr, dass toom Baumarkt dabei ist“, so Christian Tschürtz.

toom Baumarkt ist derzeit der größte Kunde der Taschen in der Lebenshilfe Bruchsal-Bretten. Pro Woche können in der Werkstatt bis zu 150 Taschen gefertigt werden. Nach einer Werbeaktion werden die Banner direkt nach Bruchsal geliefert. Dort angekommen werden diese in entsprechende Taschenteile gestanzt und anschließend gereinigt. Diese Einzelteile werden dann von den Menschen mit Behinderung sortiert – besonders bunte und auffällige Stücke werden für die Vorderseiten der Taschen gewählt – und dann zu echten Unikaten zusammengenäht.

Bestellbar sind die Taschen in verschiedenen Formaten unter toom@comebags.de oder im Bestellportal.



Das Team der Lebenshilfe Bruchsal mit den toom Comebags



toom ticker

Für die Mitarbeiter der toom Baumärkte und B1 Discount Baumärkte
AUSGABE 3|2015

Mögen die Spiele beginnen!
toom Baumärkte der Region West organisieren erste Eigenmarken-Olympiade

Prometheus im Test
Erster Pilotmarkt
Ende 2015

Rewe Group Star
Erste Projekte wurden
bereits durchgeführt

Projekt COMEBAGS
Mit Geschick vom Banner
zur Tasche

toom Baumarkt

Bericht im Mitarbeitermagazin von toom-Baumarkt

AUS DER ARBEIT DER IHK

IHK magazin

RHEIN-NECKAR

März 2015

Konversion in Mannheim

Gewerbeflächen im Angebot S. 4

Jahresauftaktveranstaltung der IHK
Das Dilemma der Innovatoren S. 18

Erbschaftsteuer
Verschonung von Betriebsvermögen weiter möglich S. 19

Konjunkturumfrage
Wirtschaft nimmt wieder Fahrt auf S. 20



Norbert Hinkers
Vorstand Vrmagic
Holding AG,
Mannheim

CSR-FRÜHSTÜCKSREIHE

Wertvolle Wiederkehr

Unter „Comeback“ versteht man – vor allem in Sport und Musik – in der Regel das erfolgreiche Wiederkehren von Stars auf die Bühne. Die sogenannten „Comebags“ von Christian Tschürtz sind auch mehr als reif für das Rampenlicht. Denn zusammen mit der Lebenshilfe Bruchsal erstellt der in Mannheim tätige freie Grafiker aus alten Werbebanner, Fahnen oder Roll-ups individuell Wertvolles wie Taschen, Kissenbezüge und Smartphone-Hüllen. Zu den bisherigen Kunden von Tschürtz zählte zum Beispiel der Deutsche Fußball-Bund, der aus den Willkommensbannern für die Nationalmannschaft nach ihrem WM-Erfolg in Brasilien Umhängetaschen herstellen ließ.

Hinter dem Erfolg der „Comebags“ steht das Prinzip „Upcycling“: Gebrauchte Rohstoffe wie Kunststoff, Holz und Metalle werden mit einer Qualitätssteigerung weiter- bzw. wiederverwertet. Im Fall von Martin Michalek sind dies unter anderem alte Boote, Fensterläden, Ölfässer und Reste von nicht mehr zu gebrauchenden Zügen. Direkt vor Ort bei seinen Partnern in In-

den und Indonesien lässt der Inhaber von zwei smART-Indo-Läden in Mannheim und Heilbronn daraus Möbel und Wohnaccessoires, etwa Regale und Kommoden, herstellen. Ein Geschäftsprinzip, das nicht nur bei einer jüngeren Zielgruppe immer besser ankommt – Michalek, der Internationale BWL studiert hatte und im Rahmen einer Weltreise auf die Upcycling-Produkte aufmerksam wurde, plant, seine Aktivitäten auf Kambodscha und Vietnam auszuweiten.

Weitere Informationen zu den vergangenen CSR-Frühstücken sind abrufbar unter:
www.rhein-neckar.ihk24.de
Dokumentnummer 156079
und
www.facebook.com/CSRRheinNeckar

INFO: Bewerbungen für den „Mittelstandspreis für soziale Verantwortung in Baden-Württemberg“, den Lea, können noch bis zum 31. März 2015 eingereicht werden. Der Preis wird von Caritas und Diakonie sowie dem Ministerium für Finanzen und Wirtschaft vergeben.
www.mittelstandspreis-bw.de



Haben das Prinzip von Upcycling verinnerlicht: (v.l.) smART-Indo-Inhaber Martin Michalek und Christian Tschürtz von „Comebags“

www.rhein-neckar.ihk24.de



Der Arbeitskreis Schule/Wirtschaft in der Ausbildungswerkstatt des Bremsenherstellers WABCO (v.l.) Ausbilder Alexander Mauch, Ausbildungsleiter Daniel Sutter, Stephan Meinzer vom Staatlichen Schulamt Mannheim, Nicola Rudolf, Unternehmensverband Südwest/Arbeitgeberverband Südwestmetall, und Iris Wolf (2.v.r.), bei der IHK Rhein-Neckar zuständig für die Bildungspartnerschaften zwischen Schule und Wirtschaft

ARBEITSKREIS SCHULEWIRTSCHAFT

Zu Gast beim Bremsenhersteller WABCO

Erst mal die eigenen Schuhe ausziehen, Sicherheitsstiefeln an und Schutzbrille auf. Bereitwillig folgten die gut 20 Teilnehmer des Arbeitskreises Schule/Wirtschaft Mannheim der Anweisung des WABCO-Arbeitschutzes. Die Lehrkräfte und Repräsentanten der IHK Rhein-Neckar, des Unternehmensverbandes Südwest/Südwestmetall, des Staatlichen Schulamtes Mannheim, der Handwerkskammer und der Agentur für Arbeit besuchen regelmäßig Unternehmen der Region, um sich über deren Ausbildungsangebote zu informieren. Diesmal war man bei WABCO in Mannheim-Friedrichsfeld, Hersteller von Druckluftschleiben- und hydraulischen

Scheibenbremsen vor allem im Nutzfahrzeugbereich, zu Gast. WABCO-Ausbildungsleiter Daniel Sutter zählt derzeit 27 junge Leute zu seinen Schülern, davon sechs DHBWler, 19 Industriemechaniker und zwei Fachkräfte für Lagerlogistik. Jedes Jahr werden sechs Ausbildungsplätze angeboten. Die Kandidaten rekrutiert WABCO vor allem aus Realschulen, auch der eine oder andere Gymnasiast und Hauptschüler sind aber dabei. Bevorzugt wird ein angemessener Werkrealschulabschluss, wobei nicht nur eine halbwegs ordentliche Mathematiknote, sondern auch soziale Kompetenzen für wichtig gehalten werden. Sutter schaut aber auch auf die Note in Religion, ▶

IHK Magazin

Homepage vom 19. Januar 2015
und Magazin vom März 2015

www.comebags.de

NEUE C-KLASSE
JETZT PROBE FAHREN!

Mercedes-Benz Mannheim- Heidelberg-Landau

Sommer 2014

Das Magazin Ihrer Niederlassung

Das neue C-Klasse T-Modell
So vielseitig wie das Leben



Schlagkräftig
Hamza Touba
trainiert für
die Olympischen
Sommerspiele


Comebags
Trendige Recycling-Taschen

www.unser-benz.de

Im Internet sehen Sie einen Film zum Thema Intelligent HYBRID. mb-qr.com/0jf

i ENTWICKLUNG
HYBRIDAUTO
SCHAU VOR AUS

Entwicklung neuer Hybridmodelle
Mercedes-Benz verstärkt aus
zusammenarbeit mit seinem Formel-
team, das ebenfalls Hightech-
motoren zur Kraftstoffersparnis
Beispiel ist die intelligente
Antriebs zur besseren Nut-
zungsenergie.



Maximale Nutzung Rekuperation

Trend im Taschenformat

REGIONAL

DIE COOLEN TASCHEN der Initiative Comebags sind ein echter Hingucker. Zu etwas Besonderem macht sie der soziale und ökologische Gedanke, der das Projekt auszeichnet.

Manchmal führen spontane Einfälle zu unerwartetem Erfolg. So war es auch im Fall von Comebags, einer Kooperation des Grafikers Christian Tschirtz und der Lebenshilfe Bruchsal/Bretten. Die Idee: Firmen geben ihre nicht mehr benötigten Werbebanner an Comebags. Bei der Lebenshilfe nähmen Menschen mit Behinderung daraus einzigartige Produkte wie Taschen, Smartphone-

und Tablet-Hüllen, Koch- und Grillschürzen, die der Kunde danach wieder für seine eigenen Zwecke nutzen kann. „Ein robustes Material wird nach dessen Verwendung wiederverwertet, indem es in einer Werkstatt für Menschen mit Behinderung zu neuen Produkten recycelt wird. Dieses Konzept kommt bei unseren Kunden sehr gut an“, sagt Christian Tschirtz. Im Auftrag der Niederlassung haben die Mitarbeiter der Lebenshilfe aus einem Werbebanner mit CLA Motiv eine Messenger-Bag gefertigt, in der Aktenordner mühelos Platz finden. Aus einem Banner für die B-Klasse sind Einkaufstaschen entstanden. Die Recycling-Taschen sind funktional, robust und hochwertig verarbeitet. Für Heike Miltenberger und Manuella Diesel, die Teamleiterinnen der Textilabteilung der Lebenshilfe, gibt es noch einen weiteren Grund, warum sie der Bannern sind. „Da jeder Zuschnitt anders aussieht, ist jede Tasche ein echtes Unikat.“



FÄRBIG ODER MIT SCHRIFT: Kein Modell der Einkaufstasche gleicht der anderen.

i MERCEDES-BENZ TASCHEN

Die Mercedes-Benz Niederlassung Mannheim-Heidelberg-Landau unterstützt Comebags.

GUTE ZUSAMMENARBEIT: Christian Tschirtz (links) und Norbert Sebold von der Lebenshilfe.

Aktuell werden im Zubehör-Shop der Niederlassung eine Messenger-Bag (26,80 Euro) und eine Einkaufstasche (17,80 Euro) verkauft. Weitere Informationen unter: www.mannheim.mercedes-benz.de



für üch engagiert

„Jede Tasche sieht anders aus und ist ein Unikat.“

Theresa Fuchs, Projektleiterin Werbung, Sparkasse KölnBonn



Comeback als Tasche

Ausrangierte Fassadenplakate der Sparkasse KölnBonn werden in einer Werkstatt für behinderte Menschen der Lebenshilfe zu Umhängetaschen. für üch zeigt, wie die modischen Hingucker entstehen.

Wie verwandelt sich ein 48 Quadratmeter großes Werbeplakat in 48 handgefertigte Taschen? „Wir haben es schon immer bedauert, dass unsere ausgedienten Werbebanner einfach entsorgt werden“, erzählt Theresa Fuchs, Projektleiterin Werbung bei der Sparkasse KölnBonn. Auf der Suche nach einer sinnvollen Wiederverwendung stieß sie auf den Upcycling-Spezialisten Comebags, der aus alten Lkw-Planen und Werbebannern hochwertige Taschen herstellt. Produziert werden die Taschen der Sparkasse KölnBonn in einer Einrichtung der Lebenshilfe von Menschen mit Behinderung. Das Banner wird hier zugeschnitten, gestanzt, gereinigt und genäht. „Die Idee meiner Mitarbeiterin hat mich direkt begeistert! Denn mit dem Projekt setzen wir uns für nachhaltiges Wirtschaften ein und unterstützen gleichzeitig die Herstellung hochwertiger Produkte in einer karitativen Einrichtung“, betont Artur Grzesiek, Vorsitzender des Vorstandes der Sparkasse KölnBonn. Zunächst werden die Taschen bei Werbeaktionen eingesetzt, über einen späteren Verkauf wird bereits nachgedacht. Dafür liegen die nächsten Banner schon bereit.

Jetzt ansehen!

So wird ein Banner der Sparkasse KölnBonn zur Recyclingtasche. In diesem Video zeigt für üch den Herstellungsprozess.
www.sparkasse-koeln-bonn.de/tasche



1 Das Plakat an der Hauptstelle am Rudolfplatz wird mit einem Kran abgehängt.



2 Helfer prüfen das Banner und entfernen Metallösen, dann schneiden sie es zu.



3 Wie bekommt die Tasche ihre Form? Die Mitarbeiter zeichnen die Umrisse mit Schablonen ab, dann stanzen sie die einzelnen Elemente mit extra gefertigten Stanzseisen aus.



4 Das gründliche Reinigen des Materials mit Lappen und Spülwasser gehört auch dazu.



5 In vielen einzelnen Schritten nähren die Mitarbeiter die Taschen.



6 Zum Schluss erfolgt der Qualitätscheck. Wenn alle Taschen in Ordnung sind, werden sie versandt.

für üch engagiert

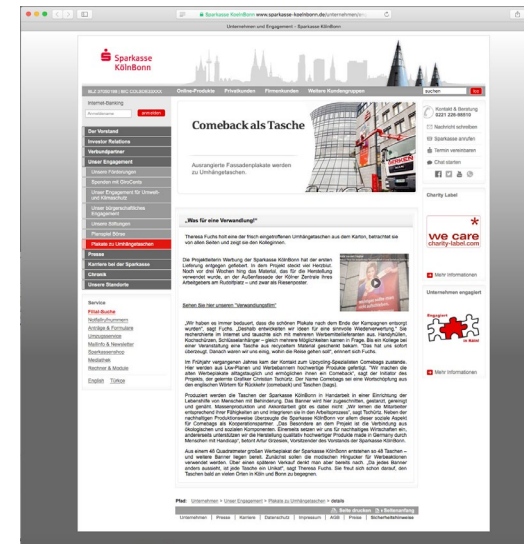
Gewinnen!

Wie kommen Sie an eine Recyclingtasche? Im Juli werden anlässlich 19 Euroklischee Stichwort: Unikat Schenkungslos auf Seite 2

„Gutes tun, Mensch und Umwelt im Blick – das ist Sparkasse!“

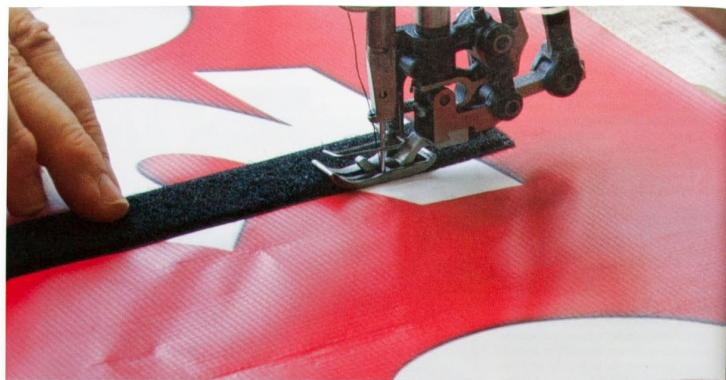
Artur Grzesiek, Vorsitzender des Vorstandes der Sparkasse KölnBonn





Sparkasse KölnBonn

Flyer in Taschenform, auf welchem der Workflow erklärt wird, Screenshot von Homepage und Video (<https://youtu.be/tH1mF9E4CGk>)



Accessoires mit Vorgeschichte: Ausgedienten PVC-Werbeplakaten, Planen und Fahnen von Geschäftskunden haucht „Comebags“ neues Leben ein. Bei der Lebenshilfe Bruchsal fertigen Menschen mit Behinderung daraus etwa Taschen, Handy-Hüllen oder Kissenbezüge. Bild: Comebags

UPCYCLING |

In der Aufwärtsspirale

Die Mannheimer Unternehmer Christian Tschürtz und Martin Michalek folgen mit ihren Geschäftsmodellen einem aktuellen Trend. Aus „alt, aber noch gut“ wird dabei „neu, und noch besser“.

Christian Tschürtz verkauft Taschen. Und Martin Michalek verkauft Möbel. Auf den ersten Blick ist das nichts Besonderes, auf den zweiten Blick schon. Denn sowohl die Taschen von Tschürtz als auch die Möbel von Michalek hätten einiges zu erzählen – wenn sie denn erzählen könnten.

„Ich war mal ein Werbebanner“, würde dann die rote Umhängetasche berichten, auf deren Deckel der Ausschnitt eines Sportwagens zu erkennen ist. Und wer genauer hinschaut, wird sicher auch irgendwo den Schriftzug entdecken, demzufolge nichts unmöglich ist. Seit Juni 2013 können Unternehmen an Christian Tschürtz ihre ausgedienten PVC-Werbeplakate, Planen oder Fahnen schicken. Bei der Lebenshilfe Bruchsal stellen Menschen mit Behinderung daraus dann je nach Auftrag Taschen, Handy-Hüllen, Grillschürzen oder Kissenbezüge her. „Comebags“ lautet der sinnige Name dieser Unternehmung. „Der Grundgedanke war, aus toten ausgedienten Bannern tolle neue Taschen herzustellen“, sagt Tschürtz, der hauptberuflich als freier Werbegrafiker arbeitet.

Taschen aus alten Planen nähen? Der Einfall ist nicht ganz neu. Doch die Nische, das Ganze als Dienstleistung ausschließ-

lich für den B2B-Bereich anzubieten, teilt sich der Mannheimer nur mit wenigen Mitbewerbern. Tschürtz' Kunden kommen aus ganz Deutschland. Vor allem größere Firmen und staatliche Einrichtungen, die über Werbebudgets verfügen, ordern bei Comebags. Die Taschen verwenden sie als Incentives oder als Kundengeschenke. Weiterverkauft würden die Produkte hingegen nur von wenigen Auftraggebern, so der Gründer.

Schränke aus Fischerbooten

Die Kunden von Martin Michalek sind vorwiegend Privatleute, die – vermutlich – ihrer Wohnung einen Hauch von Exotik verleihen wollen. Denn exotisch ist in dem direkt am Kaiserring gelegenen Geschäft mit dem Namen „Smartindo“ so ziemlich alles. Martin Michalek verkauft hier, ebenso wie in seinem zweiten Laden in Heilbronn, Einrichtungsgegenstände, die er aus Indien und Indonesien importiert.

Außergewöhnlich macht diese Möbel und Accessoires aber in erster Linie die Tatsache, dass auch ihre Funktion in vielen Fällen ursprünglich eine ganz andere war. Laternen aus alten Keksdosen



Partnerschaftlich begleiten, professionell beraten

... das sind die festen Bestandteile unserer Unternehmung nicht nur Ihre Rechtsberater, sondern auch Ihre Partner in Ihren Belangen.

Ein Team von unterschiedlich spezialisierten Rechtsanwälten bietet Ihnen an unseren Standorten in Mannheim, Freiburg und Heidelberg umfassende und kompetente Beratung in allen Bereichen. Die Schwerpunkte unserer Tätigkeit sind das Gesellschaftsrecht, das Gewerliche Recht, der Rechtsschutz und das Öffentliche Recht. Wir sind zielorientiert bei der Finanzierung und Risikoprüfung sowie bei der rechtlichen und steuerlichen Gestaltung der Unternehmensnachfolge. Unsere Steuerberater unterstützen Sie bei der Umsetzung des gesamten Angebots einer umfassenden Beratung.

Die entschiedene Vertretung unserer Mandanten vor den Behörden – unsere Branchenkenntnisse sowie die langjährige Zusammenhänge gewährleisten eine Beratung, die Ihren Interessen – regional, überregional und international – am besten entspricht.

Kompetent. Vor Ort.



www.rittershaus.net





Mit gutem Gewissen Holz kaufen

Vom Besenstil bis zum Gartenzaun: Die Holzartikel in unserem Sortiment stammen aus verantwortungsbewusster Waldwirtschaft. Andreas Back und Julia Wetzel vom Bereich Qualitätsmanagement/ Umwelt & CSR erklären, was dahinter steckt.



Unseren Kunden wird die verantwortungsbewusste Herstellung von Produkten immer wichtiger, wissen Andreas Back und Julia Wetzel.

Worauf achtet Hornbach beim Holzeinkauf?

Andreas Back: Wir achten streng darauf, dass Raubbau ausgeschlossen ist und internationale Sozialstandards sowie der Arbeitsschutz innerhalb der Lieferkette eingehalten werden. Wir beziehen unser

Holz aus verantwortungsbewusster Waldwirtschaft. Hölzer, die nicht aus der EU kommen, müssen deshalb FSC-zertifiziert sein.

Wie kontrollieren Sie das?

Andreas Back: Die Lieferanten sind vertraglich verpflichtet, unsere CSR-Leitlinien einzuhalten. Das lassen unsere internen Qualitätsmanager durch unabhängige Prüfinstitute regelmäßig überprüfen. Entsteht der Verdacht, dass gegen die Standards verstoßen wird, gehen wir dem sofort nach. Bestätigt sich das, nehmen wir in letzter Konsequenz den Artikel aus dem Sortiment.

Was hat Hornbach davon?

Julia Wetzel: Kunden kaufen heute viel bewusster als früher. Für sie gewinnt die verantwortungsbewusste Produktion mehr und mehr an Bedeutung. Der Grundsatz „kein Holz aus Raubbau“, der bei uns seit mehr als 20 Jahren gelebte Praxis ist, wird ein immer wichtigeres Verkaufsargument. Bei Hornbach können

Kunden mit gutem Gewissen Holzartikel kaufen. Wir sind der erste Baumarkt in der Branche gewesen, der Tropenhölzer nur mit FSC-Zertifizierung verkauft hat. Dass Hornbach das Thema ernst nimmt, zeigen unser enger Dialog mit Umweltschutzorganisationen und Auszeichnungen, wie etwa der WWF Panda Award und der FSC Global Partner Award.



Der FSC (Forest Stewardship Council) ist eine gemeinnützige Nichtregierungsorganisation, die sich seit 1993 weltweit für eine umweltfreundliche, sozialförderliche und ökonomisch tragfähige Bewirtschaftung von Wäldern einsetzt. Das FSC-Gütesiegel kennzeichnet Produkte aus ökologisch und sozial verantwortungsbewusster Waldwirtschaft entlang der gesamten Lieferkette. Info: <https://ic.fsc.org/en>

Hornbach Baumarkt

Bericht im Mitarbeitermagazin von Hornbach-Baumarkt 2017

Jede Tasche ein Unikat



Modisches Recycling: Bislang landeten alte Werbetransparente von den Marktassaden oder ProjektSchaufen im Restmüll. Damit ist seit Jahresanfang Schluss, denn aus den Bannern werden jetzt hippe Taschen. Und zwar so: Aus 135 Märkten in Deutschland, Luxemburg, den Niederlanden, Österreich und der Schweiz sammeln die Hornbach-Wertstoffler die Platten ein und bringen sie nach Bruchsal. Dort betreibt der Verein Lebenshilfe Bruchsal-Bretten eine Behindertenwerkstatt, wo aus den Bannern im Rahmen des Projekts Comebags trendige Taschen genäht werden. So ein Unikat bekommt jeder neue Mitarbeiter als kleines Willkommensgeschenk.

www.comebags.de
www.lebenshilfe-bruchsal.de





DFB - Deutscher Fussballbund

Homepage DFB vom 05. Dezember 2014

Homepage Kicker vom 23. März 2015

Homepage vom 23. Februar 2017

BANNER-BAGS: WM-GESCHICHTE IM TASCHENFORMAT

Im Nachgang des weltmeisterlichen Jahres bietet kicker und der Fan Club Nationalmannschaft powered by Coca-Cola seinen Fans ein Stück "WM-Geschichte im Taschenformat".

Beim WM-Empfang vor dem Brandenburger Tor hat sich die Mannschaft bei den Fans bedankt: „Obrigado Fans! Der 4. Stern ist unser!“ steht auf dem Banner. Aus der PVC-Platte, die die Spieler über die Bühne trugen, hat der Fan Club Umhängetaschen fertigen lassen, die nun unter Volk gebracht werden.

Darum verlost kicker und der Fan Club Nationalmannschaft vier exklusive Taschen, davon eine Tasche handsigniert von Welttorhüter Manuel Neuer!

Die Idee zu den Banner-Taschen stammt von der Firma Comebags, hergestellt wurden Sie vor der Lebenshilfe Bursfelde. Aus der Symbolik von Recycling und Inklusion sind 20 Unikate entstanden. Keine geht der anderen im Alltag praktisch und mit hohem Erinnerungswert an die WM in Brasilien. In jede Tasche ist ein Foto vom Empfang auf der Fanmeile am Brandenburger Tor eingearbeitet. Ein Video über den Hintergrund und die Entstehung der exklusiven Taschen findet ihr auf DFB-TV.

FAN CLUB VERLOST DREI BANNER-BAGS

Ihr könnt von Fußball nicht genug bekommen und schwelgt noch immer in Erinnerungen an die EURO 2016 in Frankreich? Der Fan Club Nationalmannschaft powered by Coca-Cola freut sich, ein Stück WM-Geschichte in Form von drei exklusiven Banner-Bags an Mitglieder der Fan Club verlosen zu können.

Updätling - so nennt man den Trend, bei dem aus gebrauchten Gegenständen neue tolle Unikate entstehen. Bereits 2014 hat der Fan Club aus dem PVC-Banner, mit dem sich die Mannschaft beim Empfang auf der Berliner Fan-Meile nach dem Titelgewinn bei der WM für die Unterstützung bei den Fans bedankte, Umhängetaschen produzieren lassen. Da auch bei der EM 2016 solche Banner zum Einsatz kamen, wurde das Konzept erneut aufbereitet.

Verdient wurden die Einzelstücke zudem durch die Unterschriften der kompletten Sportlichen Leitung, Von Jogi Löw bis Oliver Bierhoff - alle haben sich auf den Taschen verewigt und sie dadurch noch ein bisschen wertvoller gemacht.

Wollt ihr eine dieser stühlen wie einzigartigen Taschen haben? Dann beantwortet einfach die folgende Frage richtig:

Wie lautet der Schriftzug, der auf dem Fan Club-Banner bei der EURO 2016 in Frankreich zu lesen war?

a) Au revoir et merci
b) Ja! Y'EM!
c) Merci Paris

Natürlich müsst ihr vollständig sein und die Teilnahmebedingungen akzeptieren. Wer die richtige



DFB TV: Video unter

<https://www.youtube.com/watch?v=l3TBTcILhry>

Plus-Taschen aus 70 Kilo Resten

Nach der Imagekampagne für die Stadt blieben unter anderem Werbebanner übrig. Die hat jetzt ein Fachunternehmen umgearbeitet – zu Produkten, die wieder Geld einbringen.

Minden (mt/mob). Werbebanner, die aus rund 70 Kilo PVC bestanden, blieben über, nachdem im Frühjahr die Imagekampagne „Zeig uns dein Plus“ zu Ende gegangen war. Die Werbung hatte von März bis Mai in der Innenstadt gehangen.

Die Klimaschutzmanagerin der Stadt Minden, Diana Berg, schlug vor, die Reste zum Upcycling zu geben, wie die Pressestelle der Stadt Minden mitteilt. Upcycling, das ist das Wiederverwerten eines alten Produktes für ein neues hochwertiges Produkt. Von der Idee war ich sofort begeistert, denn mit dem Projekt senden wir als Stadt eine klare Botschaft gegen die Wegwerfgesellschaft, urteilt Bürgermeister Michael Jäcke. Nun wurden einzigartige Umhängetaschen, Shopping-Bags und Smartphone-Hüllen gefertigt. Die Vermarktung übernimmt die Minden Marketing Gesellschaft.

PVC-Banner sind sehr robust, langlebig und eignen sich sehr gut für die Außenwerbung, weil die positiven Eigenschaften beim Kontakt mit Sonnenlicht oder Wasser kaum beeinträchtigt werden. Die Mindener Banner wurden zum Verein Lebenshilfe für Menschen mit Behinderungen Bezirk Bruchsal-Bretten geschickt. Dort werden nicht nur unternehmerische Produkte aus Bannern, sondern auch andere Dinge, wie robuste Sicherheitskleidung oder auch Schalldämmung für Konzertsäle hergestellt.

Vor Ort machte die Klimaschutzmanagerin sich ein Bild von der Produktion. Zunächst wurden die PVC-Banner von den vorhandenen Ösen befreit, gestanzt und sorgfältig von Hand mit Spülwasser und Lappen gereinigt.

Im Anschluss nahen der Bereich Textilverarbeitung Umhängetaschen, Shoppingtaschen für die Stadtbibliothek und Smartphone-Hüllen. „Es ist sehr beeindruckend, wie fleißig und kompetent die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten“, lobt Berg nach dem Besuch. Am Ende konnte Banner, Shoppingtaschen und Smartphone-Hüllen hergestellt werden.



Das Taschen-Team in Bruchsal mit einigen der Mindener Werkstücke. Foto: Stadt Minden

Die Taschen-Macher

Der Verein Lebenshilfe für Menschen mit Behinderungen Bezirk Bruchsal-Bretten setzt sich seit 1963 für die Förderung von Menschen mit Behinderungen ein. Mittlerweile arbeiten dort rund 1200 Menschen, davon knapp 850 mit Handicap.

Dabei handelt es sich sowohl um Senioren, als auch junge Erwachsene mit unterschiedlichen Beeinträchtigungen.



Jede Minden-Plus-Tasche ist ein Einzelstück.

Material deutlich reifer als gewöhnliche Taschen, schützen die Umwelt durch Mehrfachnutzung und die ausgiebigen Bücher bleiben im Gegensatz zu einer baumwolltische trocken.

Ebenfalls entstanden Umhängetaschen, sogenannte „Baggifs“. Sie sind handgenäht und stückzahlbegrenzte Unikate „Made in Germany“. In ihnen können kleinere Notebooks transportiert werden oder auch DIN-A4-Blöcke, Stifte und Geräte. Aus den Resten entstanden darüber hinaus noch iPhone- und Samsung Galaxy-Smartphone-Hüllen.

Sowohl die Taschen, als auch die Hüllen sind Einzelstücke. Die Produktion erfolgt für

Dezembertreffen der Schiffmüller

Minden (mt/pec). Das letzte Monatstreffen des Vereins Schiffmühle Minden in diesem Jahr findet am Mittwoch, 7. Dezember, um 19.30 Uhr statt. Die Schiffmüller treffen sich an diesem Abend wieder in der Schiffmühlen-Gastronomie mit Biergarten an der Weserpromenade in Minden. Auch interessierte „Nicht-Schiffmüller“ sind dazu willkommen.

Orgelvesper in St. Simeonis entfällt

Minden (mt/akt). Die Orgelvesper mit Olaf Schmidt am Donnerstag, 8. Dezember, in St. Simeonis kann wegen des Orgelschadens nicht stattfinden. Das teil Pastor Andreas Brüggemann mit. Der Termin soll im Februar nachgeholt werden, sofern der Schaden dann behoben ist.

Lebhafte Diskussion auf Augenhöhe

Minden/Düsseldorf (mt/ani). Eine Gruppe der gemeinnützigen Lebenshilfe Arbeit GmbH aus Minden hat kürzlich den heimischen Landtagsabgeordneten Ernst Wilhelm Rahe (SPD) in Düsseldorf besucht. Fast 200 Mitarbeiter und ohne Behinderung war das ein wichtiger Termin. Sie wurden in ihren Belangen gehört und ernst genommen und bekamen einen Einblick, wie Politik funktioniert, so leuchten Rogmann, Geschäftsführer der Lebenshilfe Minden. Zwei Gesetze werden derzeit geändert, die für die Lebenshilfe Arbeit von großer Bedeutung sind: das Bundesstellengesetz und das Arbeits-

Mindener Tageblatt

Dienstag, 6. Dezember 2016 - Nr. 284 - KW 49

UNABHÄNGIGE, ÜBERPARTEILICHE ZEITUNG

Gegründet 1856 von J.C.C. Bruns

Einzelpreis 1,40 Euro

Sozialau

Minden (ngd). Der Abschluss der Sitzung über die Integration des Projekts ist vorgeschritten. Mitglieder des Ausschusses sind am Donnerstag, 4. Dezember, im Übergangsbüro über den nicht ermittelten Fall der Flüchtlinge informiert. Die Sitzung wurde am 2. Dezember durchgeführt. Die Sitzung wurde am 2. Dezember durchgeführt. Die Sitzung wurde am 2. Dezember durchgeführt.



Italiens Ministerpräsident Matteo Renzi hatte in der Nacht zum Montag im Palazzo Chigi in Rom seinen Rücktritt angekündigt (Foto). Jetzt soll der 41-Jährige auf Wunsch von Staatspräsident Sergio Mattarella doch noch bis zur Verabschiedung des Haushalts im Amt bleiben. Foto: Gregor Fischer/opa

Politiker warnen vor Hetze

Kontroverse Debatte um Freiburger Fall

Freiburg (dpa). Die Festnahme eines 17-jährigen Flüchtlings aus Afghanistan im Fall der in Freiburg getöteten Studentin hat eine scharfe Kontroverse ausgelöst. Die Bundesregierung verurteilt das Verbrechen und warnte gleichzeitig vor Pauschalurteilen gegenüber Migranten und Hetze. Mit dem Mordfall dürfte „nicht die Ablehnung einer ganzen Gruppe verurteilt sein“, mahnte Kanzlerin Angela Merkel gestern Abend in einem Interview in der ARD. „So wie wir auch sonst nicht von einem auf eine ganze Gruppe schließen können.“ Der festgenommene 17-jährige schweigt weiter zu den Vorwürfen. Er soll Mitte Oktober die 19-Jäh-

Renzi tritt nicht sofort zurück

Italiens Ministerpräsident soll bis zur Verabschiedung des Haushalts im Amt bleiben. Dennoch steht Europa vor seiner nächsten Krise. Die Finanzmärkte reagieren vorerst gelassen.

Stadt Minden

Tageszeitung „Mindener Tageblatt“ vom 06. Dezember 2016 und 17. März 2017

Ideal für den Strand

Stadt lässt weitere 70 Banner-Taschen produzieren. Sie sind von heute an wieder zu bekommen.

Minden (mt/ani). Weil die Produkte der Aktion „Banner zu Taschen“ im Dezember 2016 im Handumdrehen vergriffen waren, legt die Stadt Minden nun nach. Sie ließ aus dem noch vorhandenen Mesh-Material (grobmaschiger Stoff) weitere 70 Banner-Taschen produzieren. Durch die feine gewebte Gitterstruktur der Wind einfach durch, was beim Anbringen der Banner an den

Weser- und Kanalbrücken unerschwingbar war“, erklärt Klimaschutzmanagerin Diana Berg das ungewöhnliche Material zum Beispiel hervorragend als Strandtaschen, weil sie leicht und trotzdem robust sind. Durch die praktische Größe von 45 mal 30 cm und einem breiten Boden von 15 cm passen sowohl große Handtücher als auch Getränke und Sonnenmilch in die praktische

Umhängetasche hinein. Der Preis der Unikate liegt bei 13,99 Euro. Sie werden ab heute (Freitag, 17. März) nachmittags über die Tourist-Information der Minden Marketing GmbH, Domstraße 2, verkauft. Alles begann im Frühjahr 2016 mit der Imagekampagne „Zeig uns dein Plus“ zu dem neuen Stadtlogo. Als diese zu Ende gegangen war, stand die Frage im Raum, was mit den Werbebanner passieren soll. Die Klimaschutzmanagerin Diana Berg hatte die Idee zum Upcycling der Banner, also dem Wiederverwerten eines alten Produktes für ein neues hochwertiges. Das Projekt ist in Kooperation zwischen der Klimaschutzmanagerin, der Öffentlichkeitsarbeit und der städtischen Wirtschaftsförderung entstanden. Die meisten Banner aus Minden konnten von der Lebenshilfe für Menschen mit Behinderungen in Bruchsal wiederverwertet werden. Nur die, die zu schmutzig zu dünn oder in einem schlechten Zustand waren, wurden aussortiert.



Die Taschen sind aus ehemaligen Werbebannern der Stadt Minden hergestellt. Foto: pr/Stadt Minden

NACHHALTIGKEIT

Banner werden zu **Taschen**

Was für eine Verwandlung: Aus ausrangierten Werbeplakaten der AOK PLUS entsteht in einer Lebenshilfe-Werkstatt etwas Neues - behinderte Menschen arbeiten sie zu Laptaschen um.

Für ein paar Wochen hängen sie in den Hauptbahnhöfen in Dresden und Leipzig oder an den Fassaden von AOK-Gebäuden - meterhohe grüne AOK-Werbebanner mit der Aufschrift 14,9 Prozent. Tausende Passanten erblickten die Riesenplakate. Ihr Zweck war damit eigentlich erfüllt. „Wir haben es immer bedauert, dass die schönen Plakate nach dem Ende der

ziert werden die Taschen in Handarbeit, Massenproduktion und Akkordarbeit gibt es nicht. Die Banner werden von 30 Menschen mit Behinderung in einer Lebenshilfe-Werkstatt zugeschnitten, gestanzt, gereinigt und genäht. Inspiriert von der Fairtrade-Idee erhalten alle an der Wertschöpfungskette Beteiligten einen fairen Anteil am Erlös.

„Bei uns steht der Mensch im Mittelpunkt. Unsere Aufgabe ist es, die Arbeit passend zu machen entsprechend der Fähigkeiten unserer Mitarbeiter. So können wir schwache und starke Personen in den



FAIRTRADE Die Lebenshilfe in Bruchsal macht aus AOK-PLUS-Werbeplakaten etwas Neues und arbeitet sie zu Laptaschen um, garantiert im AOK-Grün

Kampagnen entsorgt wurden. Das waren mitunter hunderte Quadratmeter“, sagt Antje Renelt, Bereichsleiterin Marketing der AOK PLUS. So entstand die Idee, den Textilplanen ein zweites Leben einzuholen. Auf der Suche nach einer sinnvollen Wiederverwendung stießen die Marketing-Kollegen auf die Initiative „Comebags“ aus Bruchsal bei Karlsruhe.

Das Projekt basiert auf dem Gedanken der Nachhaltigkeit und ist so einfach wie genial. „Wir machen aus gebrauchten Gegenständen oder Abfall etwas ganz Neues und Einzigartiges und ermöglichen ihnen ein Comeback“, sagt der Initiator des Projekts und gelernter Grafiker Christian Tschürtz. So wird der soziale und ökologische Gedanken miteinander verknüpft. Produ-

Arbeitsprozess einbinden“, erklärt Uwe Hillenmaier von der Lebenshilfe in Bruchsal. Außer Taschen produzieren die Mitarbeiter in der Lebenshilfe-Werkstatt auch Dokumentenmappen, Hüllen für Smartphones und Tablets, aber auch Scherzartikel wie lustige Kochschürzen.

Laut Tschürtz gehört die AOK PLUS bisher zu den großen Auftraggebern. Insgesamt wurden rund 450 Quadratmeter Material geliefert. Daraus sind rund 600 Laptop- und Tragetaschen entstanden. Und jede davon ist ein echtes Unikat. Ab September können die Versicherten dann die Taschen bei verschiedenen Aktionen der Gesundheitskasse gewinnen.

Alexander Fugmann

SEMINARANGEBOT (R)AUSZEIT

Stress - und **trotzdem gelassen**

Hektik, Druck, Stress - jeder Berufstätige kennt die Phasen, in denen alles auf einmal zu kommen scheint. Da hilft nur tief durchatmen und neue Kräfte tanken. Techniken gegen den Stressabbau vermittelt das interne Seminarangebot (R)Auszeit, das jetzt auch eine eigene KiWi-Präsenz hat. Zu finden sind allgemeine Informationen, Teilnahmemodalitäten und Ansprechpartner.

Die AOK PLUS bietet im Rahmen des Betrieblichen Gesundheitsmanagements ihren Mitarbeitern die Möglichkeit einer (R)Auszeit. Das gesundheitsorientierte Seminar versetzt die Teilnehmer mit Übungen und Anregungen in die Lage, den Arbeitsalltag auch in schwierigen Situationen zu meistern. Dass die erlernten Techniken nachhaltig im beruflichen Alltag wirken, kann Arita Büngener, Sachbearbeiterin Kundenservice aus Leipzig, bestätigen: „Im Vorfeld des Seminars war ich ein wenig skept-

tisch. Mir sind aber in dessen Verlauf viele Dinge klar geworden, die mir vorher gar nicht bewusst waren. Das Wichtigste ist, sich einfach mal auf sich selbst zu konzentrieren. Das hilft mir oft.“ Und damit indirekt auch den Kollegen, wie ihre Chefin, Serviceleiterin auch den Kollegen, ergänzt: „Es ist spürbar, dass Kollegen nach dem Seminar gelassener in schwierigen Situationen sind. Ich werde es in Dienstberatungen auch immer wieder empfehlen.“ Dabei geht es nicht um Hexenwerk, sondern auch um einfache Dinge, die im Hexenwerk, sondern auch um einfache Dinge, die im

beruflichen Alltag schnell in Vergessenheit geraten. Uhlig: „Durch das Seminar achten meine Mitarbeiter bewusster darauf, genügend zu trinken, immer mal wieder eine Bewegungspause einzulegen, nicht zu lang zu arbeiten und mehr Sport zu treiben. Das wirkt sich sehr positiv auf die ganze Ausstrahlung aus“, schätzt Uhlig ein. Kurt Drechsel



... TWITTER, FACEBOOK UND CO. WAS VERSICHERTE SO POSTEN

LIEBES AOK-TEAM, VIELEN DANK FÜR DIE MÖGLICHKEIT, AN EINEM CASTING TEILZUNEHMEN. ICH STEHE VOLL UND GANZ HINTER DIESER KAMPAGNE, ICH BIN EIN TEIL DAVON ...
#INBESTENHAENDEN
Kristin Riley auf Facebook

DIE AOK IST IMMER SEHR FREUNDLICH, NETT, HILFSBEREIT UND ZUVORKOMMEND. WENN ICH ETWAS BRÄUCHE, SIND SIE FÜR MICH DA. VIELEN, VIELEN DANK FÜR ALLES
Ilka Steinke auf Facebook

MIT DEM FAHRRAD KOMME ICH VIEL SCHNELLER VON A NACH B ALS MIT MEINEM IMAGINÄREN AUTO ;-) ABER ICH STEIGE LIEBER AUF'S RAD, ALS DIE STÄNDIG ÜBERFÜLLTEN BUSSE UND BAHNEN ZU NEHMEN, DIE SOWIESO ZU SPÄT KOMMEN
Lina Sello auf Facebook

GESCHÄFTSBERICHT 2015

Rückblick - auch auf 25 Jahre AOK in Sachsen und Thüringen

In einer Auflage von 2.000 Stück hat die AOK PLUS den Geschäftsbericht für das Jahr 2015 veröffentlicht. Voraussetzung war die Abnahme der Jahresrechnung durch den Verwaltungsrat auf seiner Sitzung im Juni. Der Bericht geht an die Mitglieder und Stellvertreter im Verwaltungsrat, an ausgewählte Geschäftskunden, Politiker und Medien. Die 48-seitige Dokumentation über den Geschäftsverlauf der sächsisch-thüringischen Gesundheitskasse, die auch im Internet gelesen werden kann, enthält auch einen interessanten Rückblick auf 25 Jahre AOK in Sachsen und Thüringen sowie Bildtate von Leistungserbringern, Firmenkunden und Mitarbeitern. Bei der Erstellung wurde der Fachbereich Marketing-Service durch den KomPart-Verlag bei der redaktionellen Arbeit unterstützt. Die Gestaltung und die Bildbearbeitung übernahm die Werbeagentur zebra in Chemnitz.

www.aokplus-online.de/presse > Infothek

AOK Plus

Artikel in Mitarbeiterzeitschrift „AOK PLUS Ausgabe 4-2016“

Video unter <https://youtu.be/Xz37Gj2hISQ>





diverse
Websites



COMEBAGS - aus Bannern werden Taschen

Zu schade zum Wegwerfen: Wie Werbebanner und Aufsteller durch Upcycling ein zweites Leben bekommen



Klick auf das Bild öffnet die Bildergalerie zu den Produkten und zur Werkstatt

Die Idee ist so einfach wie genial: Firmen geben ihre alten Werbebanner oder LKW-Planen an das COMEBAGS-Team, das hieraus nach Kundenwunsch tolle Produkte näht, die dem Material ein zweites Leben schenken. So können Einrichtungen oder ...
Wie aus alten Werbebannern coole Taschen werden | European Youth Portal



"Ich war ein Stück Bauzaun" Jetzt zu kaufen: die "Comebag".



Original und originell: das Haus der Freiburger Zeitung an der Kaiser-Joseph-Straße und neuerdings auf der „Comebag“ der Verkehrs-AG. Foto: Bamberger

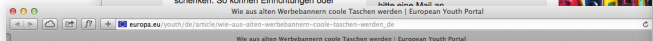
Was für eine Wandlung: Von der großflächigen Bauzaunfolie rings um die Sommer-Baustelle Verkehrs-AG am Bertoldsbrunnen haben sich die bedruckten Planen zu kultigen Taschen gemauert. Im Werbesprech würden die etwa 35 mal 25 Zentimeter großen Umhänger sagen "Ich war ein Stück Bauzaun". Nun feiert die Baustelle auf den "Comebags" sinnig ihr Comeback, denn die Bauzaunfolie recycelt werden konnte. Und sinnig auch, weil die Taschen von "Lebenshilfe für Menschen mit Behinderungen Bezirk Bruchsal-Bretten" in Kooperation mit dem Agentur "adco" produziert wurden. Auch der verstellbare Schultergurt ist recycelt – aus alten Sitzgurten. Vom Erlös der ersten 50 verkauften Taschen spendet die VAG je 10 Euro an das Projekt "Alles ist anders", das trauernde Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene unterstützt. Jede Comebag ist ein Unikat mit Fotomotiven aus der Innenstadt. Sie ist für 29,90 Euro im Kundenzentrum, Salzstraße 3, zu kaufen.



COMEBAGS Upcycling – so einfach wie genial

COMEBAGS eine Initiative von Christian Tschürtz
Die Idee basiert auf dem Gedanken der Nachhaltigkeit und des sozialen Engagements ...

So funktioniert's: Unternehmen liefern ihre ausseragierten Werbebanner oder LKW-Planen an die COMEBAGS-Team. Wir haben daraus tolle Produkte, die der Kunde dann zurückgeliefert bekommt. Das Besondere daran: es ist nicht nur Recycling und Verkauf, das ist Upcycling als Dienstleistung!



Europäisches Jugendportal

Entdecke die Welt außerhalb Europas

- Freiwilliges Engagement
- Arbeiten
- Lernen
- Mitmachen
- Kultur & Kreativität
- Gesundheit
- Soziale Eingliederung
- Alles da sein
- Reisen

ARTIKELLES VERANSTALTUNGEN NOCH FRAGEN?

Wie aus alten Werbebannern coole Taschen werden

30 alte Roll-Up-Banner, vom vergangenen Veranstaltungsjahr und verfallenen Infos: 85 Meter, 50 Kilo Stoff. Zum Wegschmeißen zu schade. Doch was macht man damit? Begeistert in unserer Fotostory die Banner auf ihrem Weg zur Tasche.

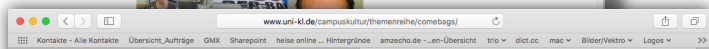
Gebrauchtes verwenden und daraus tolle Einzelstücke machen – in der Mode- und Möbelwelt ist Recycling, beziehungsweise Upcycling im Trend. Was sonst im Abfall landen würde, bekommt ein zweites Leben geschenkt. Das schont die Umwelt, spart Geld und die Upcycling-Produkte sind meistens Unikate.

So haben wir unser alte Banner-Material in einer Werkstatt für Menschen mit Behinderungen zu Taschen recycelt. In der Lebenshilfe Bruchsal-Bretten wurden die Banner gestanzt, genäht und anschließend genäht. Die Hauptarbeiten werden von Menschen mit Behinderungen erledigt, teils mit Hilfe der Teamleiter. Das Projekt Comebags ist inspiriert von der ...



Kreislauf geschlossen: Wie Werbebanner für Biogas zu Taschen wurden

Biogas entsteht in einem natürlichen Kreislauf. Deshalb lag es für Energie 360° nahe, alte Werbebanner für Biogas nicht wegzuzwerfen. Stattdessen nahen Menschen mit einer Behinderung daraus einzigartige Taschen – ganz im Sinne der Nachhaltigkeit.



TECHNISCHE UNIVERSITÄT KAISERSLAUTERN

Aktuelles Studium Forschung Universität Schüler/innen

CampusKultur

TU / CampusKultur / Themenreihe / COMEBAGS

COMEBAGS - Upcycling von Werbebannern

Vortrag von Christian Tschürtz

Donnerstag, 04. Mai, 18.00 Uhr
Gebäude 42, Raum 110

Faszinierend, welche Unikate durch Upcycling entstehen können. Menschen mit Behinderungen nähren aus gebrauchten Werbeplanen Upcycling-Taschen. Die Idee ist nicht neu – das Besondere ist, dass das Material von Kunden geliefert wird, die eine Neunutzung der alten Werbeplanen wünschen und so ein individuelles Produkt erhalten. Die Upcycling-Taschen entstehen in der Lebenshilfe Bruchsal-Bretten e.V. Das Projekt COMEBAGS ist ein gelungenes Beispiel für eine Kombination aus sozialer, ökologischer und ökonomischer Nachhaltigkeit. Da jede Hülle einen anderen Ausschnitt des Banners zeigt, entstehen individuelle, robuste Taschen. COMEBAGS zeigt, dass sich auch kleine Ideen eignen, um nachhaltige Ergebnisse mit Mehrwert zu erzielen, die allen Beteiligten sehr viel Spaß machen.

Christian Tschürtz ist Initiator des Projekts COMEBAGS, welches seit Sommer 2013 mit der Lebenshilfe Bruchsal-Bretten e.V. die Dienstleistung anbietet. Seit 1998 ist er selbständiger Grafiker und Inhaber der r3-kommunikation GmbH.

Alte Werbebanner feiern "Comebag"

Von Karin Reimold
 Sa, 13. Mai 2017
 Offenburg

Der Fachbereich Kultur lässt in Kooperation mit der Lebenshilfe Bruchsal Transparente schicke Taschen fertigen.



Stolz auf ihre nachhaltigen 'Comebags': Kultur-FSJlerin Hanna Kuhn (v.l.), Tamara Glatt (FSJ Muse
 Lötsch und Christian Kessler (r.) vom Kulturbereich mit ihrer Praktikantin Nicole Rieger Foto: Kar

OFFENBURG. Werbewirksame Banner haben ihre Zeit, danach kommen sie norm
 in den Müll. Doch der Fachbereich Kultur der Stadt Offenburg hat nun ein nachh
 Konzept erarbeitet, das überschüssige Material in Taschen zu verwerten, in so ger
 Comebags.

"Wir haben uns schon lange überlegt, was man mit den schönen Plakaten, die etwa
 Medienturm beim Kulturforum hängen, machen kann", erzählte Carmen Lötsch vom
 Kulturbereich der Stadt, die den Lösungsauftrag vor einem halben Jahr an Praktikant
 Nicole Rieger und FSJ'lerin Hanna Kuhn weitergegeben hatte. "Wir haben recherchi
 relativ schnell das Projekt ‚Comebags‘ von Christian Tschürtz gefunden", berichtete
 Der Grafiker ist "Upcycling"-Spezialist von PVC-Werbepannern. Dabei kooperiert er
 der Lebenshilfe Bruchsal-Bretten, die die Fertigung der Comebags als Dienstleistung
 anbietet (comebags.de). Für eine Laptopstasche benötigt man etwa einen halben
 Quadratmeter Material." Und nach etwa sechs Wochen erhalten wir ein fertiges Produ
 Jede Tasche ist ein Unikat", erklärt die FSJ'lerin, "so wie die Banner auch."

Schöne Motive aus dem Kulturbereich

Zudem sei das Material sehr robust, leicht und wasserfest, was vor allem den angefertigt
 Laptopstaschen (25 Euro) zugute kommt. Luftiger, aber nicht weniger stabil sind die etwas
 größeren Accessoires aus Mesh (17,50 Euro). "Gut für den Einkauf oder für den
 Schwimmbadbesuch", wirbt Lötsch. Beide Varianten der Comebags sind ab jetzt in der
 Städtischen Galerie und im Museumsshop erhältlich. Zur Herstellung wurden
 beispielsweise Banner aus der Jazzpassage, vom Kurzfilmfestival Shorts und der
 Ausstellung "Wald-Land-Fluss" aus dem Museum verwendet. "Wir haben Glück, das wir so



Stolz auf ihre nachhaltigen "Comebags": Kultur-FSJlerin Hanna Kuhn (v.l.), Tamara Glatt (FSJ Museum), Carmen Lötsch und Christian Kessler (r.) vom Kul-
 turbereich mit ihrer Praktikantin Nicole Rieger

Alte Werbebanner feiern „Comebag“

Der Fachbereich Kultur lässt in Kooperation mit der Lebenshilfe Bruchsal aus alten PVC-Transparenten schicke Taschen fertigen

Von Karin Reimold

OFFENBURG. Werbewirksame Banner haben ihre Zeit, danach kommen sie
 in den Müll. Doch der Fachbereich Kultur der Stadt Offenburg hat nun ein nachh
 Konzept erarbeitet, das überschüssige Material in Taschen zu verwerten, in so genann
 Comebags.

„Wir haben uns schon lange überlegt, was man mit den schönen Plakaten, die etwa
 am Medienturm beim Kulturforum hängen, machen kann“, erzählte Carmen

Lötsch vom Kulturbereich der Stadt, die den Lösungsauftrag vor einem halben
 Jahr an Praktikantin Nicole Rieger und FSJ'lerin Hanna Kuhn weitergegeben hat-
 te. „Wir haben recherchiert und relativ schnell das Projekt ‚Comebags‘ von Chris-
 tian Tschürtz gefunden“, berichtete Hanna Kuhn. Der Grafiker ist „Upcycling“-
 Spezialist von PVC-Werbepannern. Dabei kooperiert er mit der Lebenshilfe Bruchsal-
 Bretten, die die Fertigung der Comebags als Dienstleistung anbietet (come-
 bags.de). Für eine Laptopstasche benötigt man etwa einen halben Quadratmeter

Material. „Und nach etwa sechs Wochen erhalten wir ein fertiges Produkt. Jede Tasche ist ein Unikat“, erklärt die FSJ'lerin, „so wie die Banner auch.“

Schöne Motive aus dem Kulturbereich

Zudem sei das Material sehr robust, leicht und wasserfest, was vor allem den angefertigten Laptopstaschen (25 Euro) zugute kommt. Luftiger, aber nicht weniger stabil sind die etwas größeren Accessoires aus Mesh (17,50 Euro). „Gut für den Einkauf oder für den Schwimmbad-

besuch“, wirbt Lötsch. Beide Varianten der Comebags sind ab jetzt in der Städtischen Galerie und im Museumsshop erhältlich. Zur Herstellung wurden beispielsweise Banner aus der Jazzpassage, vom Kurzfilmfestival Shorts und der Ausstellung „Wald-Land-Fluss“ aus dem Museum verwendet. „Wir haben Glück, das wir so schöne Motive haben aus dem Kulturbereich“, freut sich Christian Kessler vom Fachbereich bei der Präsentation der Kultur Taschen. Und auch Lötsch ist stolz, dass sie mit Hilfe der beiden jungen Frauen nun dieses Nachhaltigkeitskonzept dauerhaft in Offenburg installieren kann.

Stadt Offenburg

Artikel in Tageszeitung „Offenburger Tageblatt“ und „Badische Zeitung“ vom 13. Mai 2017



Mannheimer Morgen und Wochenblatt Mannheim

Tageszeitung und Amtsblatt der Stadt Mannheim vom 21. und 22. Juni 2017

Diese Woche

erfahren, wie Demokratie in Mannheim gelebt wird. Durchgeführt wird die Studie vom Mannheimer Zentrum für Europäische Sozialforschung (MZES) unter der Leitung von Prof. Dr. Rüdiger Schmitt-

aus dem Einwohnerregister ausgewählt. Niemand kann diese Personen ersetzen. Jeder einzelne Mensch ist von Bedeutung, so der Politikwissenschaftler. Dass die Studie in Mannheim durchgeführt wird sei kein Zufall, erklärt

zusammenwachsen, erzählt sie. Neben Süßigkeiten verteilen die auch frisches Medienstudien schön", erklärt Dr. Christiane Grill, die das Projekt koordiniert. Von zentraler Bedeutung für die Wissenschaftler ist der Datenschutz: So werden die erhobenen Daten anonymisiert und pseudonymisiert und die personenbezogenen

der Behandlung erholen. Im Behandlungszimmer wird gerade Kuscheltier Julie untersucht. Hart von ihrem zerschnitten das Foto ist. Nebenanrufer Teddy Huhns Sturz verletz

werden muss und wie milch" einen Tubus legt. Ein Junge darf das Anästhetikum spritzen und ein Mädchen definiert das pelzige Bein mit Tupfer und Pinzette, die Studentin Zoe Lichtneck ihr einhält. „Das war echt gut“, sagt Maximilian. Auch Marlene hat die Operation gefeiert. „Das hat Spaß gemacht.“

22. Juni 2017 derentwegen vorstellen. Anschließend gibt es die Möglichkeit, in kleineren Gruppen das hochmoderne Herzkatheterlabor zu besuchen. Für den Abend ist eine telefonische Vormeldung beim Sekretariat unter Tel. 0621/424-4268 oder per E-Mail: sekret@herzenkranz.klinikhaus.de erbeten.

STADTMARKETING MANNHEIM

Jede Tasche ein Unikat

Tragbare Innovationen: In Tourist Information gibt es ab sofort die exklusiven Comebag-Taschen

Einmalig, originell und chic sind die Taschen, die es ab sofort in limitierter Anzahl bei der Tourist Information am Hauptbahnhof zu kaufen gibt. Wer die Originale zum Preis von 21 Euro erwirbt, erwirbt sozusagen ein Stück Mannheimer Innovationsgeschichte. Denn die robusten Taschen sind ein rezeptiertes Produkt aus den riesigen Würfeln, die zum Jahresende in der Augustanlage standen. Sie machten im Rahmen der „Allee der Innovationen“ auf die vielen Produkte und Erfindungen aus Mannheim aufmerksam. 18 Unternehmen und Institutionen beteiligten sich damals an der von der Stadtmarketing Mannheim initiierten Freiluftausstellung und zogen die Blicke auf sich: Von Mercedes-Benz bis zum TÜV, von ABB bis Roche waren neben weiteren Teilnehmern auch Partnerunternehmen des Stadtmarketings vertreten.



Alexander Vogler (ABB), Peter Körner (Caterpillar), Michael Müller (Leiter Tourist Info Mannheim), Karmen Strahonja (Geschäftsführerin Stadtmarketing Mannheim), Christian Tschürtz (COMEBAGS), Diana Pandurevic (John Deere), Sven Halfar (Kurfürstliches Kammerorchester), Thorsten Siebert (TÜV SÜD) vor der neu gestalteten Tourist Information.

Recycling der besonderen Art
Diese Würfelplanen wurden nun von dem Mannheimer Unternehmen Comebags in den Werkstätten der Lebenshilfe in Bruchsal-Bretten wiederbelebt. Jede Tasche ist ein Unikat und empfiehlt sich als tragbarer Botschafter Mannheims. Die Taschen sind ein schickes und nachhaltiges Accessoire und repräsentieren den Erfindergeist Mannheims. Sie sind ein echtes Must-have“, freute sich bei der gestrigen Vorstellung Karmen Strahonja, Geschäftsführerin des Stadtmarketings.

In der ersten Produktionscharge wurden 328 Unikate hergestellt, geeignet für einen Laptop, einen Einkauf im Mannheimer Einzelhandel oder für einen Uni-Besuch. Wenn sie vergriffen sind, wird es eine Neuaufgabe geben. Und dann? „Uns gehen die Ideen nicht aus“, so Karmen Strahonja. Rechtzeitig zum Verkaufsort der Comebag-Taschen macht die Tourist Information „knallig“ auf sich aufmerksam. In nicht zu übersehendem Rot verweisen die großen Schilder „Tourist Information Mannheim“ die Gäste darauf hin, wo sie die ge-

wünschten Informationen für Tagesausflüge, Firmenevents, private Feiern, thematisch orientierte Stadtführungen oder Halterunrundfahrten erhalten. Die missverständliche Bezeichnung „Welcome Center“ gehört endgültig der Vergangenheit an. „Die Tourist Information Mannheim ist der erste Anlaufpunkt für Besucher unserer Stadt. Hier finden Gäste alle Informationen für einen angenehmen und abwechslungsreichen Aufenthalt wie Stadtführungen, Broschüren oder Empfehlungen für ein Hotel. Mit dem neuen Außenaustritt stärken wir die-

Anziehungspunkt für internationale Gäste

Nicht alle, aber viele Gäste reisen mit der Bahn an, da ist die Tourist Information nur wenige Schritte vom Hauptbahnhof entfernt die erste Adresse. Infowürfel und eine Hochwerbung an der Gebäudefassade signalisieren Aufmerksamkeit, ebenso die neugestalteten Schaufenster, die als Präsentationsfläche für verschiedene touristische Highlights dienen. „Wir werden immer interessanter, auch für internationale Besucher“, verweist Geschäftsführerin Strahonja auf die rund 1,3 Millionen Übernachtungen im vergangenen Jahr. Die Veranstaltungen im Rahmen von „Mannheim Bike“ wurden und werden auch außerhalb Europas registriert. Musikerevents wie das Maffei-Deby ziehen junges Publikum an. „Das Redubla-um hat geradezu eingeschlagen“, registrierte Michael Müller riesige Nachfrage nach den Führungen und Touren rund ums Rad.

Weitere Informationen:

Die Tourist Information am Willy-Brandt-Platz 5 bietet eine Fülle von Führungen und Besondere Öffnungszeiten: Montag bis Freitag 9 bis 19 Uhr, Samstag bis 11 Uhr.

„Allee der Innovationen“ wird 2018 fortgesetzt

Von der „Allee der Innovationen“, die Ende 2016 zwei Monate auf der Augustanlage auf Erfindungen und Ideen aus Mannheim hawtes, soll es 2018 eine Neuaufgabe in veränderter Form geben. „Wir werden das fortführen, aber nach einem neuen Konzept, mit dem wir das stärker ins Stadtbild übertragen“, kündigte Karmen Strahonja, Geschäftsführerin des Stadtmarketings, jetzt an.

Alles Unikate

Das Stadtmarketing hatte von Oktober bis Dezember auf 18 großen, großformatig modern und ansprechend gestalteten Würfeln mit jeweils drei Metern Seitenlänge Erfindungen und Entwürfe aus der Quadrattestadt präsentiert. Teil der Freiluftausstellung waren zudem drei Exponate, ein biegbares Rohr von Billig- und ein überdimensionales, vertikales Buch von Edition Panorama sowie ein hochmodernes John-Deere-Traktor.

„Wir hatten eine Million Blickkontakte und über 300 Teilnehmer bei speziell angelegten Führungen“, zog Strahonja nun Bilanz. Da Innovationen zum „Markenmerk Mannheims gehören“, so die Ge-

Kulturamt Neuss

Artikel in Tageszeitung „NGZ“,
Print und online vom 27. Juli 2017

The screenshot shows the NGZ ONLINE website interface. At the top, there are navigation links for 'Abo/Service', 'ePaper/RP-App', 'Anzeige aufgeben', 'Schlagzeilen', 'Digitale Prospekte', 'RP Trauer', 'RP-Forum', 'Spiele', and 'weitere >'. The main header features the 'NGZ ONLINE' logo with the date '25. JULI 2017' and a search bar. Below the header is a blue navigation bar with categories: 'NRW POLITIK WIRTSCHAFT SPORT KULTUR PANORAMA REISEN DIGITAL MEHR...'. The article title 'Taschen aus ausrangierten Festival-Bannern' is prominently displayed, along with the author 'Shakespeare-Festival' and the date '27. Juni 2017 | 00.00 Uhr'. A list of 'Weitere Artikel im Ressort' includes 'Bürger-Schützen-Verein Dormagen Fassanstich zum Auftakt des Festes zum 150-Jährigen', 'Stadtbus Busse fahren zum Fest länger', 'Schirmherr Kommando "Augen rechts" als Geschenk', and 'Programm'. On the right side, there are social media sharing icons for Facebook, Twitter, Email, Print, and a plus sign for more options. The article text is partially visible, starting with 'Im vergangenen Jahr waren es Kissen für die jungen Teilnehmer im Education-Bereich...'.

SHAKESPEARE-FESTIVAL

Taschen aus ausrangierten Festival-Bannern

Im vergangenen Jahr waren es Kissen für die jungen Teilnehmer im Education-Bereich, in diesem Jahr sind es Shopping-Bags und Retro-Rucksäcke – angefertigt in den Werkstätten der Lebenshilfe für das Shakespeare-Festival. **Claudia Bisdorf**, seit 2014 Produktionsleiterin für das Shakespeare-Festival, die Tanzwochen und die Zeughauskonzerte im Kulturamt, ist voll des Lobes über die Zusammenarbeit: „Das klappt wunderbar“, sagt sie.

Während die Kissen im vergangenen Jahr nicht im Verkauf waren, sondern in Workshops und ähnlichem ausgegeben wurden, sind die Bags und Rucksäcke Bestandteile des Merchandising-Programms im Shop des Festivals. Oder waren, sollte man zumindest mit Blick auf die Shopping-Bags sagen, denn von den vorhandenen 20 war gestern noch genau eine da. Auch die Rucksäcke, rund 30 Stück, gehen gut weg, sagt Bisdorf, die zusammen mit **Felicitas Fischer** im Vorfeld des Festivals



Die Taschen wurden für 15 Euro im Festival-Shop verkauft. 20 Stück waren es mal, jetzt sind fast alle weg. FOTO: CHRISTOPH KREY

die Idee zu den Taschen entwickelt hatte. Das Material stand auch fest: recycelte Festival-Banner und -fahnen. Beim Zuschnitt wurde natürlich darauf geachtet, den Schriftzug oder das Festival-Motiv der Rose zu nutzen: „Die weißen Flächen haben wir ausgespart.“ Aus den Fahnen waren 2016 die Kissen gemacht worden, für die Taschen kamen nun die

widerstandsfähigeren Banner dazu. „Jedes Jahr müssen wir welche aussortieren“, sagt die 44-Jährige, „aber mir ist die Wiederverwertung ebenso wichtig wie die Zusammenarbeit mit sozialen Einrichtungen wie Lebenshilfe und auch GWN (Gemeinnützige Werkstätten Neuss).“ Denn großen Gewinn mache man mit den Artikeln nicht. **hbm**



5 Euro im Festival-Shop verkauft. 20 Stück waren es mal. FOTO: CHRISTOPH KREY

genen Jahr waren es Kissen für die Teilnehmer im Education-Bereich, in diesem Jahr sind es Shopping-Bags und Retro-Rucksäcke – angefertigt in den Werkstätten der Lebenshilfe für das Shakespeare-Festival. **Claudia Bisdorf**, seit 2014 Produktionsleiterin für das Shakespeare-Festival, die Tanzwochen und die Zeughauskonzerte im Kulturamt, ist voll des Lobes über die Zusammenarbeit: „Das klappt wunderbar“, sagt sie.

Während die Kissen im vergangenen Jahr nicht im Verkauf waren, sondern in Workshops und ähnlichem ausgegeben wurden, sind die Bags und Rucksäcke Bestandteile des Merchandising-Programms im Shop des Festivals. Oder waren, sollte man zumindest mit Blick auf die Shopping-Bags sagen, denn von den vorhandenen 20 war gestern noch genau eine da. Auch die Rucksäcke, rund 30 Stück, gehen gut weg, sagt Bisdorf, die zusammen mit **Felicitas Fischer** im Vorfeld des Festivals die Idee zu den Taschen entwickelte. Das Material stand auch fest: recycelte Festival-Banner und -fahnen. Beim Zuschnitt wurde natürlich darauf geachtet, den Schriftzug oder das Festival-Motiv der Rose zu nutzen: „Die weißen Flächen haben wir ausgespart.“ Aus den Fahnen waren 2016 die Kissen gemacht worden, für die Taschen kamen nun die widerstandsfähigeren Banner dazu. „Jedes Jahr müssen wir welche aussortieren“, sagt die 44-Jährige, „aber mir ist die Wiederverwertung ebenso wichtig wie die Zusammenarbeit mit sozialen Einrichtungen wie Lebenshilfe und auch GWN (Gemeinnützige Werkstätten Neuss).“ Denn großen Gewinn mache man mit den Artikeln nicht. **hbm**

Lebenshilfe und auch GWN (Gemeinnützige Werkstätten Neuss).“ Denn großen Gewinn mache man mit den Artikeln nicht. **hbm**

Quelle: NGZ

Textilwerkstatt macht europaweit Furore

Mitarbeiter der Lebenshilfe recyceln für Sixt, Baumärkte und SEW bunte Taschen aus Werbebannern

Von unserem Redaktionsmitglied
Heike Schaub

Bruchsal. Nähmaschinen rattern, Borten werden versäubert und Fäden gekappt – etwa 50 Taschen aus bunt bedruckten Werbebannern wandern täglich in die Kartons: Vor fünf Jahren stand die Textilwerkstatt der Lebenshilfe für Menschen mit Behinderungen Bruchsal-Bretten noch vor dem Aus. „Es gab einfach keine Nachfrage mehr“, beschreibt Abteilungsleiter Uwe Hillenmaier die Folgen der Konkurrenz aus Südostasien. Mittlerweile werden im Schnitt 1 000 bis 1 200 Bannertaschen pro Monat hergestellt und die Nachfrage ist größer als man bedienen kann.

Über private Kontakte stieß 2012 der Grafik- und Webdesigner Christian Tschürtz aus Mannheim auf die Textilwerkstatt, in der heute bis zu 30 Menschen mit Behinderungen je nach Fähigkeiten und Tagesverfassung arbeiten. Seine Idee: Meterlange Banner aus PVC landen nach einer kurzen Werbeaktion oft im Müll. Als Werbegeschenk für Kunden und Mitarbeiter oder als Verkaufsartikel recycelt, können Firmen, Behörden und Einrichtungen die Werbebanner zu hippen Taschen verarbeiten lassen. Und das ganze noch mit einem sozialen Aspekt.

„Wir haben ein Jahr Vorlauf gebraucht“, erinnert sich Tschürtz an die Anfangsjahre. Im Sommer 2013 ist Prototyp „Tasche 1“ aus einem Quadratmeter großen Stück Plane in Serie gegangen und hat damit eine Marktücke geschlossen. Laut Tschürtz gibt es in Deutschland nur noch zwei andere Betriebe, die im großen Stil Taschen aus Werbebannern recyceln. Mittlerweile gibt es bis zu 15 unterschiedliche Taschen in verschiedenen Größen – von der Umhängetasche bis zur Dokumentenmappe und Einkaufstasche, daneben Kochschürzen und Smartphone-Hüllen. Unter dem Label „Comebags“ wird die Dienstleistung zwischenzeitlich europaweit vermarktet. Über 400 Kunden lassen sich von der



TASCHEN AUS WERBEBANNERN werden europaweit für über 400 Kunden genäht – hier die Staatlichen Schlösser und Gärten.



IN DER TEXTILWERKSTATT der Lebenshilfe freuen sich Manuela Dresel, Katarja Schmidt und Uwe Hillenmaier (von links) über den Erfolg der Taschenproduktion. Foto: Heintzen/pra

Lebenshilfe-Label verarbeiten lassen. Die Deutsche Bahn habe gleich 1 600 Taschen geordert.

„Wir kämpfen manchmal mit den Maßen und dem Gewicht der Banner“, erzählt Abteilungsleiter Hillenmaier in der Textilwerkstatt, wo zu dem Zeitpunkt vier Mitarbeiterinnen an den Nähmaschinen sitzen. Gestanzt werden die Banner am Lebenshilfe-Standort in Graben-Neudorf. Zugeschnitten und vernäht werden die Planenstücke in der Textilwerkstatt am Bruchsaler Standort Fuchsloch. „Die Mitarbeiter – bis auf einen Mann alles Frauen – können jeder in ihrem Tempo arbeiten“, beschreibt Gruppenleiterin Manuela Dresel das Konzept der Lebenshilfe. Anders sei die Arbeit in der Textilwerkstatt auch nicht zu bewältigen. Zunächst werden die Mitarbeiter an einfachen Nähten geschult, dann versuche man die Kompetenzen zu steigern. An den Nähmaschinen macht jeder Mitarbeiter immer nur einen Schritt, weitere Aufgaben wären

meist zu komplex, erklärt Uwe Hillenmaier.

Dass in den Werkstätten der Lebenshilfe in den Bereichen Gartenbau, Metallverarbeitung, Schreinerei und Textil nicht nach den Maßstäben der industriellen Produktion gearbeitet wird, wissen auch die abnehmenden Firmen: Heute bestellt und morgen geliefert geht mit Mitarbeitern, die über unterschiedlichste Handicaps verfügen, einfach nicht. Neben dem Recycling-Aspekt steht für die Kunden deshalb auch der soziale Aspekt im Vordergrund. „Manche Kunden wollen das Label der Lebenshilfe sogar etwas größer eingenäht haben“, erzählt Christian Tschürtz.

Über die große Nachfrage freut sich auch Abteilungsleiter Hillenmaier: „Wir sind mehr als ausgelastet.“ Während in der Textilwerkstatt auch Kissen und Bettdecken für Billerbeck genäht werden, überlegt man bei der Lebenshilfe schon, den Bereich für die Produktion der Bannertaschen auszuweiten.

Bruchsaler Rundschau

Bericht in Tageszeitung
„Bruchsaler Rundschau“
vom 05. Dezember 2017

Tourist Information Mannheim

Artikel in der Tageszeitung
„Rhein-Neckar-Zeitung“
vom 20.06.2017

The screenshot shows the Rhein-Neckar-Zeitung website interface. At the top, there is a login section with fields for 'Benutzername' and 'Passwort', and a link for 'Passwort vergessen? Registrierung'. The main header features the newspaper's name 'RHEIN-NECKAR-ZEITUNG' and a logo. Below the header, a navigation bar includes categories like 'POLITIK', 'SPORT', 'WIRTSCHAFT', 'PANORAMA', 'WISSEN', 'KULTUR & TIPPS', 'RATGEBER', 'VIDEO', 'FOTOS', '1899', and 'ZEITUNG'. The main article is titled 'Touristinfo in Mannheim' and 'Knallfarben sollen Touristen locken'. The text describes the renovation of the 'Welcome Center am Hauptbahnhof in "Tourist-Information" umbenannt - Außenbeschilderung und Plakate weisen künftig den Weg'. A red banner indicates 'Noch 9 Gratis-Artikel diesen Monat.' and 'RNZonline Angebote'. The article is dated '20.06.2017, 06:00 Uhr'. The main image shows a woman, Karmen Strahonja, standing in front of a display of colorful 'Comebags' (green, yellow, and red). Below the image, a caption reads: 'Karmen Strahonja vom Stadtmarketing (mit den "Comebags" im Hintergrund) stellte die neue Touristinfo gestern vor. Die rote Außenbeschilderung soll Touristen anlocken. Fotos: Gerold'. To the right of the article, there is a 'RNZ-WhatsApp-Newsletter' section with a 'WhatsApp mit Handynummer' button. Below that, a 'weitere Meldungen' section lists several news items: 'Mannheimer Seebühnenzauber 2018: Kein Auftritt fällt ins Wasser', 'Mannheim: Für Cannabis demonstriert', '"Rock meets Classic" Mannheimer ...: Licht löste Schatten ab', 'Mannheim: Autofahrer schlägt Radler die Faust ins Gesicht', 'Mannheim-Wiesloch: Mit über 200 Sachen vor der Polizei geflohen', 'Mannheim.: Frau schlägt Ehemann mit Müllschale K.O.', 'Mannheimer Franklin-Gelände: Hier wird für den "kleinen Mann" gebaut', 'Mannheimer Brückenlauf: 500 Läufer gehen an den Start', 'Mannheim-Käfertal: Corsa prallt ungebremst gegen parkenden Sattelzug', and 'Söhne Mannheims: Gründungsmitglied Robbee Mariano ist tot'. At the bottom right, there is a social media share button for 'Rhein-Neckar-Zeitung'.



www.ka-news.de/region/bruchsal/Bruchsal-Ti...

ka-news.de

SUCHE

REGION KSC WIRTSCHAFT POLIZEI VERKEHR KULTUR ÜBERREGIONAL FOTOS KA-REPORTER

Taschen für Schlösser: In Bruchsal werden Unikate aus Werbebannern gemacht

f 2

0



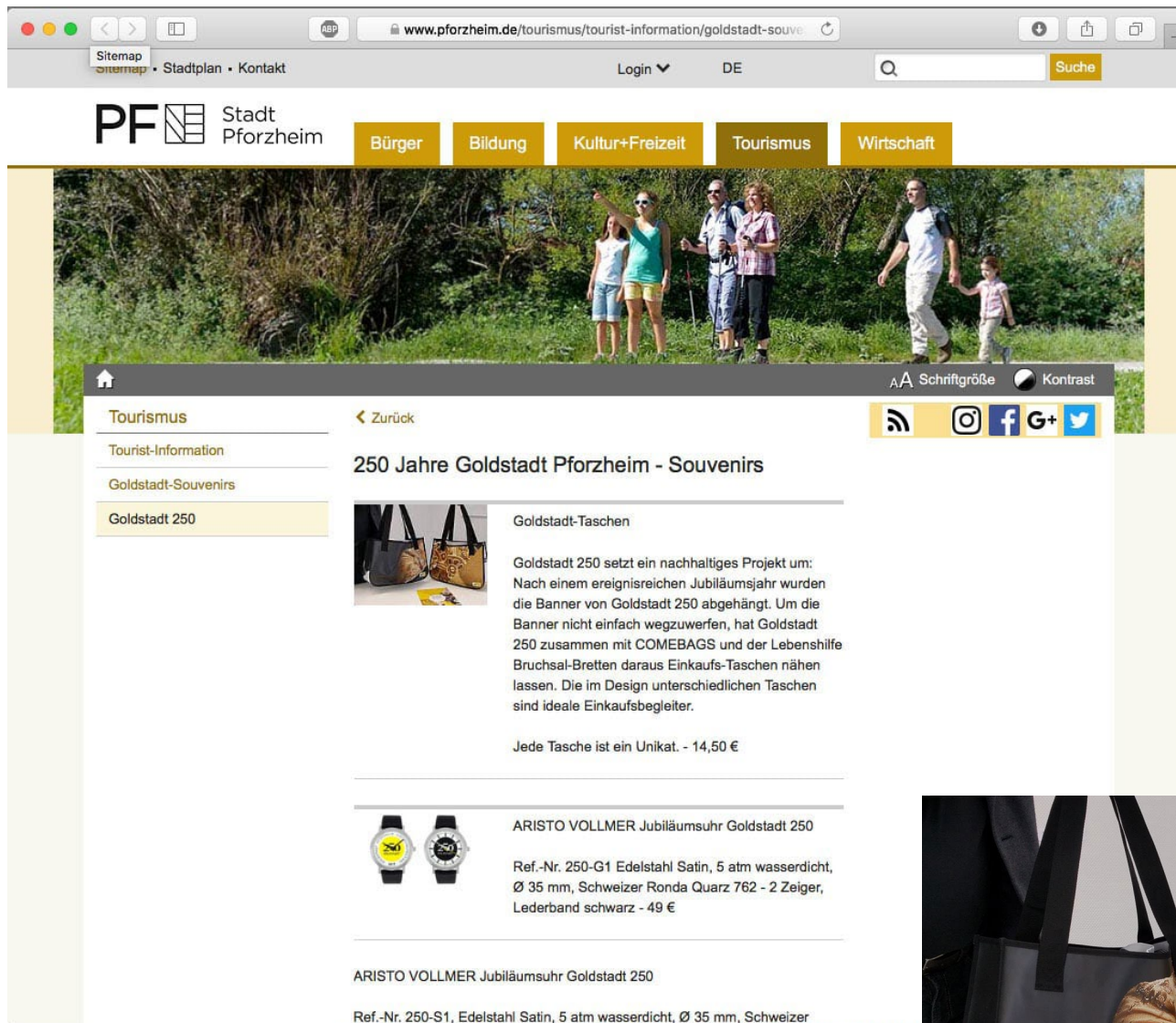
In Bruchsal werden alte Werbebanner von Menschen mit Behinderung zu Taschen, Smartphonehüllen und anderen Design-Unikaten recycelt. "Comebags" hat seit seiner Entstehung schon mit zahlreichen Unternehmen in der Region erfolgreich zusammen gearbeitet.

Dieses Projekt haben sich nun auch die Staatlichen Schlösser und Gärten Baden-Württemberg für diesen Advent zu Nutzen gemacht. Aus sieben alten Großbannern zu den Kampagnen der vergangenen drei Jahre, die unter anderem

ANZEIGE

Staatliche Schlösser und Gärten Baden-Württemberg

Artikel in „ka-news.de“ vom 10. Dezember 2017



www.pforzheim.de/tourismus/tourist-information/goldstadt-souve...

Sitemap | Stadtplan | Kontakt

Login | DE | Suche

PF | Stadt Pforzheim

Bürger | Bildung | Kultur+Freizeit | **Tourismus** | Wirtschaft

Tourismus

250 Jahre Goldstadt Pforzheim - Souvenirs

Goldstadt-Taschen

Goldstadt 250 setzt ein nachhaltiges Projekt um: Nach einem ereignisreichen Jubiläumsjahr wurden die Banner von Goldstadt 250 abgehängt. Um die Banner nicht einfach wegzuwerfen, hat Goldstadt 250 zusammen mit COMEBAGS und der Lebenshilfe Bruchsal-Bretten daraus Einkaufs-Taschen nähen lassen. Die im Design unterschiedlichen Taschen sind ideale Einkaufsbegleiter.

Jede Tasche ist ein Unikat. - 14,50 €

ARISTO VOLLMER Jubiläumsuhr Goldstadt 250

Ref.-Nr. 250-G1 Edelstahl Satin, 5 atm wasserdicht, Ø 35 mm, Schweizer Ronda Quarz 762 - 2 Zeiger, Lederband schwarz - 49 €

ARISTO VOLLMER Jubiläumsuhr Goldstadt 250

Ref.-Nr. 250-S1, Edelstahl Satin, 5 atm wasserdicht, Ø 35 mm, Schweizer

Stadt Pforzheim

Artikel auf der Internet-Seite von der Stadt Pforzheim



www.handwerk-international-bw.de/Handwerk-Inte

HANDWERKSKAMMER.DE

Handwerk International Baden-Württemberg

Initiativen Search Sprache: de | en

Startseite Unser Angebot Kalender Service Netzwerke Wir über uns Presse

» Startseite A+ 

Service

- Länderinformationen
- Dokumentenbox
- Links
- Wissenswertes

enterprise europe network

Wir stehen Unternehmen zur Seite

UMFRAGE:
Wie bewerten Sie uns als Dienstleister?

Wissenswert

News vom 13.07.16

"Comebags" für Flüchtlinge



Die beiden Flüchtlingsklassen der Steinbeisschule Stuttgart haben 30 Umhängetaschen aus recycelten Werbebannern vom Enterprise Europe Network Baden-Württemberg geschenkt bekommen. „Die Taschen sind praktisch, nachhaltig und symbolisch. Sie sollen Menschen verbinden“, sagte Jürgen Schäfer, der Koordinator des baden-württembergischen Netzwerks. Die sogenannten „Comebags“ wurden bei der Lebenshilfe Bruchsal-Bretten e.V. von Menschen mit Behinderung aus alten Werbebannern der zehn Netzwerk-Partner hergestellt.

Handwerk International ist teil des Enterprise Europe Network

Das Enterprise Europe Network in Baden-Württemberg hat die Taschen gespendet. Das europäische Netzwerk unterstützt kleine und mittelständische Unternehmen bei internationalen Kooperationen. Neben Handwerk International Baden-Württemberg besteht das Netzwerk in Baden-Württemberg aus neun weiteren Partnern: Steinbeis-Europa-Zentrum, Baden-Württemberg International, Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg, IHK Rhein-Neckar, IHK Region Stuttgart, IHK südlicher Oberrhein, IHK Reutlingen, IHK Ulm, IHK Hochrhein Bodensee.

Taschen als Erinnerung

Die 18 anwesenden Schüler der VABO-Klassen (Vorqualifizierungsjahr Arbeit und Beruf für Jugendliche ohne Deutschkenntnisse) stammen aus sieben Nationen aus Afrika und dem Nahen Osten und kamen überwiegend als Flüchtlinge nach Deutschland. Sie stehen am Ende ihrer ein- bis zweijährigen Schulzeit, in der sie die Sprache lernen und sich auf handwerkliche Berufe vorbereiten.

Der 22-jährige Hesham Khawaldi aus Syrien wird beispielsweise eine Ausbildung als Bauzeichner beginnen. Er sagt: „Die Tasche ist für mich eine Erinnerung an die Zeit an der Schule.“ Die Steinbeisschule Stuttgart kooperiert mit der Handwerkskammer Region Stuttgart, deren Hauptgeschäftsführer Claus Munkwitz die Schüler im Handwerk willkommen hieß.

Ihre Ansprechpartner



Ihr direkter Kontakt zum Beraterteam von Handwerk International:
Telefon: 0711/1657-444
oder per E-Mail:
info@handwerk-international.de

Referenzen



Lesen Sie Erfahrungsberichte! [Referenzen](#)

Newsletter



Informieren Sie sich über die neuesten Entwicklungen im Auslandsgeschäft!

[Newsletterabo](#)

Schlagworte

Handwerk International Baden-Württemberg

Artikel auf der Internet-Seite von Handwerk International Baden-Württemberg

Frankfurter Neue Presse und Hoechst-Kreisblatt

Artikel in der Frankfurter Neuen Presse und Hoechst-Kreisblatt vom 07. Mai 2018

ESCHBORN · BAD SODEN · SCHWALBACH · SULZBACH

Seite 11

Das waren Werbebanner fürs Radrennen

Eschborn Die Namenswechsel des Rennens machen alte Banner überflüssig – Nun haben sie als Taschen eine neue Aufgabe

Woanders werden sie eingelagert oder vernichtet – Eschborn hat sich für einen nachhaltigen Umgang mit den ausgemusterten Exemplaren entschieden.

VON STEPHANIE KREUZER

Viermal haben Name und Logo bereits gewechselt, seitdem das Radrennen am 1. Mai nicht mehr „Rund um den Henninger-Turm“ heißt. Unter dem etwas sperrigen Namen „Eschborn-Frankfurt City-Loop“ startete es 2009 mit neuem Titelsponsor, und als „Rund um den Finanzplatz Eschborn-Frankfurt“ war das Rennen von 2010 bis 2016 bekannt. Seit diesem Jahr heißt es kurz und prägnant „Eschborn-Frankfurt“.

Nicht nur die Teilnehmer und Zuschauer mussten sich jeweils umgewöhnen, auch die Hersteller der Werbemittel hatten jedes Mal alle Hände voll zu tun, neue Banner und Plakate zu entwerfen. Im Gegenzug wurden die veralteten Materialien aussortiert und vernichtet oder eingelagert.

In Eschborn hat sich die Stadt nun auf Nachhaltigkeit besonnen und den Begriff „Re-Cycling“ wörtlich genommen. Gemeinsam mit Wolfgang Wessner, der mit seiner Agentur für die Werbemittel zuständig ist – darunter auch für die an Hanteln erinnernden „Powerbottles“, die bei Fans des Radrennens begehrt sind –, entwickelte die Stadt im Keller schlummernden alten PVC-Planen, die jahrelang am Rathaus oder im Stadtgebiet auf dem Rennplatz aufbewahrt wurden, sollten wieder eine sinnvolle Verwendung bekommen.

„Wir kamen wir auf die Idee, sie zu Taschen zu verarbeiten“, so Stadtsprecherin Beate Brendel. „Diese ‚Messenger-Bags‘ aus alten und nun wollen wir etwas Ähnliches machen.“

Doch der gute Gedanke war damit noch nicht zu Ende. Denn nicht zuletzt dem Eschborner Bürgermeister Mathias Geiger lag am

Herzen, mit dieser Aktion sowohl etwas für die Umwelt zu tun, als auch einem gemeinnützigen Zweck zu dienen. Daher war von vornherein klar, dass der komplette Verkaufspreis der Stiftung Bärenherz in Wiesbaden, die sich um Projekte für unheilbar kranke Kinder kümmert, gespendet wird.

Zudem sollte eine Behindertenwerkstatt die Produktion übernehmen: alles in Handarbeit, unter Berücksichtigung ökologischer, ökonomischer und sozialer Kriterien. „Normalerweise ist es ziemlich problematisch, diese PVC-Planen in eine vernünftige Wiederverwertung zurückzuführen“, weiß Wessner, „aber wir sind stolz darauf, dass wir hier besonders nachhaltig agieren und beispielsweise auch einen minimalen Verschnitt haben.“

Immerhin ging es um insgesamt rund 110 Quadratmeter Bannerfläche, die sinnvoll verarbeitet werden sollten. Zuvor mussten die Platten gereinigt und auf ihre Qualität hin kontrolliert werden, aber da die meisten nur wenige Gebrauchsspuren aufwiesen, konnten fast alle verwertet werden. Derart vorsortiert, wurden sie an die Textilabteilung der Lebenshilfe Bruchsal-Bretten geschickt, die bereits über Erfahrung in der Anfertigung von Taschen verfügt und zuerst unterschiedlich große Muster erstellte.

„Wir einigten uns auf ein Format von 35 Zentimetern Breite, 23 Zentimetern Höhe und 8 Zentimetern Tiefe, ohne Innentasche“, so Brendel. „Die Kanten sind eingefasst, es gibt einen Klettverschluss und einen verstellbaren Umhängegurt. In diese Tasche aus recyceltem Werbemittel und von Menschen mit Behinderung gefertigt wurde.“ So entstanden 150 „Re-Cycling Messenger Bags“ – jeweils Unikate natürlich, denn alle sehen anders aus.

„Dabei haben die Mitarbeiter in der Werkstatt sehr darauf geachtet, sich aufgrund der unterschiedlichen Farbgestaltung und Muster bei jeder Tasche ein möglichst schönes Bild ergibt“, sagt Brendel.



Beate Brendel (rechts) und Marlon Jekel von der Pressestelle der Stadt Eschborn präsentieren zwei der Taschen-Unikate. Foto: Kreuzer

Bedeutendes Großereignis in der Region

Die ersten Exemplare fanden bereits während des diesjährigen Radrennens ihre Käufer. Wer nun eine solche Tasche – zum Selbstkostenpreis von 29,50 Euro – erwerben möchte, wendet sich telefonisch an die Pressestelle der Stadt Eschborn, Rufnummer (06195) 490 5429, um einen Termin zu vereinbaren. „Bei uns kann man sich dann sein Lieblingsstück aussuchen. Bitte aber den Betrag passend mitbringen, denn wir haben kein Wechselgeld“, so der Hinweis von Beate Brendel.

„Der Radklassiker Eschborn-Frankfurt hat auch in diesem Jahr wieder viele Menschen erfreut. Die Eschborner Bürger sind sportbegeisterte Menschen, und ich weiß aus zahlreichen Gesprächen, dass die finanzielle Unterstützung durch die Stadt Eschborn positiv aufgenommen wird. Die Stimmung an der Strecke, an Start und Ziel,

aber auch auf dem Rathausvorplatz, wo immer ein großes Fan-Fest stattfindet, war großartig“, resümiert Bürgermeister Mathias Geiger und erinnert an das Einspringen Eschborns als Titelsponsor. „Für mich steht an erster Stelle, dass dieses Rennen, eines der bedeutendsten sportlichen Großereignisse in der Region Rhein-

Main, dank des hiesigen Engagements am Leben erhalten werden konnte. Radfahren ist ein Breitensport, und daher ist es mir besonders wichtig, dass bei dieser Veranstaltung nicht nur die Elitefahrer zum Zuge kommen, sondern auch Amateure jeden Alters. Der 1. Mai ist in Eschborn also in doppelter Hinsicht ein Feiertag.“

Mannheim – Stadt im Quadrat

Magazin der Mannheimer Wirtschaftsförderung 2019

WIRTSCHAFTSAKTOR NACHHALTIGKEIT



18 Mannheimer Unternehmen und lokale Institutionen erzählten auf der „Allee der Innovationen“ ihre Erfolgsgeschichten in der Quadratestadt. Aus den Bannern dieser Initiative des Stadtmarketings entstanden „Comebags“, die zum Anlass der Neugestaltung der Tourist-Info präsentiert wurden – zur Freude von Christian Tschürtz (s.v.l.). Foto: Tröster

Best-Practice-Beispiele

UNTERNEHMEN, DIE VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN

von Benjamin Jungbluth und Ulla Cramer

Das Thema Corporate Social Responsibility (CSR) ist endgültig in den Firmen der Region angekommen. Von der Entwicklung nachhaltiger Produkte bis zu speziellen Lehrplänen für Management-Studierende reichen die Konzepte, die eine moderne unternehmerische Gesellschaftsverantwortung widerspiegeln. Wir stellen verschiedene Ansätze von Mannheimer Betrieben und Initiativen im Detail vor.

Comebags – ein zweites Leben für Werbebanner

Schon immer ärgerte sich der Mannheimer Marketingfachmann Christian Tschürtz, Inhaber der Agentur ct3 kommunikation, dass die von ihm gestalteten Werbebanner nach ihrem Einsatz im Abfall landeten. Seine kreative Idee: ein zweites Leben für die plakativer Werbung. Das Projekt Comebags war geboren – und traf auf große Resonanz. Bereits seit 2011 fertigen nun rund 40 Mitarbeiter der Lebenshilfe Bruchsal-Bretten aus Lkw-Planen und Werbebannern, die sie direkt von den ehemaligen Nutzern erhalten, strapazierfähige Taschen. Die Win-win-Situation: Durch die Wiederverwendung des Materials wird die Umwelt geschont, und die engagierten Firmen punkten mit ihrem ökologischen Einsatz, können sich mit den Unikat-Taschen optimal identifizieren und sie beispielsweise an die Belegschaft oder Kunden verschenken. Ne-

ben dem umweltfreundlichen Aspekt legt Comebags viel Wert auf soziale Nachhaltigkeit: Es sind Menschen mit Behinderung, die die Taschen herstellen und selbstverständlich einen fairen Anteil der Einnahmen erhalten. „Wir legen die Kalkulation im Internet offen“, betont Tschürtz.

Mannheim Business School – soziale Projekte als Managementaufgabe

Ein „Social Sustainability Project“ ist Pflicht in den MBA-Programmen der Mannheim Business School (MBS), in der die Weiterbildungsaktivitäten der Universität Mannheim gebündelt werden. Dass die neu gewonnenen Management-Kenntnisse dabei ganz praktisch angewandt werden können, ist ein wunderbarer Nebeneffekt. Ob die Zusammenarbeit mit der Mannheimer Jugendfeuerwehr, die Verteilung von Mahlzeiten an Obdachlose und bedürftige Familien gemeinsam mit den Studierenden der ESSEC Business School in Paris oder der Charitylauf „Runtegrate“ für Kinder und Jugendliche im Mannheimer Stadtteil Jungbusch – das Spektrum ist breit. Auch im Alltag an der MBS findet das Thema Nachhaltigkeit durchaus Beachtung. Dies zeigt eine von den Beschäftigten getragene Initiative: Im Mittelpunkt steht die umweltbewusste Gestaltung von Prozessen am Arbeitsplatz, zum Beispiel durch eine deutliche Reduktion des Papierausstoßes beim Drucken.

Bauhaus – Fokus auf nachhaltige

„Pro Planet“ heißt das Gütesiegel mit Sitz in Mannheim die Produkt punkten – eine wichtige Or gglied der Business Social Compli Bauhaus darüber hinaus bei der Sozialstandards und Arbeitsbed tionalen Lieferketten. Dachbeg von Regenwasser, hochmodern rende LED-Technik sowie nach realisierte neue Filialen komm gute. Eine aktuelle Initiative w dem Bienensterben entgegenv Insektenhotels.

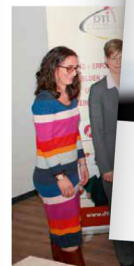
Roche – Gesundheitsblitzli

Rückengesundheit, Schlaganf: 20 Minuten dauern die „Ges tenden von Roche am Standc men sensibilisieren und gleic Doch auch interaktiv ist die P – aktiv und mitarbeiternah geht es um das Sammeln vo von der Bewältigung eines S von Abfall- und Entsorgung Initiative und die daraus fo vom Verband der Chemic August 2018 mit dem Respi

Eine ganze Blitzlichtwoch Unternehmen bei der Jahr 2018. Unter dem Motto „D Gesundheit und Balance i

SUNTAT Europe – Einsa

„Demokratie – Was geht terausstellung überschri Johannes-Kepler-Gemeir im Juni 2018 vorstellte



Bei der Eröffnung der Posterausstellung: Professor Dr. Franz Egle (stellvertretender DTI-Vorsitzender), Mustafa Baklan (DTI-Vorsitzender) und Oberbürgermeister Dr. Peter Kurz (s.-s. v.r. hinten). Foto: Türemis / SUNTAT

MANNHEIM² STADT IM QUADRAT

Das Magazin der Mannheimer Wirtschaftsförderung
49. Jahrgang 2019

Schwerpunktthema
Wirtschaftsfaktor Nachhaltigkeit

MANNHEIM²



COME BAGS

Recycling von Werbebannern durch Menschen mit Behinderung

38 // STIL

schen mit Handicap hergestellt. Begleitet wird dieser Arbeitsprozess dort von Teamleitern, welche auch die Qualitätskontrollen an den Produkten durchführen. Faire Löhne und gute Arbeitsbedingungen spielen bei der Produktion eine zentrale Rolle. Das Unternehmen zeigt sich transparent und listet auf www.comebags.de die Einzelheiten der Produktion auf.

Kochschürze. Diese kann man sich auch heute noch aus Bannermaterial von Comebags herstellen lassen.

Die Preise für die Herstellung der Produkte liegen, je nach Modell, zwischen 5 und 15 Euro pro Stück. Produziert wird schon ab einem Stück, das heißt, es gibt keinen Mindestbestellwert. So kann man auch kleinere Mengen recycling-Material problemlos von Comebags anfertigen lassen.

Ausstanzen der Taschenteile ist jedoch auch ein großer Vorteil mit sich: Jede Tasche wird zu einem echten Unikat."

Comebags sind vom Schnitt her gehalten. Die Gründe dafür liegen in der Produktion: Die Produktion soll für Menschen mit Behinderung relativ einfach sein, sodass sie bei der Produktionsschritte ohne Druck ausführen können. Die einzelnen



Taschenteile werden aus den Bannern mit einer Maschine ausgestanzt und haben daher einheitliche Größen. So ist es beispielsweise nur schwer möglich, auf gesonderte Kundenwünsche in Bezug auf die Größen der Taschen einzugehen. Da es mittlerweile jedoch unterschiedliche Taschenmodelle gibt, finden sich in der Auswahl Taschen für die verschiedensten Zwecke. Das Ausstanzen der Taschenteile bringt jedoch auch einen großen Vorteil mit sich: Jede Tasche wird dadurch zu einem echten Unikat.



Nach dem Ausstanzen der Taschenteile werden diese zusammengefasst und in einem Aufwärtstisch an einen Mitarbeiter übergeben. Dieser bringt die Teile an die Maschine, die sie in die Taschenform bringt. Die meisten Firmen, die ihre Werbematerialien an Comebags anfertigen lassen, sind, wie

Je nach Modell, zwischen 5 und 15 Euro pro Stück. Produziert wird schon ab einem Stück, das heißt, es gibt keinen Mindestbestellwert. So kann man auch kleinere Mengen recycling-Material problemlos von Comebags anfertigen lassen.

UPCYCLING-TASCHEN nachhaltig & fair

VON MARIE VÖLKER | BILDER: COMEBAGS & MARIE VÖLKER



Upcycling-Taschen aus alten Werbebannern – Mit dieser Idee startete der Mannheimer Grafiker Christian Tschürtz im Jahr 2013 sein Unternehmen **Comebags**. Doch nicht nur aus ökologischer Sicht ist die Produktion der Comebags-Taschen nachhaltig. Auch soziale Aspekte spielen eine wichtige Rolle, denn die Taschen werden von behinderten Menschen hergestellt. Faire Arbeitsbedingungen, eine angemessene Bezahlung und ein angenehmes Arbeitsklima sind hierbei von großer Bedeutung.

Wer eine oder mehrere Taschen von Comebags haben möchte, braucht zuerst



einmal eine Sache: das passende Material. Denn Comebags ist kein gewöhnlicher Onlineshop für Taschen, sondern ein Unternehmen, das auf Bestellung aus unterschiedlichen Recycling-Materialien Taschen für seine Kunden herstellt. Egal, ob alte Werbebannern aus PVC, Mesh-Folien, Netzvinylbannern, LKW- und Bauzaunplanen oder Fahnenstoff – viele verschiedene nicht mehr benötigte Werbematerialien können für die Taschenproduktion wiederverwertet werden. Upcycling lautet die Devise. Der Einfall zu dieser außergewöhnlichen Produktion kam dem Mannheimer Grafiker Christian Tschürtz nachdem er ein Werbebanner designet hatte, das nach kurzerzeitiger Nutzung schon entsorgt werden sollte. „Viel zu schade zum Wegschmeißern“, sagte er sich und auf der Suche nach einem Weg, das Material wiederzuverwerten, kam er auf die Idee mit der Taschenproduktion. Doch damit nicht genug, denn dieses Projekt sollte nicht nur ökologisch nachhaltig sein, sondern auch die soziale Komponente sollte schon bald eine wichtige Rolle bei der Produktion spielen. Die Frage, wie und wo die Taschen genäht werden sollen, beantwortete sich, als er durch einen Bekannten von der Lebenshilfe in Bruchsal erfuhr, die Menschen mit Behinderung Arbeitsplätze in unterschiedlichen handwerklichen Bereichen anbietet. Eigentlich stand die

Näherei der Lebenshilfe zu dieser Zeit kurz vor der Schließung, da es aufgrund der Situation in der Textilbranche an Aufträgen mangelte, aus dem Ausland gekauft wird. „Billigware“ bin ich mit der komischen Idee gekommen, aus Bannern Taschen zu machen“, erinnert sich Christian Tschürtz. Seither werden die Taschen in der Näherei in Bruchsal von Men-



DEIN MAGAZIN FÜR MANNHEIM // 2019 #1



//LEUTE
ONLINE COMMUNITY
EcoYOU

//ORTE
DURCHATMEN IM
KÄPFERTALER WALD

//STIL
SOZIAL & NACHHALTIG
COMEBAGS

//ESSEN
REGIONALE KÜCHE
IM LANDOLIN

ILMA
Ich Liebe Mannheim

Ausgabe 2019-1
Magazin des Mannheimer Morgens



Nachhaltig und sozial: EnBW-Taschen aus alten Werbebannern



Konzentriert: Denn auch dieses Exemplar soll einzigartig und robust werden.

Mitarbeiter der Lebenshilfe Bruchsal-Bretten stellen aus Altem Neues her.

„Müllvermeidung“ ist das eine, „Upcycling“ das andere Zauberwort. Beides steht für Nachhaltigkeit.

Die ausgedienten EnBW-Werbekampagnen mit den Motiven „Erik“ und „Anna“ wurden erstmals nicht entsorgt, sondern nach Bruchsal zur Lebenshilfe gebracht.

Dort stellen 32 Mitarbeiter mit Handicap die neuen Taschen in kleiner Stückzahl her. „Comebags“ heißen die Unikate, die nur bei ausgewählten Veranstaltungen ausgegeben werden.



Clever und stylish: Jede Tasche ist ein Unikat.

Klick! **Nachlese(n)**
Die Klick-Top-Ten im Intranet der vergangenen Wochen

1. Sabine von Manteuffel scheidet aus der Geschäftsleitung der Energiedienst aus, Webcode ☑ 1695
2. „Die deutsche Sprache hat dafür ein Wort: Quatsch“, Webcode ☑ 1652
3. Lars Pede wird neuer Bereichsleiter Controlling und Risikomanagement, Webcode ☑ 1696
4. Tarifverhandlungen sind gestartet, Webcode ☑ 1697
5. Patentierte Lösung für ein intelligentes Stromnetz, Webcode ☑ 1669
6. „Enge Zusammenarbeit mit dem Konzern bleibt bestehen“, Webcode ☑ 1656
7. Sicherheits-Leitstand wird Alarm-Empfangsstelle, Webcode ☑ 1698
8. Veränderung im EnBW-Aufsichtsrat, Webcode ☑ 1699
9. Roboter im Praxistest, Webcode ☑ 1700
10. Netze BW im „Allerheiligsten“ der Automobilbranche, Webcode ☑ 1647

EnBW

Bericht im Mitarbeitermagazin „Team“, 1/2019

6 | RMV unterwegs

HEIMATLIEBE SCHLOSS FREUDENBERG IN WIESBADEN

Als besonderen Ort der „lebendigen Stille“ besucht die Umweltaktivistin Tanja Methien gerne das Schloss Freudenberg in Wiesbaden. Dieser magisch anmutende Altbau inmitten alten Baumbestandes mit teilweise bis zu 120 Jahre alten Esskastanien ist im wahrsten Wortsinne ein Erfahrungsfeld der Sinne. Neben dem fantasievoll angelegten Barfußpfad und einem Naturspielplatz im Freien kann man mit ein wenig Glück sogar Äskulapattern beobachten. Im Gebäude erwarten die Besucher unter anderem ein beeindruckender Klangraum, eine Dunkelbar und ein Labyrinth im Dunkeln.

„Letzteres ist bei meinen Kindern sehr beliebt, während ich lieber den Barfußpfad genieße. Auch das Seminar- und Vortragsangebot ist total vielfältig. Man bräuchte einfach nur mehr Zeit!“, so Tanja Methien.

Weitere Informationen zum Schloss Freudenberg:
www.schlossfreudenberg.de
Freudenbergstraße 226
65201 Wiesbaden
Tel.: 0611 4110141

Hier aussteigen:
Wiesbaden, Märchenland
🕒 23. 24, 39

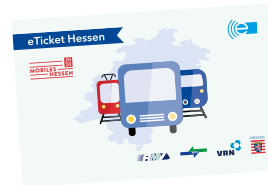
www.schlossfreudenberg.de

WAS IST IHR LIEBLINGSORT?

Sie haben auch diesen einen Ort, der einen besonderen Platz in Ihrem Herzen hat? Teilen Sie ihn mit uns! Schicken Sie uns Ihren Lieblingsort im RMV-Gebiet mit einem Foto von sich und Ihrer persönlichen kleinen Geschichte an mobil@rmv.de. Wir freuen uns darauf!

EINE GLATTE EINS

Mit dem Schülerticket Hessen reisen Jugendliche durch das ganze Bundesland – für nur einen Euro täglich.



Mit dem Schülerticket Hessen sind Schülerinnen, Schüler und Azubis einfach mobil. Es gilt in ganz Hessen für ein Jahr und kostet 365 Euro. Das Schülerticket Hessen gilt für alle Busse, S-Bahnen, Straßenbahnen, U-Bahnen und Regionalzüge in Hessen und in Mainz. Auch die Nachtbus- und Expressbuslinien dürfen benutzt werden.

Unser Tipp: Wer plant, zum neuen Schuljahr ein Schülerticket Hessen zu bestellen, kann dies schon in den nächsten Wochen erledigen und so langes Anstehen und Stress in den Sommerferien vermeiden. Der Kauf eines Schülertickets Hessen ist aber auch unabhängig vom Beginn des Schuljahres möglich. Es kann jederzeit bestellt werden und gilt ab dem Ersten eines beliebigen Kalendermonats. Weitere Infos und die Bestellscheine zum Downloaden gibt's unter www.rmv.de.

Ausbildung abgeschlossen – und dann? Das Schülerticket Hessen wird als praktisches eTicket ausgegeben. Diese Chipkarte ist fünf Jahre gültig, kann also auch nach der Schul- oder Ausbildungszeit für weitere eTickets genutzt werden.

RMV-SHOPPER ZU GEWINNEN!

Sozial, ökologisch und nachhaltig: Wir verlosen fünf praktische Shopper aus upgecyclten RMV-Bannern. „Comebags“ vereinen nachhaltige Produktion mit sozialer Integration. Alle Taschen werden von Menschen mit Handicap genäht, als Material dienen langlebige, gebrauchte Materialien wie PVC-Banner, Roll-ups und Planen – mehr Infos auch unter www.comebags.de. Die Ergebnisse sind einzigartig, genau wie unsere RMV-Shopper.

- Maße: 45 x 30 x 15 cm
- kompletter Taschenkörper aus RMV-Banner-Material genäht
- schwarzes Einfassband an allen Kanten
- schwarzer Tragegurt

Bitte senden Sie uns eine E-Mail mit dem Stichwort „Comebag“ an gewinnspiel@rmv.de. Viel Glück!

Einsendeschluss: 16.8.2019. Die Gewinner werden ausgelost und schriftlich benachrichtigt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Informationen zum Datenschutz finden Sie auf Seite 35.



Mannheim – Stadt im Quadrat

Magazin der Mannheimer Wirtschaftsförderung 2019

WIRTSCHAFTSFAKTOR NACHHALTIGKEIT



18 Mannheimer Unternehmen und lokale Institutionen erzählten auf der „Allee der Innovationen“ ihre Erfolgsgeschichten in der Quadratestadt. Aus den Bannern dieser Initiative des Stadtmarketings entstanden „Comebags“, die zum Anlass der Neugestaltung der Tourist-Info präsentiert wurden – zur Freude von Christian Tschürtz (s.v.l.). Foto: Tröster

Best-Practice-Beispiele

UNTERNEHMEN, DIE VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN

von Benjamin Jungbluth und Ulla Cramer

Das Thema Corporate Social Responsibility (CSR) ist endgültig in den Firmen der Region angekommen. Von der Entwicklung nachhaltiger Produkte bis zu speziellen Lehrplänen für Management-Studierende reichen die Konzepte, die eine moderne unternehmerische Gesellschaftsverantwortung widerspiegeln. Wir stellen verschiedene Ansätze von Mannheimer Betrieben und Initiativen im Detail vor.

Comebags – ein zweites Leben für Werbebanner

Schon immer ärgerte sich der Mannheimer Marketingfachmann Christian Tschürtz, Inhaber der Agentur ct3 kommunikation, dass die von ihm gestalteten Werbebanner nach ihrem Einsatz im Abfall landeten. Seine kreative Idee: ein zweites Leben für die plakativer Werbung. Das Projekt Comebags war geboren – und traf auf große Resonanz. Bereits seit 2011 fertigen nun rund 40 Mitarbeiter der Lebenshilfe Bruchsal-Bretten aus Lkw-Planen und Werbebannern, die sie direkt von den ehemaligen Nutzern erhalten, strapazierfähige Taschen. Die Win-win-Situation: Durch die Wiederverwendung des Materials wird die Umwelt geschont, und die engagierten Firmen punkten mit ihrem ökologischen Einsatz, können sich mit den Unikat-Taschen optimal identifizieren und sie beispielsweise an die Belegschaft oder Kunden verschenken. Ne-

ben dem umweltfreundlichen Aspekt legt Comebags viel Wert auf soziale Nachhaltigkeit: Es sind Menschen mit Behinderung, die die Taschen herstellen und selbstverständlich einen fairen Anteil der Einnahmen erhalten. „Wir legen die Kalkulation im Internet offen“, betont Tschürtz.

Mannheim Business School – soziale Projekte als Managementaufgabe

Ein „Social Sustainability Project“ ist Pflicht in den MBA-Programmen der Mannheim Business School (MBS), in der die Weiterbildungsaktivitäten der Universität Mannheim gebündelt werden. Dass die neu gewonnenen Management-Kenntnisse dabei ganz praktisch angewandt werden können, ist ein wunderbarer Nebeneffekt. Ob die Zusammenarbeit mit der Mannheimer Jugendfeuerwehr, die Verteilung von Mahlzeiten an Obdachlose und bedürftige Familien gemeinsam mit den Studierenden der ESSEC Business School in Paris oder der Charitylauf „Runtegrate“ für Kinder und Jugendliche im Mannheimer Stadtteil Jungbusch – das Spektrum ist breit. Auch im Alltag an der MBS findet das Thema Nachhaltigkeit durchaus Beachtung. Dies zeigt eine von den Beschäftigten getragene Initiative: Im Mittelpunkt steht die umweltbewusste Gestaltung von Prozessen am Arbeitsplatz, zum Beispiel durch eine deutliche Reduktion des Papierausstoßes beim Drucken.

Bauhaus – Fokus auf nachhaltige

„Pro Planet“ heißt das Gütesiegel mit Sitz in Mannheim die Produkt punkten – eine wichtige Or gglied der Business Social Compli Bauhaus darüber hinaus bei der Sozialstandards und Arbeitsbed tionalen Lieferketten. Dachbeg von Regenwasser, hochmodern rende LED-Technik sowie nach realisierte neue Filialen komm gute. Eine aktuelle Initiative w dem Bienensterben entgegenv Insektenhotels.

Roche – Gesundheitsblitzli

Rückengesundheit, Schlaganf: 20 Minuten dauern die „Ges tenden von Roche am Standc men sensibilisieren und gleic Doch auch interaktiv ist die P – aktiv und mitarbeiternah geht es um das Sammeln vo von der Bewältigung eines S von Abfall- und Entsorgung Initiative und die daraus fo vom Verband der Chemic August 2018 mit dem Respi

Eine ganze Blitzlichtwo

Unternehmen bei der Jahr 2018. Unter dem Motto „D Gesundheit und Balance i

SUNTAT Europe – Einsa

„Demokratie – Was geht terausstellung überschri Johannes-Kepler-Gemeir im Juni 2018 vorstellte



Bei der Eröffnung der Posterausstellung: Professor Dr. Franz Egle (stellvertretender DTI-Vorsitzender), Mustafa Baklan (DTI-Vorsitzender) und Oberbürgermeister Dr. Peter Kurz (s.-s. v.r. hinten). Foto: Türemis / SUNTAT

MANNHEIM² STADT IM QUADRAT

Das Magazin der Mannheimer Wirtschaftsförderung
49. Jahrgang 2019

Schwerpunkthema
Wirtschaftsfaktor Nachhaltigkeit

MANNHEIM²

26



ECHT JETZT

MIT VERANTWORTUNG BAUEN UND GESTALTEN

HORNBACH Holding

Übersicht: Die Südpfalzwerkstatt in Offenbach liefert Produkte und Dienstleistungen für Industrie und Handwerk, Groß- und Einzelhandel. Die auch als „max4car“ bekannte Südpfalzwerkstatt ist ein Unternehmen mit 100 Mitarbeitern in Offenbach am Main.

„Wir wollen uns nicht übernehmen“, sagt Tischrötz zur Erklärung. „Aus der ersten vagen Idee ist ein großes Projekt geworden, von dem alle profitieren. Und das soll auch so bleiben. Denn schöner geht es doch kaum.“

„NICHT NUR ‚BIO‘ IST NACHHALTIG“

Auch in Offenbach an der Queich macht man sich Gedanken über die Zukunft. Die größte Herausforderung für „max4car“ sei es, so Bereichsleiter Boltz, dauerhaft zu bestehen. Schließlich konkurriert man mit gewerblichen Anbietern ebenfalls wie mit Importware aus Fernost. „Wir stehen im totalen Wettbewerb“, sagt Boltz. „Der soziale Gedanke allein reicht da nicht als Argument. Auch Qualität, Preis und Liefertreue müssen stimmen“, erklärt er – und legt noch nach: Bei „max4car“ werde regional gefertigt, wodurch lange und teure Frachtwegs vermieden würden. Außerdem könne man auf eine starke, punktuelle Nachfrage reagieren, etwa bei Winterireinbruch.

„Unsere Produkte sind Qualitätsprodukte mit langer Haltbarkeit und entsprechender Nutzungsdauer. Nicht nur ‚Bio‘ ist nachhaltig“, hält Boltz fest. Der „max4car“-Bereichsleiter führt zum Abschluss in einen weiteren Teil des Gebäudes. Überall stehen Kartons und Paletten, in einem quadratischen Raum mit Glasfront hängt ein Schild an der Wand, auf dem „Das alles machen wir“ steht. Darunter hängen bunte Produkte von „max4car“ wie eine Collage. An der Hälfte der gut zwei Dutzend Arbeitsplätze samt Maschinen wird eifrig gebaut und gesteckt. Es sieht aus, wie es in der Werkstätte jedes typisch deutschen, mittelständischen Unternehmens aussieht. Als wir den Raum betreten, ist der Empfang aber warmer und freundlicher als anderswo. Und der Abschied auch.

24



Besatz 5.22: Mit Freude bei der Arbeit. Bei der Lebenshilfe Bruchsal-Bretten wird man auf Spicing. Unter anderem fertigen dort Mitarbeiterinnen die Taschen der Marke „Comebags“ aus alten Webstühlen.

Rechts: Comebags für HORNBACH. Die Recycling-Taschen erhalten neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als Mitarbeitergespräch an ihrem ersten Arbeitstag.

men aus der R spätestens in folgsmodell. D die Zahl der lterweile sind Menschen in noch mehr a treuer sowie Die Kosten f Fahrdienst l trägt die off Arbeitskräfte platzwerkst sogenannt Betreuung ting und in

Das Unter schäftigt Südpfalz gesetzlich Arbeiten



HORNBACH Nachhaltigkeitsmagazin 2019
RESONANZ PRODUKTE | Typisch deutscher Mittelstand

25



HORNBACH Nachhaltigkeitsmagazin 2019
RESONANZ PRODUKTE | Typisch deutscher Mittelstand

23

BESONDERE PRODUKTE

TYPISCH DEUTSCHER MITTELSTAND

Ein Besuch bei der Südpfalzwerkstatt gGmbH in Offenbach und der Lebenshilfe Bruchsal-Bretten.

„max4car“ und „Comebags“ sind zwei beliebte Marken im HORNBACH-Universum. Die eine findet der Kunde unter anderem als Eiskratzer im Regal, die andere bekommt neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zur Begrüßung als Tasche über die Schulter gehängt. Die Produkte beider Labels haben etwas gemeinsam: Sie werden von Menschen mit Behinderung gefertigt.

Ben Krüskämpe, Tilman Sommer

Am Ende der Straße mit den farbenfrohen Häusern geht das Wohngebiet in ein kleines Industriegebiet über. Links und rechts ziehen sich graue, ein- bis zweistöckige Gebäude mit fast durchgehend gläsernen Fronten entlang. Kaum in der Empfangshalle der Südpfalzwerkstatt gGmbH eingetroffen, kommt ein junger Mann, er grüßt herzlich und interessiert sich ehrlich für das Wohlbefinden seines Gegenübers. Wir kommen sofort ins Gespräch: Er erzählt von seiner Schulzeit und davon, wie der Lehrer ihn aus Versetzen einmal im Klassenzimmer einsperrte, doch – glücklicherweise – der Direktor noch im Haus war und ihn schließlich befreite. „Stell dir vor, wenn der nicht mehr da gewesen wäre, der Direktor“, sagt der junge Mann und kriegt sich vor Lachen kaum noch ein. Draußen kriecht die Kälte eines Wintertags unter jeden Mantel, diese erste Begegnung drinnen aber ist warm und freundlich. Zunächst erscheint die Südpfalzwerkstatt wie ein typisch deutsches, mittelständisches Unternehmen. Wie in jedem anderen Betrieb sind Arbeiter am Werk. Einziger Unterschied: Hier sind es Menschen mit Behinderung. Zwei große Produkt- und Dienstleistungsbereiche

bleibt es am Standort Offenbach an der Queich. Zum einen werden Metallarbeiten sowie Verpackungs- und Montagearbeiten für Industrie und Handwerk durchgeführt. Zum anderen kommt das Autzubehör der Marke „max4car“ von hier, eine Eigenmarke der Südpfalzwerkstatt.

IM SINNE EINER SOLIDARGEMEINSCHAFT

Hilbert Boltz ist „max4car“-Bereichsleiter. Seit über 30 Jahren ist der Maschinenbaumeister mit der sonderpädagogischen Zusatzausbildung in der Südpfalzwerkstatt tätig. Er ist es, der uns, kurz nach der ersten freundlichen Begegnung mit dem jungen Mitarbeiter, einen schmalen Gang entlangführt. In großen Regalen liegen Eiskratzer und Schneebesen in bunten Farben. „Wir gehen immer auch mit aktuellen Farbtrends“, sagt Boltz. Er lächelt und drückt mir einen hellblauen Eiskratzer in die Hand.

Die Südpfalzwerkstatt wurde 1974 von Eltern gegründet, die für ihre Kinder mit Behinderung einen geeigneten Tageslauf suchten. Lohn gab es damals, im Gegensatz zu heute, noch keinen, aber erste Kontakte zu Unterneh-

Landsberger Tageblatt

Bericht über „Föhnsturm“, Vivell-Reisebüro am 09. August 2019

Wie aus alten Werbebannern Taschen werden

Aufwertung Ein Landsberger Unternehmer lässt aus Altmaterialien Unikate anfertigen

Landsberg Was passiert eigentlich mit alten Werbe- und Bauzaunbannern, die nicht mehr benötigt werden? Eine Antwort auf diese Frage lautet: Sie landen wiederverwertet als Taschen im Derpart-Reisebüro Vivell in Landsberg. Seit das Reisebüro durch einen Umbau im Mai Platz gewonnen hat, bietet es die bunten Taschen unter dem hauseigenen Label Föhnsturm zum Verkauf an. Neben Bade-, Einkaufs- und Tragetaschen ist auch ein Turnbeutel im Sortiment.

Michael Vivell, der Geschäftsführer des Reisebüros, erklärt, der Name des Labels sei ihm in den Sinn gekommen, als er an einem schönen Herbsttag im Englischen Garten sitzend mit einem Föhnwind im Nacken an die Alpen denken musste.

Das solle der Name auch widerspiegeln: Bayern, Heimat, Berge. Daraufhin entwickelte er aus der Idee mit einer Grafikerin ein passendes Logo, einen Hut, der gerade vom Wind verweht wird.

Das Material für die Taschen kommt von den verschiedensten Orten. Die aktuell ausliegenden Taschen bestehen beispielsweise aus einem alten Kinobanner, aus einem Werbebanner des Landsberger Stadttheaters und aus einem Baustellenbanner, das von Kindergartenkindern bemalt worden ist. Jede Tasche sei somit einzigartig.

Die gesammelten Materialien werden an eine Werkstatt in Bruchsal-Bretten geschickt und dort hauptsächlich von Menschen mit Behinderung weiterverarbeitet. Die

Produktion der Taschen sei somit eine Kombination sozialer und ökologischer Aspekte, sagt Michael Vivell. Diese Art der Wiederverwendung wird auch Upcycling genannt, da in der Produktion aus einem unbrauchbaren Material ein hochwertiger Gegenstand entsteht.

Natürlich will der 45-jährige Unternehmer mit den Taschen auch auf das eigene Geschäft aufmerksam machen. Denn Föhnsturm hat eine eigene Facebook- und Instagram-Seite und solle somit auch neue Kunden in das Reisebüro locken. Außerdem besitzt das Label keinen eigenen Onlineshop. Denn die Produkte sollen den Menschen verdeutlichen, dass es sich auch in einer digitalisierten Welt lohnen kann, im Geschäft vor Ort zu sein. (dhel)



Michael Vivell zeigt eine der „Föhnsturm“-Taschen, die aus Altmaterialien gefertigt worden sind. Foto: Julian Leitenstorfer

Deutsche Telekom - Love Magenta

Homepage und Online-Shop

The screenshot shows a web browser window displaying the product page for 'UPCYCLING BAG' on the Love Magenta website. The page features a navigation bar with categories like ALL, NEW, MEN, WOMEN, ACCESSORIES, KIDS, GIFT CERTIFICATES, and ABOUT. The main content area includes a product image of three colorful bags (blue, pink, yellow) and a detailed description of the upcycling process. A list of product features is provided, followed by a price of 15,00 € and an 'IN DEN WARENKORB' button. A footer contains a cookie consent message and a 'COOKIES ZULASSEN' button.

LOVE MAGENTA ALL NEW MEN WOMEN ACCESSORIES KIDS GIFT CERTIFICATES ABOUT DE

UPCYCLING BAG

Diese Love Magenta Bag beweist: Upcycling ist cool! Beim Upcycling entsteht aus einem gebrauchten, alten Produkt ein neues, höherwertigeres. In unserem Fall verwandelten sich zwei Love Magenta Mega-Werbebanner der Deutschen Telekom in trendige Taschen, jede für sich ein Unikat. Produziert hat sie das Projekt Comebags für uns. Jede Comebag wird von Menschen mit Behinderung in den Werkstätten des gemeinnützigen Vereins Lebenshilfe (Bruchsal) in Handarbeit gefertigt. Für die Idee, robuste Materialien wie Planen oder Werbebanner einer zweiten Verwendung zuzuführen und die Lebenshilfe an Bord zu holen, erhielt Comebags bereits viermal den Mittelstandspreis des Landes Baden-Württemberg für soziale Verantwortung. Mehr Infos unter comebags.de und lebenshilfe-bruchsal.de

- **Deine Tasche ist ein Unikat**, genäht aus Teilen eines Werbebanners (12 x 6,7 m)
- zwei verschiedene Motive "One Color One Spirit" und "Color Up the Season"
- Du erhältst einen **Motivausschnitt nach dem Zufallsprinzip***
- hergestellt vom Projekt Comebags, in Werkstätten der Lebenshilfe e.V.
- schwarze Stofftragegurte
- silberner Druckknopf als Verschluss
- 100 % Polyester, zertifiziert nach Öko-Tex-100-Standard; robust, wetterfest, langlebig
- Maße 35,0 x 45,0 cm

* Der zufällig gewählte Motivausschnitt macht Deine Tasche zu einem Unikat. Im Sinne höchstmöglicher Nachhaltigkeit würden wir uns freuen, wenn Retouren wegen Nichtgefallens weitestgehend ausbleiben.

AUF LAGER
Lieferzeit ca. 2-4 Tage innerhalb Deutschlands

Anzahl

15,00 €
Inkl. 19 % MwSt., zzgl. [Versandkosten](#)

IN DEN WARENKORB

Wir verwenden Cookies, um Ihre Erfahrung zu verbessern. Um die neuen Datenschutzrichtlinien zu erfüllen, müssen wir Sie um Ihre Zustimmung für Cookies fragen. [Weitere Informationen](#)

COOKIES ZULASSEN

Rhein-Lahn-Zeitung

Bericht über „ULL – Unabhängige Liste Lahnstein“,
Ausgabe Bad Ems vom 20.08.2019

Aus Werbebannern Taschen gezaubert

Werkstatt für Behinderte setzte Recycling für ULL um


■ **Lahnstein.** Zunächst war es nur eine fixe Idee: Könnte man die riesigen Werbetransparente, die (für jeden unübersehbar) im Stadtgebiet für die Unabhängige Liste (ULL) vor der Kommunalwahl warben, nicht nach der Wahl recyceln? Die ULL, einer der Gewinner bei der Kommunalwahl im Mai, hat Nägel mit Köpfen gemacht und genau dieses getan. Beziehungsweise tun lassen – von einer Werkstatt für Behinderte. Herausgekommen sind Taschen, welche nun für einen guten Zweck verkauft werden.

„Der viele Müll, den ein Wahlkampf produziert, ist uns schon lange ein Dorn im Auge“, sagt Chris Sporenberg, der stellvertretende Fraktionsvorsitzende im Stadtrat. Also sei man das Projekt ULL-Taschen angegangen, „und zeigen damit wieder einmal, dass wir etwas anders sind, als die anderen Parteien“. Man rede nicht nur drüber, sondern tue konkret etwas – in diesem Fall für die Umwelt. Mit der

Lebenshilfe Bruchsal-Bretten e. V. habe man einen Verein gefunden, der das Projekt umsetze. „Dort fertigen Menschen mit Behinderung unter dem Logo ‚Comebags‘ aus Werbebannern unter anderem Taschen“, berichtet Lennart Siefert, der Fraktionschef. „Also sind wir das Projekt Taschen angegangen.“ Damit tue man etwas Gutes für die Umwelt und unterstütze gleichzeitig Menschen mit Behinderung.

Der Erlös soll für ein Projekt in Lahnstein gespendet werden, zum Beispiel für den angedachten Wiederaufbau des Aussichtsturms Sechsseenblick. Entsprechend hoffen die Verantwortlichen darauf, dass die Taschen – jede ein Unikat – reißenden Absatz in Lahnstein finden. „Die Auflage ist limitiert“, sagt Sporenberg. „Wer eine haben möchte, muss sich also beeilen ...“

Tobias Lui

 Weitere Informationen per E-Mail an ull-tasche@web.de



In den Räumen der Lebenshilfe Bruchsal-Bretten e. V. wurde das Recyclingprojekt durchgeführt. Ratsmitglied Chris Sporenberg (rechts) freut sich genau wie seine ULL-Mitstreiter über die gelungene Umsetzung. Fotos: privat

Sprache: Deutsch | Währung: EUR | Zur Kasse | Ihr Konto | Anmelden

Suchbegriff eingeben

0 Artikel

A-Z Büro Kinder Süßigkeiten Textilien Unterwegs WESTNETZ

Sitzwürfel CUBE

innogy Einkaufstasche
aus alten innogy-Bannern gefertigt
Art.Nr.: 6120548

EUR 16,66 / Stück

inkl. 19 % USt
zzgl. Versandkosten
Gewicht: 0,2930 kg

Bestellen Sie die gewünschten Mengen pro Attribut

Farbe	Anzahl	Preis
Pulsing Purple Muted	<input type="text"/>	EUR 16,66
Radiant Red Muted	<input type="text"/>	EUR 16,66
Iridescent Indigo Bright	<input type="text"/>	EUR 16,66
Pulsing Purple Bright	<input type="text"/>	EUR 16,66

In den Warenkorb

Produktbeschreibung

Maße: B 45 x H 30 x B 15 cm
kompletter Taschenkörper aus dem Bannermaterial
Einfassband an allen Kanten (Farbe schwarz, neuwertig)

Trageger: Das Metall

Weiter In: ...

HINWEIS: Bitte beachte

Hochschule Bonn-Rhein-Sieg | Fachbereiche & Institute | Zielgruppe | Google | Shop | English

Studium | Bewerbung | Beratung | Forschung | Internationales | Hochschule

Career Service >>

AUS ALT MACH NEU: UPCYCLETE BANNER-MAPPEN

Mittwoch, 27. März 2019

Aus Alt mach Neu:
Dem Unternehmenstag-Team liegt Nachhaltigkeit am Herzen. Daher haben wir in Kooperation mit der Behindertenwerkstatt *Lebenshilfe* und dem Hersteller *comebags.de* alte Banner der Hochschule zu schicken neuen Mappen umgenäht, anstatt sie wegzuerwerfen.

Ein Dank für die gespendeten Banner geht an: Asta, Stabstelle Marketing und Kommunikation, Afrikakonferenz, Studienberatung, ZWT!



diverse Websites

innogy
Hochschule Bonn-Rhein-Sieg
Filmuniversität Babelsberg Konrad Wolf
Abacusspiele

FILMUNIVERSITÄT BABELSBERG KONRAD WOLF

FILM | STUDIUM | FORSCHUNG & TRANSFER | INTERNATIONAL | FILMUNI

Neue Austauschstudierende an der Filmuni

Am Freitag hat das International Office zusammen mit den Buddies Kenia und Marlene drei neue Studierende begrüßt.

Zum Sommersemester dürfen wir drei neue Austauschstudierende an der Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF begrüßen. Christian Lampel aus Österreich wird im Studiengang BA Film- und Fernsehproduktion hospitieren, Lukas Ackermann aus der Schweiz im Studiengang BA Drehbuch/Dramaturgie und Andrea Torres Placencia aus Spanien im Studiengang BA Digitale Medienkultur. Einige Unterstützung erhalten sie von unseren Buddies Kenia und Marlene, aber sicher auch im Austausch mit Anna-Maria Indra (BA Cinematographie), Elena Gomez aus Mexiko (BA Cinematographie) und Felix Cognard aus Frankreich (MA Medienwissenschaft), die bereits seit dem letzten Semester intensiv Filmuni-Luft schnuppen.

Hochschule | Die Hochschule im Überblick

Studium | Alle Fachbereiche und Studiengänge

Institute & Einrichtungen | Bibliothek

Impressum | AGBs | Datenschutzerklärung | Widerrufsrecht | Login

HOME | SPIELE | VERLAG | PRESSE | HANDEL

0 €

Abacusspiele-Taschen

Das Comebags-Team hat sich unserer alten Werbebanner angenommen und ganz im Sinne der Nachhaltigkeit, diese schönen Taschen daraus recycelt.

Dabei ist jede Tasche ein Unikat!

Im Laufe des Jahres werden im Zuge unseres 30-jährigen Jubiläums verschiedene Aktionen stattfinden, bei der die Möglichkeit besteht, eine dieser tollen Taschen zu erhalten.

News

- Abacusspiele-Taschen
- So ein Mist
- Sherlock - unser neues kooperativ...
- Unser neuer Katalog ist da!
- Die erste Neuheit 2019 ist da!
- „spiel gut“ Auszeichnung für Alles ...
- City of Rome
- Die erste Herbstneuheit ist da!
- 20 Jahre Anno Domini
- Bang! Armed and Dangerous
- Party Bugs

NEWS ARCHIV

blog.dell EMC.com/de-de/aus-alt-wird-neu-recycling-gewinn

DELL EMC

Direct2DellEMC NEUESTE NEUIGKEITEN HIGHLIGHTS MEINUNGEN + PRODUKTE + LÖSUNGEN & SERVICES Abonnieren

Aus alt wird neu: Recycling gewinnt auf dem #DellTechForum

Maria Nestroi · August 26th, 2019

SHARE: [f](#) [in](#) [t](#) [g+](#) [p](#) [e](#) [s](#)

Rollups sind eine häufig genutzte Werbemaßnahme in vielen Unternehmen. Sie sind günstig, einfach zu transportieren, lassen sich fix aufbauen und können theoretisch vielfach verwendet werden. Doch die Realität sieht meist anders aus: Oft werden Rollups gezielt für Veranstaltungen produziert, um ein professionelles Auftreten sowie eine Markenpräsenz zu garantieren. Meistens kann das Branding im Nachhinein aber dann doch nicht weiterverwendet werden. Jeder Marketer kennt das Problem: falsches Motiv, falscher Text, falsches Logo – und nun? Am Ende ist das alte Rollup unbrauchbar und wird entsorgt.

Wir bei Dell Technologies haben nach einer Alternative zum Wegschmeißen unserer ausrangierten Rollups gesucht. Schließlich steckt hinter jedem Rollup-Design unter anderem viel Grafik-Arbeit und die möchte man schließlich auch nicht einfach wegwerfen.

Zusammen mit der Firma [Comebags](#) sind wir auf eine tolle, nachhaltige Alternative gestoßen: Das Unternehmen recycelt alte Rollups und verarbeitet sie zu den unterschiedlichsten Taschenmodellen.

[Comebags](#) arbeitet hierfür eng mit der [Lebenshilfe für Menschen mit Behinderungen im Bezirk Bruchsal-Bretten e. V.](#) bei Karlsruhe zusammen.

Gemeinsam nähen und verarbeiten die Mitarbeiter des Unternehmens die alten Rollups – in unserem Falle zu einzigartigen Notebook-Taschen. Die Hauptarbeit wird durch engagierte Unterstützer der Lebenshilfe erledigt, die in Teamarbeit jedes Produkt in ein stylisches Unikat verwandeln. Hier wird darauf geachtet, die Grafikelemente des Rollups nochmal in Szene zu setzen. Es wird versucht, auf weitere Rohstoffe für die Verarbeitung zu verzichten und das Rollup Material vollends auszuschöpfen. Vorteil dabei ist übrigens, dass das Material sehr robust ist und die Taschen somit sehr haltbar sind.

Jedes Exemplar der Comebags ist einzigartig.
Foto: Christian Tschürtz, Comebags/CT3-kommunikation GmbH

Doch was passiert jetzt mit diesen Taschen?

Sie haben die Möglichkeit ein Exemplar zu gewinnen. Alles was Sie dafür tun müssen: Registrieren Sie sich HIER kostenlos für das kommende Dell Technologies Forum Event am 19. September in Wiesbaden. Besuchen Sie unseren CSR Stand und machen Sie bei unserem Nachhaltigkeitsquiz mit!

Auf dem Dell Technologies Forum in Wiesbaden am 19.9. gibt es die nachhaltigen Notebooktaschen zu gewinnen. Foto: Christian Tschürtz, Comebags/CT3-kommunikation GmbH

Cookie-Einverständnis

DELL Technology

Homepage und Sociale Medien



Frankenthaler Zeitung

AKTUELL NOTIERT

Hebich will für mehr Corona-Fälle gerüstet sein

Oberbürgermeister Martin Hebich (CDU) hält an der Frankenthaler Strategie fest, sich rechtzeitig auf die Versorgung einer möglicherweise deutlich größeren Anzahl von Covid-19-Patienten vorzubereiten. „Nichts zu tun, wäre fahrlässig“, sagte er am Freitag auf RHEINPFALZ-Nachfrage. Der OB reagiert damit auf die am Donnerstag von der rheinland-pfälzischen Gesundheitsministerin Sabine Böttiger-Lichtenhaller (SPD) geäußerten Zweifel an der Notwendigkeit von Heißkrankenheimen und Notkzaren. Das Ministerium sei, so sein Empfinden, bei dieser Einschätzung inzwischen auch schon wieder „deutlich zurückgerudert“. Wie berichtet, ist ein Teil der Sporthalle der Andreas-Albert-Schule mit Feldbetten ausgestattet worden, um dort unter Umständen Menschen mit Corona-Infektionen behandeln zu können. Es sei sinnvoll, für eine Ausweitung der Krise gerüstet zu sein. Derzeit gibt es in Frankenthal nach Angaben des Gesundheitsamts 18 bestätigte Ansteckungen mit dem Erreger Sars-Cov-2, im Rhein-Pfalz-Kreis sind es 67. Der Kreis Bad Dürkheim meldet 151 nachgewiesene Fälle.

Der Ärztliche Direktor Günter Layer des Klinikums Ludwigshafen übernimmt die Federführung für die Aufgabe als auch für Frankenthal zuständigs Corona-Oberzentrum. Im Land wird es fünf solcher Zentren zur Koordination der Versorgung von Covid-19-Patienten geben. Dies geschieht in enger Abstimmung mit den umliegenden Krankenhäusern – also Frankenthal, Grünstadt, Bad Dürkheim, weiteren Ludwigshafener Kliniken sowie den Häusern in Neustadt, Landau, Kandel und Speyer. Am Samstag findet ein erster Austausch zwischen Direktoren und Intensivmedizinern der betroffenen Häuser statt. **Jörg/S**

CORONAVIRUS

Anlaufstellen für Bürger

Die wichtigsten Informationsquellen und Anlaufstellen zum Thema Coronavirus lokal, regional und national im Überblick:

- Die Stadt Frankenthal informiert auf ihrer Internetseite unter www.frankenthal.de/corona. Die Fieberambulanz in der Stadtklinik und an der Andreas-Albert-Schule sind montags bis freitags, 10 bis 14 Uhr, unter der Nummer 06235 771-3232 erreichbar.

- Bürgertelefon des für die Stadt Frankenthal und den Rhein-Pfalz-Kreis zuständigen Gesundheitsamts: 0621 5909-5800. Es ist erreichbar von Montag bis Donnerstag, 9 bis 16 Uhr, sowie freitags von 9 bis 12 Uhr.

- Das Gesundheitsamt des Landkreises Bad Dürkheim ist zu erreichen unter der Telefonnummer 06322 965-7405, montags bis freitags von 8 bis 16 Uhr. Fragen rund um die Allgemeinverfügung können unter Telefon 06322 961-0 gestellt werden.

- Rund um die Uhr erreichbar ist die Corona-Hotline des Landes Rheinland-Pfalz unter der Nummer 0800 9900400. Hier geht es um Beratung von Menschen, die typische Symptome wie Fieber, Husten, Kurzatmigkeit, Muskels- und Gelenkschmerzen haben.

- Ein allgemeines Corona-Infotelefon des Landes ist erreichbar unter 0800 5758100. Montag bis Freitag, 8 bis 18 Uhr, Samstag und Sonntag, 10 bis 15 Uhr.

- Das Bürgertelefon der VG Landsheim-Heilheim ist zu den Dienstzeiten unter Telefon 06235 3791-110 erreichbar.

- Das Bundesministerium für Gesundheit hat ein Bürgertelefon eingerichtet: 030 546465-100 beziehungsweise 0800 0117722.

- Informationen gibt es beim Robert-Koch-Institut unter www.rki.de/covid-19.

Nur mit Wagen in den Laden

Seit fast einer Woche gilt die dritte Corona-Verordnung des Landes, inklusive strengerer Hygieneregeln im Lebensmittelhandel. Manche Märkte haben Sicherheitsleute am Eingang stehen, andere setzen auf schriftliche Information per Aushang.

VON STEFAN TRESCH

Stichprobe bei Edeka Stiegler im Nachweideweg, nachdem RHEINPFALZ-Leser zuvor vorbesten umschönigen Szenen und Drängelern in Frankenthaler Supermärkten berichtet hatten: Die große Mehrheit befürwortet die Vorschriften, einige wenige diskutieren, meckern oder ziehen ohne Einkauf von dannen.

Leicht verzögerte Abläufe
„Bitte nehmen Sie sich einen Einkaufswagen“, ermahnt der Sicherheitsmann ankommende Kunden. Mit Ausnahme des Backshops neben dem Eingang kommen Leute nur noch mit Wagen in den Markt. Nur so sei zu kontrollieren, dass nicht zu viel Kunden ins Geschäft gehen. Sind die Einkaufswagen weg, müssen die Kunden warten. Ein Waschbecken mit Seife zum Händewaschen und gleich daneben ein stehen mit Desinfektionsmittel versehen vor der Tür. Stiegler macht wissen, damit es hygienisch zugeht. In anderen Läden wird am Eingang der Einkaufswagen desinfiziert.

Die Konsequenz verzögert den Ablauf beim Edeka-Markt im Nach-

weideweg beim Einlass ein wenig. Schon am dem Parkplatz sind Klebestreifen aufgebracht, damit die Menschen schon hier auf Distanz bleiben. „Durch das Mitführen von Mindestabstand zwischen den Kunden“, erklärt Chef Sven Stiegler.

Die meisten bleiben geduldig
Die meisten Kunden erweisen sich geduldig ein. Eine jüngere Frau reißt jedoch weg und schimpft: „Was ein Scheiß! Alter. Wegen eines Artikels einen Wagen holen. So ein Quatsch.“ Eine andere Kundin argumentiert, habe sie eine Einkaufstasche dabei, aber den Wagen brauche. Der Platz im Markt werde dadurch anderen Kunden zugewiesen, dass diese Maßnahmen eben zu beachten seien. „Ich weiß gar nicht, warum Sie mit der Frau diskutieren“, meint sie zu Stiegler.

Auch im Markt hat Stiegler einiges dafür getan, damit die Kunden Abstand halten. Vor der Wurst- und



Durch eine Plexiglasscheibe getrennt: Kunden

Fleischbedientheke wurden extra Kisten aufgebaut – für mehr Abstand zwischen Kunden und Personal. Als „absolut gut“ empfunden haben Korz die Regelungen. „Manche haben es eben immer noch nicht kapieret. Aber die meisten verhalten sich diszipliniert“, sagt die Frankenthalerin. „Man kann nicht genug aufpassen“, hat auch Manfred Rube aus Mörsholtsweilerbrunn.

Nur noch zwei Einkäufe
Gerit und Angelika Müller sind vor Corona fast jeden Tag einkaufen gegangen. Nun reduzieren sie es auf zweimal pro Woche. „Sicherheit geht vor“, sagen sie zu den aktuell getroffenen Maßnahmen. Einige Artikel seien schwer zu bekommen: Trockenhefe und Nudeln etwa. „Die Nudeln, die noch in den Regalen liegen, sind nichts für unseren Geldbeutel.“ Angelika Müller vermisst aber am meisten, dass von ihre Enkel derzeit „nicht knuddeln kann“.

sungen. Und zum völlig analogen Plausch, wenn alles vorbei ist.

RECYCLING

Praktisch

Vor einem knappen Jahr, als von einem Virus, das die Welt aus den Angeln heben würde, noch nichts zu ahnen war, da tobte, naja, da war in Frankenthal Kommunalwahlkampf. Mit den üblichen Zutaten: ein paar prominente Gastredner hier, ein paar Infostände dort. Und Plakate und Banner allenthalben. Aber was passiert nach der Materialschlacht mit den großformatigen Werbeträgern? Die exakte Antwort auf diese Frage lautet: zwölf große und 34 kleine Taschen, 43 Shoppinghelfer, sechs Dokumententaschen, sechs Hüllen fürs Tablet und zwei Schürzen. Diese Alltagshelfer hat die CDU bei der Lebenshilfe Bruchsal aus dem planerartigen Stoff von neun Bannern nähen lassen. Hübsch bunt sind die Accessoires, auf manchen sind noch Namensreste zu erkennen: „Bald“(auf) oder „Bind“(ert).



Bunt: das christdemokratische Tachensortiment. FOTO: CDU/FREI

Auf anderen prangt die Europaflagge. Geplant war nach Angaben der Partei- und Fraktionschefin, die Taschen an Infoständen auf dem Rathausplatz zu verkaufen. Jetzt kommt der Handel vor allem über die Facebook-Seite der Christdemokraten in Schwung. Der Erlös wird der Stadt fürs Pflanzen von Bäumen weitgereicht, wofür es in den Kommentaren Lob auch von der politischen Konkurrenz gab. Ein hübsches Projekt also und überhaupt nicht kopflastig. Die Gesichter auf den Bannern wurden jedenfalls vor-

sichtshalber bei der Produktion nicht verwendet. | JÖRG SCHMIHING

KSB

Präsentabel

Mehr als zufrieden kann der Frankenthaler Pumpen- und Armaturenbauer KSB mit seinem Jahresabschluss 2019 sein. Die Präsentation der Ergebnisse am Donnerstag erfolgte allerdings unter denkwürdigen Umständen. Um das Coronavirus möglichst in Schach zu halten, konnten sich Direktorium und Journalisten nur via Internet austauschen. Fragen wurden per Tastatur eingegeben und dann per Video-Livestream beantwortet. Und wie das so ist bei Premieren: Mal „klemmte“ es beim Journalisten beim Zugang zur Übertragung, mal musste der KSB-Sprecher seine Bildschirmdarstellung etwas „nachjustieren“. Letztlich haben alle das Beste daraus gemacht. Dass man sich 2021 dann wieder „live“ sehen kann – das hoffen mit Sicherheit alle Beteiligten. | STEPHAN PIEROTH

RÜCK-SPIEGEL

FRAKTIONEN

Pragmatisch

Es gibt die steile These, dass das weitgehende Kontaktverbot während der Corona-Krise die Digitalisierung unserer Gesellschaft extrem beschleunigen könnte. Ältere Herrschaften trauen sich an Smartphone und Tablet, um den Kontakt mit ihren Lieben zu halten. Lehrer und Schüler kommunizieren übers Internet. Kommunalpolitik und damit die Arbeit der Fraktionen des Frankenthaler Stadtrats war zuletzt noch ein ziemlicher Papierkram in Form Blauer (für die Ausschüsse) und gelber (für den Stadtrat). Vorlagen, wenn das Plenum sich zu einer seiner monatlichen Sitzungen traf, dann hatten da zwar schon einige den Laptop vor sich stehen, aber den meisten Tischen stapelten sich noch munter die Akten und Pläne. Und um sich auf die Treffen der Gremien vorzubereiten, gab es – klar – weitere Sitzungen. Das ist zumindest für absehbare Zeit nicht machbar. Allerdings haben sich die

Mitglieder des Hohen Hauses mit erstaunlichem Tempo und ebenso erstaunlicher Flexibilität den Erfordernissen der Krise angepasst. Die CDU löst das Ganze technisch und hält ihr wöchentliches Jété-Jété per Video als „virtuelle Sitzung“ ab. Fraktionschefin Gabriele Bindert findet: „Das klappt hervorragend.“ Auch Grüne und Linke sind voll digital unterwegs mit Videokonferenzen. Die Sozialdemokratie behilft sich mit Besprechungen am Telefon, schreibt sich Whats-App-Nachrichten und E-Mails. Und dann gibt es Erkenntnis, die der Liberale Thomas Gürtler plaudern am Telefon oder schicken elektronische Post.

RECYCLING

Praktisch

Vor einem knappen Jahr, als von einem Virus, das die Welt aus den Angeln heben würde, noch nichts zu ahnen war, da tobte, naja, da war in Frankenthal Kommunalwahlkampf. Mit den üblichen Zutaten: ein paar prominente Gastredner hier, ein paar Infostände dort. Und Plakate und Banner allenthalben. Aber was passiert nach der Materialschlacht mit den großformatigen Werbeträgern? Die exakte Antwort auf diese Frage lautet: zwölf große und 34 kleine Taschen, 43 Shoppinghelfer, sechs Dokumententaschen, sechs Hüllen fürs Tablet und zwei Schürzen. Diese Alltagshelfer hat die CDU bei der Lebenshilfe Bruchsal aus dem planerartigen Stoff von neun Bannern nähen lassen. Hübsch bunt sind die Accessoires, auf manchen sind noch Namensreste zu erkennen: „Bald“(auf) oder „Bind“(ert).



Bunt: das christdemokratische Tachensortiment. FOTO: CDU/FREI

Auf anderen prangt die Europaflagge. Geplant war nach Angaben der Partei- und Fraktionschefin, die Taschen an Infoständen auf dem Rathausplatz zu verkaufen. Jetzt kommt der Handel vor allem über die Facebook-Seite der Christdemokraten in Schwung. Der Erlös wird der Stadt fürs Pflanzen von Bäumen weitgereicht, wofür es in den Kommentaren Lob auch von der politischen Konkurrenz gab. Ein hübsches Projekt also und überhaupt nicht kopflastig. Die Gesichter auf den Bannern wurden jedenfalls vor-

Präsentabel

Mehr als zufrieden kann der Frankenthaler Pumpen- und Armaturenbauer KSB mit seinem Jahresabschluss 2019 sein. Die Präsentation der Ergebnisse am Donnerstag erfolgte allerdings unter denkwürdigen Umständen. Um das Coronavirus möglichst in Schach zu halten, konnten sich Direktorium und Journalisten nur via Internet austauschen. Fragen wurden per Tastatur eingegeben und dann per Video-Livestream beantwortet. Und wie das so ist bei Premieren: Mal „klemmte“ es beim Journalisten beim Zugang zur Übertragung, mal musste der KSB-Sprecher seine Bildschirmdarstellung etwas „nachjustieren“. Letztlich haben alle das Beste daraus gemacht. Dass man sich 2021 dann wieder „live“ sehen kann – das hoffen mit Sicherheit alle Beteiligten. | STEPHAN PIEROTH

Edeka
 Homepage, Kundenmagazine
 und Instore-TV
 seit 22.02.2020

Comebags: Recycling-Taschen, die ein Lächeln in die Welt tragen

Manchmal braucht es diese eine Idee - und den Mut, sie zu verwirklichen. Grafiker Christian Tschürtz machte 2013 genau das und startete gemeinsam mit der Lebenshilfe Bruchsal ein Sozialprojekt, das aus alten Bannern und Planen schicke Taschen zaubert.

Ein Erlebnis aus seiner Zeit als Grafiker veränderte alles. Für ein Straßenfest designte Christian Tschürtz ein optisch ansprechendes Werbebanner. Dieses wanderte jedoch nach dem Event schmutztrüb in die Tonne. „Schade eigentlich“, dachte er. Denn aus gebrauchten PVC- und Mesh-Bannern kann man richtig was machen. Schicke Einkaufstaschen zum Beispiel. Eine Idee, die ihm dann den Tipp, diese in den Werkstätten der Bruchsaler Lebenshilfe zu produzieren. Der Start für das Projekt Comebags, das für Nachhaltigkeit steht und Menschen mit Behinderung Orientierung und Halt gibt.

„Mir ist wichtig, dass Mens mit Handicap ein stressfrei Arbeitsumfeld vorfinden, in dem Termindruck eine untergeordnete Rolle spielt.“
 Christian Tschürtz, Projektleiter & Initiator von Comebags

32 Mitarbeiter mit geistiger Behinderung sind in der Produktion der Taschen eingebunden. Sie werden von einer Abteilungsführerin bei ihrer Arbeit unterstützt. Im Jahre 2019 wurden 50.000 gebrauchte Taschen gesammelt, aus denen 500 Taschen pro Woche in der Produktion von Comebags entstehen.

Rund um das Projekt

- Zusammen mit der Lebenshilfe Bruchsal wird die Produktion einer hochwertigen Tasche...
- Zu den Kunden gehören große Firmen wie EDEKA Südwest, aber auch Vereine, Familien und soziale Einrichtungen.
- Während in der Lebenshilfe Bruchsal gearbeitet wird, werden am Standort Bruchsal ebenfalls die Bannern fertiggestellt.
- Die Idee zum Produktionen Comebags kam Christian Tschürtz bei einer Ausleihen von Bruchsal nach Mannheim.

#zukunfleben

EDEKA Südwest unterstützt das Comebags-Projekt seit 2018 durch regelmäßige Bestellungen für interne Zwecke. Wie 2020 sollen die Taschen dem regionalen Partner EDEKA Südwest angeboten werden. Dies ist nicht nur eine tolle Möglichkeit, sondern auch ein Beitrag zur Nachhaltigkeit. EDEKA Südwest ist stolz auf die Partnerschaft mit der Lebenshilfe Bruchsal.

WEITERE BEITRÄGE

„From Müll zu „Unfallgehilfe““
 Mensch am Bau
 Mensch am Bau
 Mensch am Bau

Können Sie schon unseren Newsletter? **jetzt abonnieren**

Impressum | Datenschutzerklärung | Kontakt

#ZUKUNFTLEBEN

Comebags: Recycling-Taschen, die ein Lächeln in die Welt tragen

Manchmal braucht es diese eine Idee - und den Mut, sie zu verwirklichen. Grafiker Christian Tschürtz machte 2013 genau das und startete gemeinsam mit der Lebenshilfe Bruchsal ein Sozialprojekt, das aus alten Bannern und Planen schicke Taschen zaubert.

„Mir ist wichtig, dass Mens mit Handicap ein stressfrei Arbeitsumfeld vorfinden, in dem Termindruck eine untergeordnete Rolle spielt.“
 Christian Tschürtz, Projektleiter & Initiator von Comebags

„Mir ist wichtig, dass Menschen mit Handicap ein stressfreies Arbeitsumfeld vorfinden, in dem Termindruck eine untergeordnete Rolle spielt.“
 Christian Tschürtz, Projektleiter & Initiator von Comebags

32 Mitarbeiter mit geistiger Behinderung

32 Mitarbeiter mit geistiger Behinderung sind in der Produktion der Taschen eingebunden. Sie werden von einer Abteilungsführerin bei ihrer Arbeit unterstützt. Im Jahre 2019 wurden 50.000 gebrauchte Taschen gesammelt, aus denen 500 Taschen pro Woche in der Produktion von Comebags entstehen.

Sie an der Reihe, werden Sie kreativ!

Die Menschen stehen im Mittelpunkt

Ökologisch, sozial und nachhaltig, diese Schlagworte treffen zu 100 Prozent auf das Projekt Comebags zu. Aus gebrauchten PVC- und Mesh-Bannern fertigen Menschen mit Behinderung schicke Einkaufstaschen.

Seit 2018 unterstützt EDEKA Südwest das Comebags-Projekt durch Bestellungen für interne Zwecke. In diesem Jahr sollen die Taschen auch in einzelnen EDEKA-Märkten angeboten werden.

#ZUKUNFTLEBEN ist das Nachhaltigkeitsmagazin von EDEKA Südwest. Hier finden Sie die spannende Reportage über Comebags und erfahren, wie die Taschen gefertigt werden.

WWW.ZUKUNFTLEBEN.DE/TV-COMEBAGS

27

www.lippe-news.de/2019/01/03/comebags-taschen-

Dashboard < Comebags iCloud Übersicht_Auf...e-Q2-17.xlsx Sharepoint info@ct3-kommunikation.de Die 100 Besten Schriften trio dict.cc mac Logos >> +

STARTSEITE ORTSCHAFTEN GALERIE TEAM KONTAKT

LIPPE NEWS

energie
L E M G O
Telefon 05261 255-0
www.lemgo.de

STADT*BUS
Telefon 05261 255-0
www.stadtbu-lemgo.de

Stadtwerke Lemgo
Telefon 05261 255-0
www.stadtwerke-lemgo.de

Kramp & Kramp
DIE ALTERNATIVE FÜR ALLE
Telefon 05261 255-0
www.kramp-kramp.de

**Wir machen Landwirtschaft
[in Lemgo]**

Hier ist Platz für
Ihr Unternehmen!

Lemgo

Comebags-Taschen als Erinnerungsstück

veröffentlicht am 03. Januar, 2019

Lemgo. Zum Start ins Jahr 2019 können wir die Ankunft neuer Recycling-Taschen aus dem Hause Comebags vermelden. Zum zweiten Mal wurden die ausgedienten Baustellenbanner unserer Genossenschaft und vor allem die Bühnenbanner unseres 70. Geburtstags Food'n'Music Summer Open Air vom 01. September umgenäht und mit einem neuen Leben versehen. Herausgekommen sind absolute Einzelstücke in 4 Größen und Formaten. Individuell, wetterfest, bunt!

Drei der Taschen werden bei freier Auswahl verlost... die Teilnahme an der Verlosung ist bis einschließlich 07.01.2019 unter dem Stichwort „Comebags“ möglich per Mail an [riepe\[at\]wohnbau-lemgo.de](mailto:riepe[at]wohnbau-lemgo.de). Auch darf an gleicher Stelle gerne Interesse an einem Kauf (je nach Format 5 oder 10 Euro) angemeldet werden.

Mehr Infos zu den Angeboten und Projekten der Werkstatt: www.comebags.de.

Bild- und Textquelle: Wohnbau Lemgo eG

Weitere Artikel aus Lemgo

Zeugen nach Auffahrunfall mit Verletzten gesucht
04. März, 2020

MdEP Dr. Markus Pieper zu Gast in der Alten Hansestadt Lemgo
04. März, 2020

Neue Fahrradständer am Waisenhausplatz
03. März, 2020

Vollsperrung der Stiftstraße
02. März, 2020

Teichschlamm wird entsorgt – Einschränkungen für Fuß- und Radverkehr
29. Februar, 2020

„Pennystock Billionaires“ bestes Schülerteam beim Börsenspiel
27. Februar, 2020

Suchen

Dr. med. dent. Christian M. Soyka
ZahnheilKunde

Echt LIPPE!
Sparkasse Lemgo

Leopold Apotheken
„gut aufgehoben...!“
Telefon 05261 255-0
www.leopold-apotheken.de

Kinder- und Jugendärztliche GP
Dr. Grottel, Dr. Müller, Dr. Müller
Mittwoch 14.00 Uhr
www.kjg-lemgo.de

Hilfen, Reisen & Reisen
Mittwoch 14.00 Uhr
www.pegasus.de

Hier ist Platz für
Ihr Unternehmen!

Lippe-News
Homepage und Zeitung
vom 03. Januar 2019

STARKE SEITEN

MENSCH, WELT UND PVC - FRÜHJAHR 2020



Angesagt:
Oberflächen in Ultrablau

Visionär:
Shop-Design im Food-Retail

Innovativ:
Passivhaus im Farbte

NACHHALTIG UND EFFIZIENT HOTELANLAGE IN BÜSUM

So wie in diesem modernen Energieparhaus können farbige Kunststofffenster ohne Stahlverstärkung nun auch im Passivhaus nach Dr. Feil eingesetzt werden.
Foto: profine Group/Robin Stock

Vollständig recyclebar

Dank hoher Investitionen in Anlagen und Prozesse für das Recycling kann das Unternehmen die recycelten Fensterprofile zurücknehmen und sie nach Aufbereitung als Regenieral zur Herstellung neuer Profile nutzen: eine nachhaltige Vorgehensweise, die nach dem Vorbild der Circular Economy funktioniert und wertvolle Ressourcen einspart. Die Markteinführung für die neue Technologie proStratoTec ist für das 2. Quartal terminiert.
www.profine-group.com



BEISPIELHAFTES ENGAGEMENT

Taschen im Used-Look aus alten LKW-Planen und Werbebannern sind schon seit Jahren sehr beliebt, da sich die Nutzungsdauer der Materialien in neuen Produkten beträchtlich verlängert. Die Lebenshilfe Bruchsal-Bretten verbindet diesen ökologischen Gedanken mit hohem sozialem Engagement und lässt von Firmen angelieferte Altmaterialien durch Menschen mit Handicap zu Taschen verarbeiten. Anschließend erhalten Kunden ihre alten Planen und Banner als fertige Taschen zurück.



Menschen mit geistiger Behinderung nähen die Recyclingtaschen aus LKW-Planen und Bannern und erhalten dadurch eine neue Aufgabe auf dem Arbeitsmarkt.

zu diesem Recyclingprojekt hat Christian Tschürtz, ihm misslungenen Vorstellungen, widerstandsfähige, werbefähige und LKW-Planen aus PVC-beschichtetem Material, nach Gebrauch in den Müll zu entsorgen. So startete er mit der Lebenshilfe Bruchsal-Bretten das Projekt. Im Mai 2013 zunächst nur zur Produktion an, später auch für Dokumentenmappen.



Jede Tasche ein Unikat

Firmen liefern ihre gebrauchten Werbebanner oder LKW-Planen bei dem Verarbeiter ab, wählen ein Taschenmodell aus und erteilen dann den Auftrag zur Produktion. Anschließend werden die Materialien von Menschen mit geistiger Behinderung verarbeitet, das heißt gestanzt, gereinigt, zu Taschen genäht und auf Wunsch mit dem Logo des Auftraggebers versehen. So entstehen stylische Unikate, die als Werbeträger oder Kundenpräsent eingesetzt werden können.

Inspiziert von der Fairtrade-Idee erhalten alle Beteiligten in der Wertschöpfungskette einen fairen Anteil vom Erlös: ein wichtiger Aspekt vor allem für Unternehmen, die sich im Bereich CSR – Corporate Social Responsibility engagieren. Mit der Kombination aus sozialem und ökologischem Engagement und guter Handarbeit von hoher Qualität wurde ganz bewusst ein Gegenentwurf zu Billigprodukten aus Fernost geschaffen. Dabei sind die Recyclingprodukte durchaus bezahlbar und können sich für manche Unternehmen wirtschaftlich lohnen.



LKW-Planen und Banner werden zunächst maschinell auf die richtige Taschengröße gestanzt, dann gereinigt und schließlich zu Taschen verarbeitet.



Schon mehrere Jahre hintereinander erhielt COMEBAGS den LEA-Mittelstandspreis für soziale Verantwortung in Baden-Württemberg, eine hohe Auszeichnung für das soziale Engagement der Initiative. Schließlich schafft die Lebenshilfe für geeignete Mitarbeiter mit Handicap Übergänge auf den ersten Arbeitsmarkt und begleitet diesen Prozess. Der

gemeinnützige Verein betreibt insgesamt fünf Werkstätten und beschäftigt über 800 Erwachsene. Dabei ist er sowohl zuverlässiger Partner für Textil- als auch für Metall-, Holz- und Konfektionierungsarbeiten.
<https://comebags.de>

Viele Recyclingtaschen werden vom COMEBAGS-Team aus gebrauchten LKW-Planen genäht.

Firmen, die mehr als 20 Angestellte haben und keine ausreichende Anzahl an Behinderten beschäftigen, müssen normalerweise eine Ausgleichsabgabe zahlen. Mit den Aufträgen an die Lebenshilfe können sie Abgaben an den Staat mindern, denn die Arbeitsleistung kann auf die Ausgleichsabgabe angerechnet werden.



Starke Seiten
Branchen-Magazin der PVC-Wirtschaft
Frühjahrsausgabe 2020

Sie sind hier: [Startseite](#) > [Lokal](#) > [Vermold](#) > Klimaschutz wird cool: Diese Angebote sind in Vermold der Renner

Klimaschutz wird cool: Diese Angebote sind in Vermold der Renner

Verschiedene Angebote der Stadt haben sich zu einem echten Renner entwickelt. Die Nachfrage verblüfft mitunter selbst das Klimaschutz-Team des Rathauses. Einige frische Ideen sind schon in Planung.

Marc Uthmann am 20.02.2020 um 05:30 Uhr



Die Comebag, eine Tragetasche recycelten Bannern hat sich in Vermold zum Verkaufsschlager entwickelt. © Tasia Klusmeyer

Vermold. Die „Comebags“ etwa werden sicherlich noch weitere Comebacks erleben. Die Einkaufstaschen wurden aus alten städtischen Werbebannern in einer Werkstatt für Menschen mit Behinderung genäht und zunächst in einer Auflage von 30 Stück zu besonderen Anlässen herausgegeben oder verlost. Das kam so gut an, dass die Stadt diese Aktion zwei Mal wiederholte und die Taschen schließlich zum Preis von 20 Euro zum Verkauf anbot.

„Sie sind schon wieder vergriffen“, berichtete der zuständige Fachbereichsleiter Dirk Niggemann jetzt im Energie-, Klima- und Umweltausschuss. Nun wird also weiteres Material gesammelt, um bald die nächste Taschenserie auf den Markt zu bringen.

Auch bei einem weiteren Projekt müssen sich die Verantwortlichen im Rathaus neue Gedanken machen: Sie hatten an Bauherren und -herrinnen in den Neubaugebieten Einkaufsgutscheine für bis zu 25 heimische Sträucher herausgegeben. „Das kam so gut an, dass wir jetzt auch Anfragen von Eigentümern haben, deren Grundstück gar nicht neu ist. Jetzt arbeiten wir an neuen Kriterien, um dieses Projekt vielleicht fortzusetzen“, so Niggemann.

ARTIKEL EMPFEHLEN

als lesenswert markieren 0



Kommentare versenden drucken

SCHLAGWÖRTER

Wangjia Rinpoche | Marc Uthmann | Dirk Niggemann | Kindheit | Nachfrage | Projekt | Team | Rathaus | Klimaschutz | Vermold

FOTOSTRECKEN ZUM THEMA



EPAPER



Abonnieren Sie noch heute das ePaper des Haller Kreisblattes und erfahren Sie alles aus Ihrer Region.

- ePaper
- Hier testen
- Informationen & Anleitungen



Haller Kreisbald
Homepage und Zeitung
vom 02. Februar 2020

Ostseebad Kühlungsborn

Blog und ePaper vom Sommer 2020

NEUIGKEITEN AUS KÜHLUNGSBORN

NEUIGKEITEN AUS KÜHLUNGSBORN



FOTOGENSTE KLEINSTADT AM MEER

Das Ostseebad Kühlungsborn ist die fotogenste Kleinstadt entlang der gesamten Nord- und Ostseeküste.

Laut einer 2019 durchgeführten Analyse des Reiseanbieters Travelcircus zählt das Ostseebad Kühlungsborn zu den attraktivsten Kleinstädten in Deutschland. Untersucht wurde die Fotogenität von 1.012 deutschen Kleinstädten mit einer Einwohnerzahl von 5.000 bis 20.000 Einwohnern. Auf der Social Media Plattform Instagram lässt sich mittels der Anzahl an Hashtags für den jeweiligen Städtenamen ein gutes Bild von der Attraktivität einer Stadt zeichnen. Unter dem Hashtag #kühlungsborn gab es zum Zeitpunkt der Untersuchung knapp 90.000 Beiträge – damit hat es Kühlungsborn ganz weit nach oben geschafft.

Bereits zum dritten Mal in Folge ist Kühlungsborn unter den Top 10 und belegt wie bereits im Vorjahr Platz 4. Allerdings sind die Beiträge im Vergleich zum Jahr 2018 gleich um 49 Prozent gewachsen. 2018 freute sich der Instagram-Liebling über 60.400 Beiträge, im Jahr 2019 waren es bereits 89.700 Beiträge, die den Hashtag Kühlungsborn trugen. Vor Kühlungsborn liegen nur die Kleinstädte Füssen, Winterberg und Rothenburg ob der Tauber. Das Kühlungsborn noch hoch hinaus will, zeigt auch der aktuelle Stand auf Instagram. Seit der Auszeichnung sind bereits über 10.000 Beiträge dazu gekommen und damit hat das Ostseebad es bereits geschafft die 100.000 Marke zu knacken.

Erholungsparadies an der Ostsee – Unaufgeregt & sympathisch

Das Ostseebad verzaubert Instagramer ganzjährig mit seiner entspannten und unaufgeregten Atmosphäre. Für viele von ihnen verkörpert Kühlungsborn wie keine andere deutsche Kleinstadt den Charme der Küste. Teilen auch Sie Ihren Kühlungsbornmoment auf Instagram unter #kühlungsborn.

GEMEINSAM30

Der 09. November 1989 hat das Leben vieler Menschen entscheidend verändert. Seitdem hat sich in Mecklenburg-Vorpommern genau wie in der gesamten Bundesrepublik Deutschland viel getan und viel verändert. Unter dem Titel #gemeinsam30 feiert Mecklenburg sein 30jähriges Jubiläum.

Jederzeit up-to-date sein! Folgen Sie uns:

instagram.com/kuehlungsborn
facebook.com/kuehlungsborn.de
youtube.com/user/kuehlungsbornDE
issuu.com/kuehlungsborn.de



UPCYCLING

Jahr für Jahr produzieren wir ca. 50 PVC-Banner für die Bewerbung & Kommunikation unserer Veranstaltungen im Ostseebad Kühlungsborn. Basierend auf dem Gedanken der Nachhaltigkeit werden in diesem Jahr aus den ausgedienten Bannern zwei praktische Taschenformate im Kühlungsborn Look entstehen. Jede Tasche wird handgefertigt und ist ein echtes Unikat mit Kulturcharakter.



NEUIGKEITEN AUS KÜHLUNGSBORN

AUSGEZEICHNETER CAMPING PARK KÜHLUNGSBORN

Der Camping Park Kühlungsborn darf sich über den **Camping Award 2020** freuen. Insgesamt wurde der Campingplatz in ganz Europa bewertet – Kühlungsborn erreichte den sensationellen **dritten Platz**. Damit ist der Campingplatz zum ersten Mal seit 2010 wieder ganz weit oben angekommen.

Der Camping Award ist eine der begehrtesten Auszeichnungen in der Campingbranche, die in diesem Jahr bereits zum 10. Mal vergeben werden wird. Die Campingplattform ist mit dieser Auszeichnung um einen echten Meilenstein bereichert. Allein die **Bewertungen von knapp 150.000 Gästen** auf der Camping-Website im deutschsprachigen Raum bei dieser Auszeichnung um einen echten Meilenstein bereichert. Das Ergebnis: Ganze **31 Plätze zum Vorjahr geklettert**, im Jahr 2019 befand er sich auf Platz 10. Der Camping Award ist ein echter Überflieger.

Die Gäste lobten besonders: Die freundliche Personal und die modernen Anlagen.

Der 5 Sterne Camping Park Kühlungsborn liegt auf einem 12 ha großem Naturgrundstück im Ostseebad Kühlungsborn. Den Gästen stehen modernste, verteilte, kostenfreie Warmduschen zur Verfügung. Ein Wellnessbereich mit Sauna & Fitnessstudio runden das Angebot ab.

In der Saison finden zahlreiche Events und Abendveranstaltungen für alle Gäste statt.

www.topcamping.de

In diesem Jahr konnten Besucher ein Faultier, Tintenfische, Palmen und ein Löwenkopf bestaunen.

Das offizielle Urlaubsmagazin für das Ostseebad Kühlungsborn | Ausgabe Sommer 2020

Deine **Auszeit** im Ostseebad

Ausmal- & Rätselspaß

Sag **Ja!** Freie Trauungen

Plein Air Festival Jens Hübner Geneviève Debien

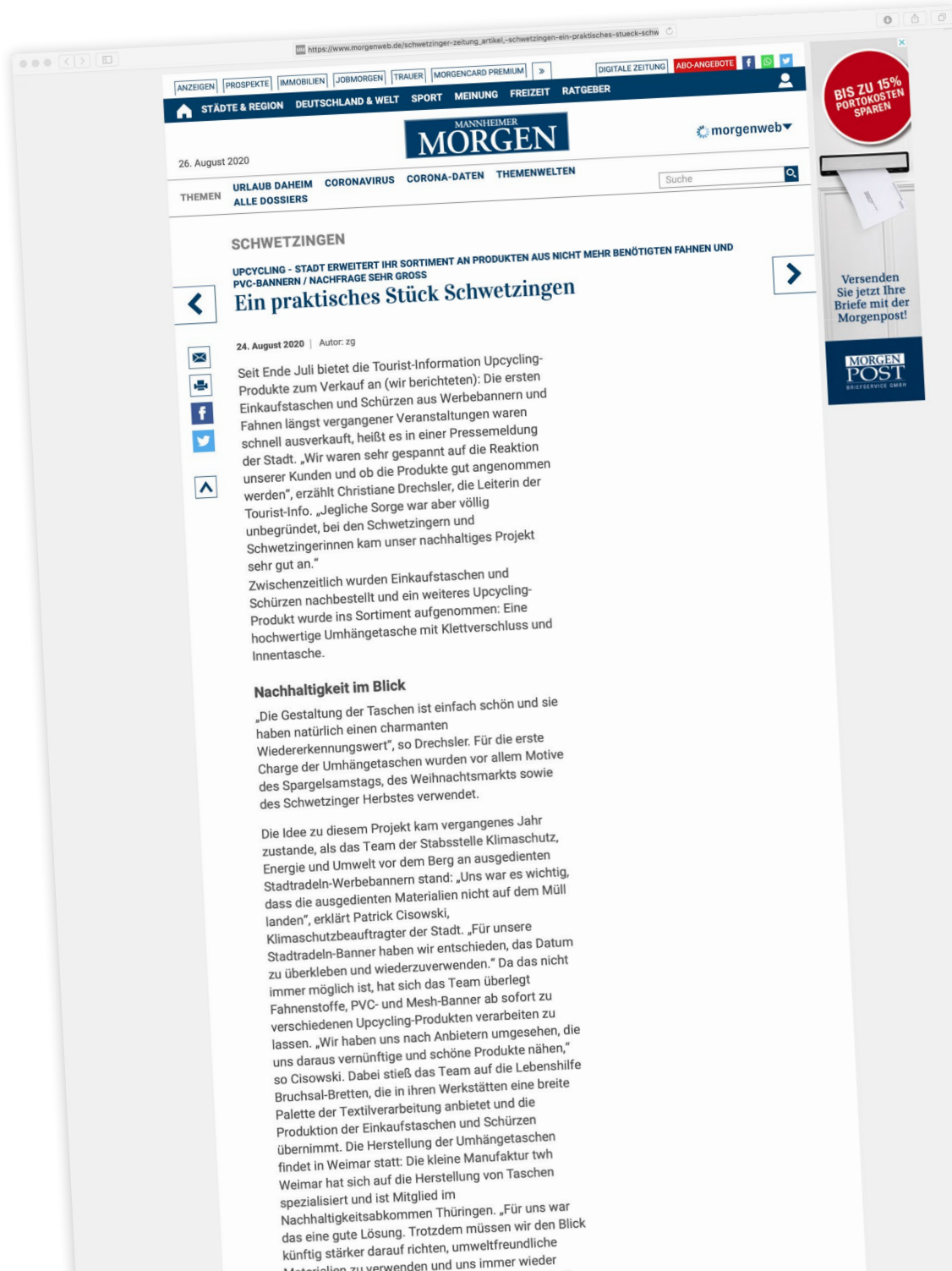
Auf historischen **Spuren** Kühlungsborns

Töpferei **Laetitia**

kiten, **surfen, segeln ...**
Was ist los in Kühlungsborn?

Villa Baltje & Haus Laetitia

#meinkuehlungsborn



Klimaschutzagentur Schwetzingen

Artikel in der Schwetzingen Zeitung
und Mannheimer Morgen am 24.08.2020

Ostseebad Kühlungsborn

Printausgabe vom Winter 2020/2021



COMEBACK FÜR BANNERTASCHEN

COMEBACK FÜR BANNERTASCHEN – AUS ALT WIRD NEU



DER VEREIN IN ZAHLEN

- > rund 1.300 Mitarbeiter
- > davon 900 Mitarbeiter mit Handicap
- > 400 Angestellte
- > 580 Mitglieder
- > 6 Werkstätten + 5 Wohnheime an den Standorten Bruchsal, Graben-Neudorf und Bretten

Jedes Stück ein Unikat:
Shoppes: 19,00 €, Tasche: 28,00 €
Erhältlich im Haus des Gastes.



Über das Jahr verteilt produzieren wir rund 50 PVC Banner, die unsere Gäste an den Ortseingängen willkommen heißen und sie über aktuelle Veranstaltungen informieren. Ein Banner ist rund 5x1 m groß und hängt im Schnitt 3 Wochen. Doch was danach mit der Menge an Bannern – fürs kommende Jahr kann man es aufgrund der Daterung leider nicht mehr nutzen. Beim Grübeln, was wir mit den alten Bannern tun können – außer sie wegzuschmeißen – sind wir auf das Unternehmen Comebags® gestoßen. Comebags® lebt die Begriffe ökologisch, nachhaltig, sozial und produziert aus alten Bannern einzigartige Taschen.

ÖKOLOGISCH

Die Banner bekommen ein zweites Leben, denn das robuste PVC-Material eignet sich hervorragend für eine Weiterverarbeitung. Durch die Verarbeitung innerhalb von Deutschland entfallen kurze Transportwege und der Kraftstoffverbrauch hält sich so in Grenzen.

Gerne möchten wir euch die Lebenshilfe Bruchsal und die Menschen, die hinter dieser großartigen Idee stecken kurz vorstellen:

Die Lebenshilfe wurde 1963 als Selbsthilfevereinigung gegründet, um Menschen mit Behinderungen wirksam zu unterstützen. Inzwischen bietet der gemeinnützige Verein Arbeitsplätze für über 800 Erwachsene mit Handicap an den Standorten Graben-Neudorf, Bretten und Bruchsal, wo sich ihr Hauptsitz mit Verwaltung befindet.

NACHHALTIG

Für die Verarbeitung der Banner in Taschen wird kein weiterer Rohstoff gebraucht, denn das Banner ist das Hauptmaterial für das neue Produkt.

Auch die Hauptwerkstatt ist hier ansässig, unter ihrem Dach sind eine Schreinerei und Schweißerei, ein Verpackungs- und ein Textilarbeitsbereich sowie eine Montage- und Metallabteilung integriert. Menschen mit schwersten Behinderungen werden in Förder- und Betreuungsgruppen betreut.

COMEBACK FÜR BANNERTASCHEN



Der überwiegende Teil der Mitarbeiter hat eine geistige Behinderung. Menschen mit einer seelischen Behinderung arbeiten in der Zweigwerkstatt für Menschen mit seelischer Behinderung in der Bruchsaler Moltkestraße.

SOZIAL

Die Recycling Produkte werden alle durch Menschen mit Behinderung hergestellt. Die Bannertaschen entstehen in der Lebenshilfe Bruchsal-Bretten e.V.

Sie verfügt über die Produktions- und Dienstleistungsbereiche Montage, Verpackung und Elektromontage, Textil, Holz, Datenarchivierung und Druck.

Die Lebenshilfe schafft Übergänge auf den ersten Arbeitsmarkt für geeignete Mitarbeiter mit Handicap und begleitet sie bei dieser Maßnahme. Mit einem klar strukturierten Tagesablauf und einer individuellen Betreuung wird stets auf die Situation jedes Betreuten eingegangen. Abwechslungsreiche Freizeitaktivitäten und Erholungsmaßnahmen sorgen für Ausgleich, dienen auch der Begegnung von Menschen mit und ohne Behinderung.

Zudem erhalten Familien mit behinderten Kindern von der Geburt des Kindes an Beratung und Begleitung. In den Lebenshilfe Werk gibt es auch offenen Hilfen und eine breite Angebotspalette für Kinder, Jugendliche und erwachsene Menschen mit Behinderung sowie für deren Angehörige.

Mit ihrem inklusiven Projekt „Soziale Netzwerkarbeit“ ist die Lebenshilfe im nördlichen Landkreis direkt vor Ort aktiv: Durch Kooperationen mit örtlichen Vereinen, Kirchengemeinden, Familienzentren, Jugendzentren, den Kommunen und weiteren gesellschaftlichen Akteuren unterstützt sie Menschen mit Behinderungen, sich selbst aktiv ins Gemeinwesen einzubringen. (fse)



Lebenshilfe für Menschen mit Behinderungen
Bezirk Bruchsal-Bretten e. V.
Im Fachloch 5
76646 Bruchsal
Telefon: 07251/715-0

www.lebenshilfe-bruchsal.de

SCHON GEWUSST?

Im Jahr 2020 haben wir insgesamt 30 Shopper und 75 Taschen produzieren lassen.

WOCHENSPIEGEL

Sonntag, 13. Dezember 2020

Startseite > Hunsrück/Nahe > Idar-Oberstein

kdd 10. Dezember 2020 Artikel teilen

Kultur: Abgesagt, aber nicht abgeschrieben

Upcycling-Taschen aus Bannern

Idar-Oberstein Stadt. Alles war geplant, die Werbung produziert, doch die Veranstaltungen „Zeit der Engel“ und „Die Judenbank“ konnten am Ende wegen der Corona-Beschränkungen doch nicht stattfinden. Aber abgesagt bedeutet nicht abgeschrieben! Und daher hat sich das Idar-Obersteiner Kulturamt kurzerhand dazu entschlossen, aus den bereits produzierten Werbebannern wunderschöne Taschenunikate herstellen zu lassen. In Kooperation mit der Lebenshilfe Bruchsal-Bretten wurden die Banner in Schablonen geschnitten und zu drei verschiedenen Taschenformaten neu zusammengenäht.

Bilder Karte



Unter dem Motto „Upcycling statt Recycling“ entstanden so fünfzehn tolle Taschen zum Shoppen, umhängen oder zum Schutz von Tablet oder Dokumenten. Wer sich eines dieser Kultur-Unikat sichern möchte: Ab Mittwoch, 16. Dezember 2020, sind die Taschen zum



Marktplatz

PROVINZIAL

Provinzial André Steinborn

Aktuelles Meist gelesen

- Personen bei Wohnhausbrand leicht ver...
- Das Corona-Virus wird aufs Eis geführt
- 51-Jähriger stirbt bei Unfall
- Lorraine Manuela
- Testläufe im Landesimpfzentrum Bad S...

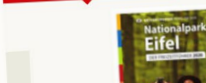
Videos



Anzeigen lesen

- | | |
|------------|------------|
| Kfz-Markt | Fundgrube |
| Jobbörse | Rendezvous |
| Immobilien | Computer |

Sonderprodukte E-Paper



Idar Oberstein

Artikel im Wochen Spiegel am 10.12.2020

SPD MÜNSTER (HESSEN)

Das bessere Rezept für Münster

Upcycling: Werbebanner zu Taschen

Veröffentlicht am 15.12.2020 in Allgemein



Verschiedene Taschen mit Tragegurt

Wahlkampf-Werbebanner werden zu Taschen

Wahlkämpfe aller Art hinterlassen Müll in Form von bedruckten Plakaten aus Papier, beschichteter Pappe oder Kunststoff.

Die SPD Münster hat sich im Bürgermeisterwahlkampf darauf verständigt, einen möglichst weitgehend klimaneutralen Wahlkampf zu führen. Das ist nicht ganz gelungen, doch die fünf Bauzaunbanner, rund 30 m², konnten nach einiger Suche einer Wiederverwertung zugeführt werden. Aus dem Umhang- und Einkauf-Taschen gefertigt.

Die SPD Münster präsentiert nachhaltige Produkte. Die SPD Münster hat sich im Bürgermeisterwahlkampf darauf verständigt, einen möglichst weitgehend klimaneutralen Wahlkampf zu führen. Das ist nicht ganz gelungen, doch die fünf Bauzaunbanner, rund 30 Quadratmetern, konnten nach einiger Suche einer Wiederverwertung zugeführt werden. Aus dem Umhang- und Einkauf-Taschen gefertigt.

Die SPD Münster hat sich im Bürgermeisterwahlkampf darauf verständigt, einen möglichst weitgehend klimaneutralen Wahlkampf zu führen. Das ist nicht ganz gelungen, doch die fünf Bauzaunbanner, rund 30 Quadratmetern, konnten nach einiger Suche einer Wiederverwertung zugeführt werden. Aus dem Umhang- und Einkauf-Taschen gefertigt.

Die SPD Münster hat sich im Bürgermeisterwahlkampf darauf verständigt, einen möglichst weitgehend klimaneutralen Wahlkampf zu führen. Das ist nicht ganz gelungen, doch die fünf Bauzaunbanner, rund 30 Quadratmetern, konnten nach einiger Suche einer Wiederverwertung zugeführt werden. Aus dem Umhang- und Einkauf-Taschen gefertigt.

Die SPD Münster hat sich im Bürgermeisterwahlkampf darauf verständigt, einen möglichst weitgehend klimaneutralen Wahlkampf zu führen. Das ist nicht ganz gelungen, doch die fünf Bauzaunbanner, rund 30 Quadratmetern, konnten nach einiger Suche einer Wiederverwertung zugeführt werden. Aus dem Umhang- und Einkauf-Taschen gefertigt.

Die SPD Münster hat sich im Bürgermeisterwahlkampf darauf verständigt, einen möglichst weitgehend klimaneutralen Wahlkampf zu führen. Das ist nicht ganz gelungen, doch die fünf Bauzaunbanner, rund 30 Quadratmetern, konnten nach einiger Suche einer Wiederverwertung zugeführt werden. Aus dem Umhang- und Einkauf-Taschen gefertigt.

Die SPD Münster hat sich im Bürgermeisterwahlkampf darauf verständigt, einen möglichst weitgehend klimaneutralen Wahlkampf zu führen. Das ist nicht ganz gelungen, doch die fünf Bauzaunbanner, rund 30 Quadratmetern, konnten nach einiger Suche einer Wiederverwertung zugeführt werden. Aus dem Umhang- und Einkauf-Taschen gefertigt.

Möchten Sie ebenfalls eines dieser Unikate erwerben? Dann einfach über die Homepage www.spd-muenster-altheim.de Kontakt aufnehmen und eine Tasche nach Terminvereinbarung aussuchen.

Wir haben die besseren Ideen und Rezepte und setzen uns für die Umsetzung ein.

SPD Münster (Hessen)

Diverse Presseveröffentlichungen
z.B. Münsterer Anzeigenblatt am 15.12.2020

Die COMEBAGS entstanden in Bruchsal 36 Bags in 3 verschiedenen Ausführungen (siehe Bilder oder die Webseite: www.spd-muenster-altheim.de).

Die COMEBAGS sind ein Unikat und sieht anders aus, da die Motive und der Zweck unterschiedlich waren. Ein tolles Vorhaben umgesetzt, dass nachhaltig (Wiederverwertung in Behindertenwerkstatt) und weitgehend klimaneutral (Hin- und Rücktransport mit Solarstrom-E-Auto) umgesetzt wurde. Ein Teil der Taschen wurden zum Selbstkostenpreis (10,00 € - 15,00 €) verkauft.



Vorstandsmitglied Edmund Gall beim Abholen der Taschen

Die COMEBAGS entstanden in Bruchsal 36 Bags in 3 verschiedenen Ausführungen (siehe Bilder oder die Webseite: www.spd-muenster-altheim.de).

FOCUS

DEUTSCHLAND

Recycelt für den guten Zweck

Messen gelten gemeinhin nicht unbedingt als umweltfreundlich. Eine Aktion in Karlsruhe zeigt, dass nicht mehr benötigte Materialien wieder eingesetzt werden können.

Abgenutzte Werbebanner wirken kontraproduktiv, werden dabei aussortiert und landen auf dem Müll. Was für das Marketing einen positiven Effekt hat, wirkt sich an anderer Stelle negativ aus. Die Ökobilanz wird dadurch sicherlich nicht besser und darüber hinaus bleibt so nicht besser und darüber hinaus bleibt so manche Recycling-Möglichkeit oft ungenutzt. Doch es geht auch ganz anders: Ein Zeichen hat unlängst die Messe Karlsruhe gesetzt und hat zusammen mit der örtlichen Tageszeitung für die Aufmerksamkeits gesorgt. Schon seit vielen



Jede Tasche der „Messe Karlsruhe-BNN-Sonderedition“ ist ein einzigartiges und nachhaltiges Produkt. Each limited edition „Messe Karlsruhe-BNN“ bag is a unique and sustainable product.

Jahren pflegen die Messgesellschaft und die Badischen Neuesten Nachrichten (BNN) eine Partnerschaft. Beispielsweise präsentieren sich die BNN häufiger auf den Messen und Ausstellungen in Karlsruhe, unter anderem auf der Publikumsmesse offerta.

In diesem Jahr feiert das regionale Medium sein 75-jähriges Jubiläum. Dieser Geburtstag war der Anlass für eine Leserkampagne. Das Motto der Geburtstagsaktivität von Messe Karlsruhe und BNN lautete „Gemeinsam ein gutes Tun“. Die Idee dahinter: basierte auf dem Wiederverwertungsgedanken: Alte Werbemittel werden verarbeitet und können zu stylischen Taschen verarbeitet werden dann für einen guten Zweck zum Einsatz. Die

Lebenshilfe Bruchsal-Bretten produzierte die Recycling-Taschen aus der vormaligen Bannerwerbung und schenkte den ausgerichteten Werbemitteln so ein neues Leben. Jede Tasche der „Messe Karlsruhe-BNN-Sonderedition“ ist somit ein einzigartiges und nachhaltiges Produkt.

Die Taschen mit Motiven und Logos der Messe Karlsruhe wurden in der ersten Märzwoche auf der Facebook-Seite der Messgesellschaft verlost. Zielgruppe waren die Leser der Badischen Neuesten Nachrichten. Die User durften Geburtstagsgrüße an die Zeitung posten, zwanzig von ihnen wurden als Gewinner ausgelost. Das Gewinnspiel war mit einem Spendenaufruf zugunsten der Lebens-



Die Lebenshilfe Bruchsal-Bretten produziert die Recycling-Taschen aus der vormaligen Bannerwerbung. Lebenshilfe Bruchsal-Bretten recycled the bags out of old advertising banners.

TradeFairs | 1-2/2021

FOCUS

Neues Buch: Die Zukunft von Messen, Kongressen und Events

Die fortschreitende Digitalisierung wird das Veranstaltungsgeschäft dramatisch verändern. Aktuell wirkt die Pandemie wie ein Brandbeschleuniger, der die Dynamik noch verstärkt. Wie sieht die Zukunft von Messen, Kongressen und Events aus? Antworten geben namhafte Experten in einem 248-seitigen Buch, das im März 2021 bei der TFI-Verlagsgesellschaft erschienen ist – und das nun zum Preis von 34,95 EUR erworben werden kann (www.tfi-publications.com).



Die Zukunft von Messen, Kongressen und Events

Messen, Kongresse und Events liegen derzeit danieder. Nach Überwindung der Covid-Krise wird vieles genauso sein wie vor-

her, aber manches anders. Einerseits entsteht daraus die Frage, wie künftige Veranstaltungsfomate aussehen werden. Hier werden die Erwartungsbildung der Teilnehmer und die digitalen Entwicklungs-trends eine Rolle spielen. Genauso interessant sind künftige Geschäftsmodelle, sprich, wie ausrei-

Handicap täglich besondere Taschen und weitere Textilprodukte in nachhaltiger Herstellung und von Hand. Sie werden innerhalb der Lebenshilfe in ihrem Alltag unterstützt zu arbeiten und lernen dabei gemeinsam.



Die Messe Erfurt und das Congress Center Erfurt sind, seit über 20 Jahren, ein kundenorientierter Messe-, Kongress- und Eventstandort in der Mitte

4 GUTE GRÜNDE FÜR IHRE VERANSTALTUNG IN ERFURT:

- 1. Die Multifunktionalität des Messegeländes**
Individuelle Gestaltung und neueste technische Voraussetzungen schaffen vielfältige Veranstaltungsmöglichkeiten in unseren drei Messehallen und dem Congress Center Erfurt.
- 2. Der ICE-Knotenpunkt Erfurt**
Die thüringische Landeshauptstadt ist von den größten Städten Deutschlands mit der Bahn in Rekordzeit erreichbar.
- 3. Die traumhafte Kulisse Erfurts**
Mit bezauberndem Mittelalter-Flair sowie einer bunten Gastrozene bietet Erfurt zahlreiche Möglichkeiten zum Wohlfühlen und Genießen.
- 4. Beste logistische Voraussetzung vor Ort**
Eine direkte Straßenbahnverbindung in das Stadtzentrum sowie 3.500 Parkplätze stehen Ihren Besuchern zur Verfügung. Anlieferungen können Sie bis vor Ihre Messehalle.

1-2/Mai 2021 · www.tfi-publications.com · 49788 · € 12,50

TradeFairs International

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR MESSEN UND EVENTS



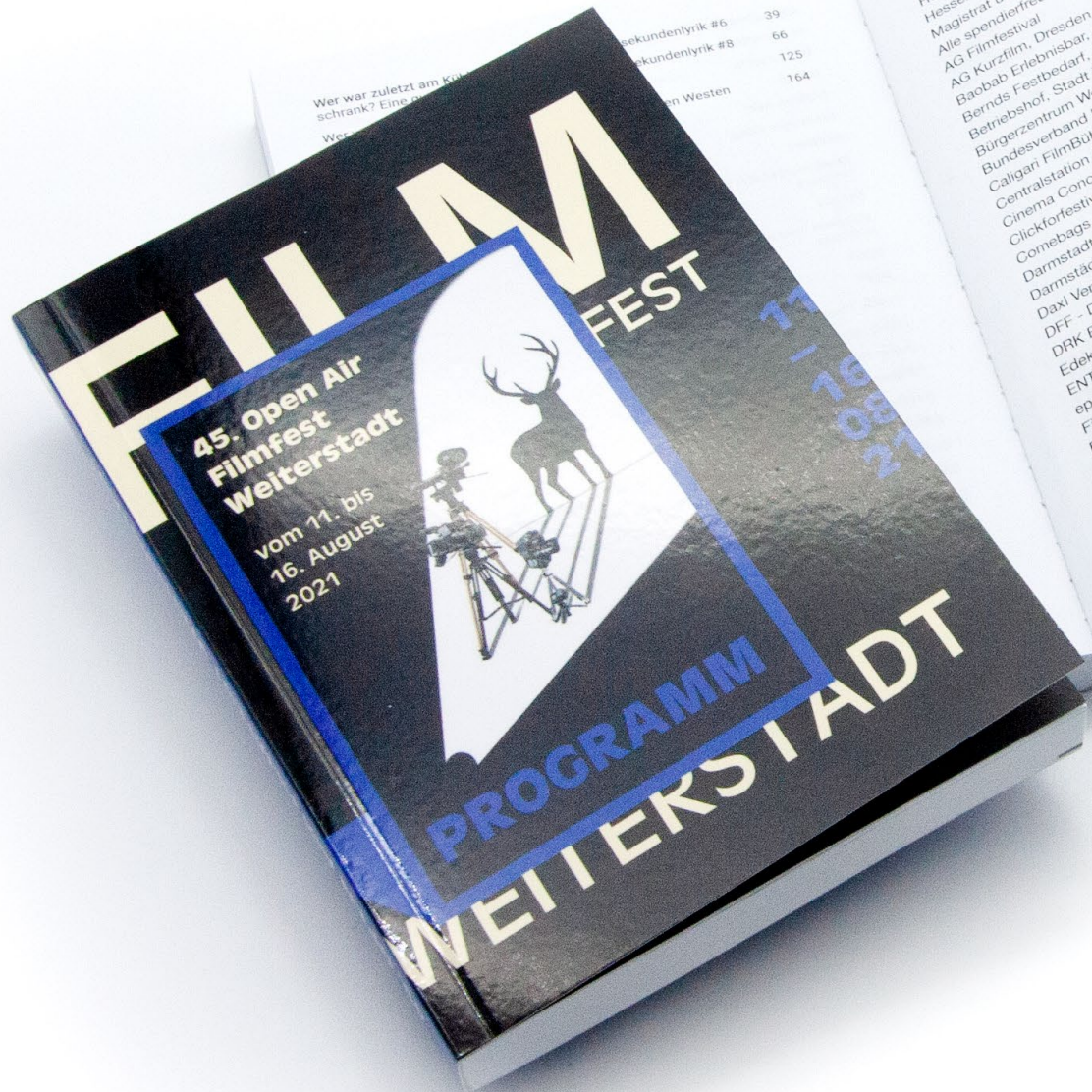
Focus Deutschland: Recycelt für den guten Zweck
International China: Zwanzig Jahre Messen in Pudong
Praxis Messebau-Materialien: Aus Makrolon wird Exolon

Focus Germany: Recycling for a good cause
International China: Twenty years of trade fairs in Pudong
Practice Stand construction materials: Makrolon becomes Exolon

The New Normal

TradeFairs

Bericht im Fachmagazin für Messen im Mai 2021



Unsortierter, aber herzlicher Dank an:

- Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst
- HessenFilm und Medien GmbH
- Magistrat und Bürgermeister der Stadt Weiterstadt
- Alle spendierfreudigen Gäste
- Alle Sponsoren
- AG Filmfestival
- AG Kurzfilm, Dresden
- AG Erlebnisbar, Darmstadt
- Baobab Erlebnisbar, Darmstadt
- Berndts Festbedarf, Darmstadt
- Betriebshof, Stadt Weiterstadt
- Bürgerzentrum Weiterstadt
- Bundesverband kommunale Filmarbeit e.V., Frankfurt
- Bürgerverbund Darmstadt
- Bürgerverbund Wiesbaden
- Caligan FilmBühne, Wiesbaden
- Centralstation Förderverein, Rüsselsheim
- Cinema Concetta.com
- Clickforfestivals.com
- Comebags, Bruchsal
- Darmstadt Marketing
- Darmstädter Privatbrauerei GmbH
- Darmstädter Veranstaltungstechnik, Darmstadt
- Daxi Veranstaltungstechnik & Filmmuseum e.V., Frankfurt
- DFK - Deutsches Filminstitut, Weiterstadt
- DFK Braunshardt
- epd film, Frankfurt
- Edeka Neukauf Winkler, Weiterstadt
- ENTEGA AG, Darmstadt
- Film- und Kinobüro Hessen, Frankfurt
- Freiwillige Feuerwehr Weiterstadt
- Fritz Metall Kinotechnik, Darmstadt
- Gerlinde Godelmann
- HEAG Mobilo, Darmstadt
- Interfilm Berlin
- Kommunales Kino Weiterstadt

Filmfest Weiterstadt
Im Programmheft 2021

Kinder-Rallye mit vielen Gewinnern

BAD HOMBURG Coronagerechte Aktion für Familien

Statt wie sonst Hunderte von Kindern an einem Tag zur beliebten Olympiade in die City einzuladen, hatte die Aktionsgemeinschaft in diesem Jahr eine Kinder-Rallye organisiert. Dabei galt es, Hase und Igel zu suchen, wozu die Familien eine Woche lang Zeit hatten. Dieses Angebot nutzen viele Kinder gerne und beantworteten die Fragen zu den possierlichen Maskottchen, die sich in Schaufenstern und Geschäften fanden.

Schwer waren die Aufgaben zwar nicht, aber bei der Suche mussten schon die Augen aufgehalten werden. Wer alle Aufgaben gelöst und das Rallye-Heft eingeworfen hatte, dessen Name wanderte in den Lostopf. Aus diesem wurden nun drei Gewinner gezogen: Sofia (3), Johannes (4) und Leonard (6) heißen die Glücklichen, die sich über Gewinne freuen dürfen. Aus einem zweiten Lostopf der nicht vollständig ausgefüllten Hefte wurde ein „lucky

loser“ gezogen. Hier hatte Pavel (5) die Nase vorn. Und noch jemand freut sich: Unter allen Selfie-Wand-Foto-Einsendungen wurde die von Maximilian ermittelt. Damit es mit Bruder Alexander keinen Streit gibt, kriegen beide eine Überraschung.

Diesmal erhalten die Kinder besondere Preise. Aus alten Brückenbannern der Kinder-Olympiade wurden von Menschen mit Behinderung Taschen und Brustbeutel genäht. „Damit tun wir gleich dreifach Gutes“, erklärt Nina Grosse, Geschäftsstellenleiterin der Aktionsgemeinschaft. „Wir recyceln statt zu entsorgen. Die Taschen sehen nicht nur toll aus, es sind auch noch echte Unikate.“ Gefüllt wurden sie mit Spielen, Gutscheinen und T-Shirts der Kinder-Olympiade. Grosse: „Damit können die Kids dann im nächsten Jahr losziehen, wenn es wieder heißt: ‚Lasset die Spiele beginnen‘.“



Johannes (4 Jahre) freute sich über seinen Gewinn.



Lustig: Taschen und Beutel aus alten Brückenbannern.



Leonard (6 Jahre) zählte zu den Siegern der Kinderolympiade. FOTOS: PRIVAT

Taunus Zeitung

Bad Homburg am 12. August 2021



Produktion von Taschen aus Outdoorbannern

Inhalt

- 1 → **Danke-Kampagne ohne Abfall**
Banner werden zu Taschen
- 3 → **Grünabfälle aus dem Garten**
Grünabfallsammelplatz oder Biotonne statt freie Natur
- 4 → **Elektrogeräte recycling**
Blick hinter die Kulissen
- 6 → **Abfallvermeidung**
Tipps gegen Lebensmittelverschwendung
- 8 → **Interview**
Mit der neuen Betriebsleiterin Carol Adam
- 9 → **Gemeindeporträts**
Pfinztal und Zaisenhausen
- 10 → **Digitale Services**
Neue Webseite, neuer Newsletter und Abfall App
- 12 → **Bilderrätsel**
Kennen Sie sich im Landkreis aus?
- 14 → **Die Seite für Kids**
Neues von der Waldbande und Rezept für Bananenbrot

Die Einführung der zusätzlich getrennten Bioabfallsammlung im Landkreis Karlsruhe war ein voller Erfolg. Ein Grund, Danke zu sagen. Aber für uns längst kein Anlass, unnötige Abfälle zu erzeugen. Stattdessen bekamen die verwendeten Banner ein zweites Leben als Tasche.



Auch auf den Abgabestellen würde Danke gesagt.

Taschenproduktion aus Bannern als Beitrag zur Abfallvermeidung

→ Bis Ende 2021 wurden mehr als 13.000 Tonnen Bioabfall eingesammelt, gesetzt war ein Ziel von 10.750 Tonnen pro Jahr. Die erwartete Menge wurde also deutlich übertroffen. Aus diesen 13.000 Tonnen Bioabfall entstanden circa 4.500 Tonnen Biotonne und rund 2,4 Mio. kWh Strom, mit dem rund 800 Haushalte ein Jahr lang versorgt werden können.

im Landkreis bei allen, die ihre Bioabfälle getrennt sammeln und somit ihren Beitrag geleistet haben.

EIN ZWEITES LEBEN FÜR DIE BANNER

Statt diese Banner aus PVC- und Mesh-Platten im Anschluss zu entsorgen, wurden sie dank sogenanntem Upcycling zu praktischen Taschen. Die Weiterverwendung vorhandener Materialien ist ein wichtiger Beitrag zur Abfallvermeidung und somit zum Umweltschutz.

dazu farbenfrohe Taschen handgefertigt. Statt dass die Banner in der Müllverbrennungsanlage landen und somit für mehr CO₂-Ausstoß sorgen, können die Taschen im Alltag normale Shopping Taschen ersetzen. Das ist Kreislaufwirtschaft par excellence. 40 Stück dieser besonderen Taschen wurden im Mai bei einem Gewinnspiel verlost. Teilnehmen konnte man über die Social Media Kanäle des Landratsamtes Karlsruhe:

- www.fachbook.com/LandratsamtKA
- www.instagram.com/landkreis_karlsruhe



Das Ergebnis kann sich sehen lassen.

KSC TUT GUT-UPCYCLING-Projekt: AUS ALTEN TRIKOTS WERDEN „COMEBAGS“
**SCHLAMPERMÄPPCHEN UND GYMBAG MIT SOZIALEM,
 NACHHALTIGEM HINTERGRUND**

18.02.2023 - 14:47 h | KSC TUT GUT.

Sie sehen gut aus, sind mit sozialem Hintergrund produziert und stärken das Thema Nachhaltigkeit beim KSC: Die neuen „Comebags“, die ab heute in limitierter Auflage im Fanshop erhältlich sind. Gymbag und Schlampermäppchen stehen zur Auswahl.



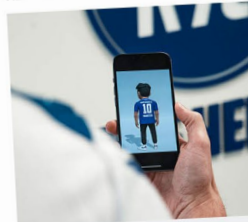
Mit dem ersten Upcycling-Projekt des Karlsruher SC und KSC TUT GUT wird alten Trikots neues Leben eingehaucht. In Zusammenarbeit mit der Lebenshilfe für Menschen mit Behinderung in Bruchsal wurden in den vergangenen Wochen Heimtrikots aus der Saison 2021/22 zu neuen Produkten verwandelt. Entstanden sind in den Standorten in Bruchsal stylische Gymbags und Schlampermäppchen, die ihren alten Ursprung noch deutlich erkennen lassen.

Dabei hat das Projekt nicht nur einen sozialen Hintergrund, da die Artikel von Menschen mit Behinderung direkt in der Region hergestellt werden, sondern zeigt erneut die große Rolle auf, die das Thema Nachhaltigkeit beim KSC und speziell bei KSC TUT GUT spielt. Mit der neuen Kollektion bestehend aus Gymbags und Schlampermäppchen werden 250



Kilogramm CO2 eingespart, da sich der Lebenskreislauf der alten Trikots durch das Upcycling zu „Comebags“ deutlich verlängert. Ein neues Produkt entsteht aus einem alten Stück Stoff – und trägt damit gleichzeitig eine Menge Emotionen und Erinnerungen an Vergangenes in sich. Perfekt für alle KSC-Fans, die nicht nur die blau-weißen Farben, sondern auch das Grün der Umwelt im Herzen tragen.

NEUESTE BEITRÄGE



DER KSC ALS TEIL IM MANAGERSPIEL „THE FOOTBALL CLUB“
 Partnerschaft mit TFC ermöglicht KSC-Fans neues virtuelles Spielerlebnis



EURE GES
HEIMSPIEL
Wie ihr
– Das F



WIE I
Eure
Plat



Karlsruher SC

Pressemitteilung und Veröffentlichungen
 sowie Video auf Homepage im Februar 2023



ADAC MX MASTERS

Programmheft 2023

COME BAGS
RECYCLING-TÄSCHEN AUS BANNERN

UPCYCLING VOM BANNER ZUR TASCHE

» das soziale und ökologische Projekt „comebags“ der Lebenshilfe Bruchsal-Bretten e.V.



» Sportbeutel



» Studententasche



Das ADAC MX Masters stellt mit comebags eine neue soziale und nachhaltige Komponente vor. Denn aus den überholten Bannern werden Taschen und aus alten Flaggen werden Sportbeutel. Möglich gemacht wird das Projekt durch die Lebenshilfe Bruchsal-Bretten e.V., in der Menschen mit Behinderungen die Taschen aus alten Banner- und Flaggenstoffen fertigen. Die entstandenen Produkte sind hochwertig verarbeitet und da jedes vernähte Teil anders aussieht, entstehen Unikate.

Auch kann der CO₂-Abdruck des Banners minimiert werden und durch das Nähen zu Taschen kann das Banner auch eine sinnvolle zweite Nutzung erhalten. Die Taschen und Sportbeutel werden in dieser Saison auf der ADAC MX Masters in unserem Fanshop zu kaufen sein. Das ist die Chance sich ein einzigartiges und nachhaltiges Souvenir der ADAC MX Masters zu schnappen. Also zögert nicht lange und kommt uns an unserem Merchandising Stand besuchen.

Bilder entnommen aus:
www.comebags.de und
www.lebenshilfe-bruchsal.de



BODY PROTECTION
Zertifizierter Brustprotector
+ Level 2 Rückenprotector



ADAC MX MASTERS

ADAC MX MAGAZIN 2023

ADAC
MX MASTERS

24MX
MOTUL



SAISON 2023

ALLE INFOS ZUR SERIE
STRECKEN | FAHRER | GEWINNSPIELE



#protectedbyortema



Bauzaunbannertaschen für die Schüler

Ganz besondere Taschen gab es für die Kinder der Eugen-Bolz-Grundschule. Diese wurden aus den Bauzaunbannern des Weststadtquartiers gefertigt.

KORNWESTHEIM. 250 Taschen, gefüllt mit Schokoladenhasen, haben als kleine Vor-Oster-Überraschung die Besitzer gewechselt. Silke Blankenhaus und Ali Zein vom Wohnungsunternehmen Vonovia übergaben die praktischen Begleiter an die Kinder der Eugen-Bolz-Grundschule in Kornwestheim und ihre Lehrer. Das besondere an diesen Taschen? Sie sind aus dem Banner des Bauzauns gefertigt worden, der in den vergangenen beiden Jahren die Baustelle in der Bolzstraße 102 bis 146 abgesichert hat. Mit diesem Bauzaunbanner sind die Grundschüler sozusagen auf „Du und Du“, denn sie haben diese Pläne mitgestaltet.

Da die Modernisierungs- und Sanierungsarbeiten im Weststadtquartier inzwischen weitestgehend abgeschlossen sind, konnten die Bauzäune in den vergangenen Wochen Zug um Zug abgebaut werden. „Die Bauzaunbanner waren trotz ihres Einsatzes

bei Wind und Wetter richtig gut erhalten und viel zu schade, um sie zu entsorgen“, sagte Corinna Wahl, Referentin bei Vonovia. Also recherchierte sie nach einer passenden Wiederverwendung der Planen und stieß dabei auf den freien Grafiker Christian Tschürtz und das Projekt „Comebags – Recycling-Taschen aus Bannern“.

Tschürtz startete im Sommer 2012 mit seinem Upcycling-Projekt, bei dem er im Auftrag von Firmen aus deren alten Werbebannern Taschen herstellt. „Durch das Recycling wird der CO₂-Abdruck des Banners minimiert“, erklärt Grafiker Tschürtz. „Zwar war die Idee, aus Lkw-Planen oder Bannern Taschen zu nähen, nicht neu, aber das Upcycling als Dienstleistung anzubieten schon.“ Unterstützt wird er dabei seit rund zehn Jahren von den Beschäftigten der Lebenshilfe für Menschen mit Behinderung Bruchsal-Bretten.

Am Anfang der Kooperation stand ein Testjahr, in dem gemeinsam die Formate für Taschen und Dokumentenmappen entwickelt und die Fertigungsprozesse aufgesetzt wurden.

An den Taschen für die Jungen und Mädchen der Eugen-Bolz-Grundschule haben rund 60 Mitarbeiter der Lebenshilfe circa

zehn Wochen gearbeitet. Die Taschenart durften sich die Schulkinder und ihre Lehrer aussuchen. Sie entschieden sich für eine DIN-A-4-große Dokumentenhülle, da sie für ihren Schulalltag am praktischsten ist.

Dafür wurden die 45, insgesamt rund 300 Quadratmeter großen Bauzaunbanner zuerst einmal gewaschen. Die anschließend ausgestanzten Taschenformen gingen dann in die Näherei. Jede einzelne Tasche ist Handarbeit und damit ist auch jede Tasche ein Unikat. „Die Taschen sind toll geworden“, freut sich Silke Blankenhaus für die Schulkinder. „Viele von ihnen leben im Weststadtquartier, sodass wir ihnen und ihren Familien auf diese Weise eine kleine Freude machen können – als Ausgleich für die unvermeidlichen Unannehmlichkeiten, die sie in den vergangenen Jahren durch die Bauarbeiten hatten.“



Ali Zein und Silke Blankenhaus bei der Übergabe der Taschen an die Kinder der Eugen-Bolz-Grundschule in Kornwestheim.
Foto: www.bermeidenmueller.de

18. April 2023

Vonovia

Artikel in Medien z.B.

Kornwestheimer Zeitung vom 18.04.2023 und Immobilienbrief Stuttgart vom 17.04.2023

Vonovia: Bauzaunbanner wird zu Schultaschen
250 Schultaschen, und dann noch gefüllt mit je einem Osterhasen, verschenkte die Vonovia an die Schüler der Eugen-Bolz-Grundschule in Kornwestheim. Das Besondere daran: Die Taschen wurden aus dem 300 m² großen Banner des Bauzauns gefertigt, der in den vergangenen zwei Jahren die Baustelle in der Kornwestheimer Bolzstraße 102 bis 146 abgesichert hat. Dieses Banner wiederum haben die Grundschüler einst mitgestaltet. Gefertigt wurden die Taschen in etwa zehnwöchiger Arbeit von zirka 60 Beschäftigten der Lebenshilfe.



ECHTE UNIKATE!

Von der Gerüstbespannung zur Umhängetasche:
Ein ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltiges Projekt.

Knapp 250 qm Gerüstbespannung wurden (so eine Forderung der Behörde) mit einer Fassadennachbildung bedruckt.

Die bedruckte Meshfolie wurde zur Weiterverarbeitung an die Lebenshilfe Bruchsal-Bretten gesendet. Dort verarbeiten behinderte Menschen das Material zu einzigartigen Taschen. Ein beispielhaftes Projekt, Leistung - Engagement - Anerkennung ausgezeichnet wurde.



Das stolze Team präsentiert die Ergebnisse: Jede Tasche ist ein Unikat.

Die Taschen sind exklusiv bei den Concierges im BRAHMS KONTOR erhältlich. Kostenfrei, solange der Vorrat reicht.

Übrigens:

Die Lebenshilfe Bruchsal-Bretten eG freut sich über jede Spende an:
Volksbank Bruchsal-Bretten eG
IBAN DE20 6639 1200 0000 3339 99
BIC GENODE618TT



IMPRESSUM

BRAHMS KONTOR
Johannes-Brahms-Platz 1
20355 Hamburg
040 524 76 02 12
service@brahms-kontor.de
www.brahms-kontor.de

Erst Banner, jetzt Tasche

Die Touristinformation im Schloss verkauft Taschen aus recycelten Werbeträgern. Sie wurden von Menschen mit Behinderung genäht.



Am Mittwoch hat Thyra Albrecht die Touristinformation im Schloss besucht und sich gleich mal die Taschen angesehen.

FOTO: UTE NICKLUSCH

VON STEFANIE GREINER

KÖTHEN/MZ. Vor einigen Monaten noch waren die Banner unweit eines Kreisverkehrs in Köthen zu sehen. Jetzt können sich Frauen und Männer die Werbeträger – oder vielmehr ein Stück davon – über die Schulter hängen. Denn aus Bannern, mit denen die Köthen Kultur und Marketing GmbH (KKM) die Ausstellung „XChange“ sowie einen Markt beworben hat, sind inzwischen Taschen geworden, die man in der Touristinformation im Schloss kaufen kann.

„Mir tat es immer leid, dass die Banner nur kurze Zeit hingen“, sagt Ilka Hillger, die Sprecherin der Köthen Kultur und Marketing GmbH. „Der Berg wird immer größer.“ Der Berg an Bannern, die ihre eigentliche Aufgabe erfüllt haben und nun nicht mehr gebraucht werden.

Im Internet gefunden

Daraus lässt sich doch sicher noch etwas machen. Taschen vielleicht, überlegte Ilka Hillger, und machte sich in Köthen auf die Suche nach jemandem, der das kann. Ohne Erfolg jedoch. Im Internet stieß die KKM-Sprecherin auf das Projekt „Comebags“ und dessen Taschen aus recyceltem Material. „Die Idee ist so einfach wie genial“, heißt es

Was Upcycling ist

Upcycling ist vergleichbar mit Recycling. Mit einem wesentlichen Unterschied: Beim Recycling wird Material in einem industriellen Prozess wiederverwertet. So werden aus genutzten neue Glasflaschen. Beim Upcycling dagegen werden aus ausgedienten Materialien andere Produkte hergestellt. Das passiert nicht in einem industriellen Prozess, sondern ist vielmehr mit Kunst vergleichbar. Aus einem kaputten T-Shirt wird so nicht etwa ein neues T-Shirt hergestellt, sondern zum Beispiel ein Einkaufsbeutel genäht. Oftmals werden ungenutzte Materialien beim Upcycling aufgewertet. SGR

auf der Internetseite. Firmen würden ihre alten Werbeträger aus PVC oder Mesh abgeben, aber auch Rollups, Fahnen und Trikots. Und das Comebags-Team näh hieraus auf Kundenwunsch tolle Produkte. Zur Erklärung: Mesh ist ein netzartiges Material. Rollups sind Werbeträger, die sich ausrollen lassen.

2012 hatte Christian Tschürtz die Idee zu diesem Projekt. „Ich bin Grafiker und mache selbst Werbeträger“, erzählt er. Ein Kunde und er hätten damals festgestellt, dass es doch schade sei, wenn die Banner nach ihrer Verwendung im Müll landeten. Dass es Taschen aus Lkw-Planen gibt, wusste er. Warum also nicht auch aus Bannern? Bei der Lebenshilfe fand der Grafiker schließlich Leute, die Lust hatten, diese Idee mit ihm umzusetzen. 2013 startete das Projekt.

Gestanz, gereinigt und genäht werden die Banner von Menschen mit Behinderungen. Begonnen wurde mit einem Schnittmuster. Inzwischen bietet „Comebags“ verschiedenste Modelle an, darunter auch Laptop-Hüllen, Brustbeutel und Einkaufstaschen im XL-Format. Das Projekt ist gefragt.

„Wir sind selbst überrascht“, sagt Christian Tschürtz. Er habe damit

gerechnet, dass vielleicht 50 bis 100 Taschen im Monat verkauft werden. „Jetzt nach 13 Jahren sind wir irgendwo bei 3.000, 4.000 Taschen im Monat“, erzählt er. „Mehr als 70 Menschen haben täglich Arbeit durch dieses Projekt, davon 50 Menschen mit Behinderung.“

Genügend Banner da

Ein Material nach dessen eigentlicher Verwertung weiter zu nutzen. Diese Idee steht hinter dem Projekt. Einen Begriff gibt es dafür auch: Upcycling. „Unser Projekt ist mit dem Bewusstsein der Bevölkerung groß geworden, dass aus Abfall noch etwas Kreatives und Hochwertiges hergestellt werden kann“, erklärt Christian Tschürtz. Der Begriff Upcycling sei 2013, als „Comebags“ startete, noch nicht gebräuchlich gewesen.

„Die Taschen kamen diese Woche an“, sagt Ilka Hillger und ist begeistert, wie toll die Modelle geworden sind. Von den ersten fünf Taschen wurde die erste bereits am Mittwoch verkauft. „Die nächsten zwei Banner liegen schon bereit“, erzählt die KKM-Sprecherin. Denn wenn die Aktion gut läuft, sollen noch weitere Taschen geordert werden. Nicht mehr benötigte Banner seien noch genug da, weiß die Mitarbeiterin.

„Die nächsten zwei Banner liegen schon bereit.“

Ilka Hillger
KKM-Sprecherin

Mediengruppe Mitteldeutschland Köthen

von Stefanie Greiner
am 29.03.2026