



# 2021

## Geschäftsbericht



UNSERE WERTE

Ausdruckskraft



# Für edding-Liebhaber & -Neulinge.

Dieser Geschäftsbericht ist für edding-Liebhaber und -Neulinge;  
für Hobby-Kreative, hoch spezialisierte Profis und Allrounder;  
für alle Menschen, die ihrer Persönlichkeit Ausdruck verleihen und  
eigene Ideen in die Tat umsetzen wollen.

Freiheit



zum Online-Bericht

believe in yourself

Empowerment



Authentizität

Erhalten von:



edding®



HIGHLIGHT(ER) DES JAHRES

## edding EcoLine erneut als Green Brand Germany ausgezeichnet!



Fürsorge



Empowerment

### Unser Markenversprechen

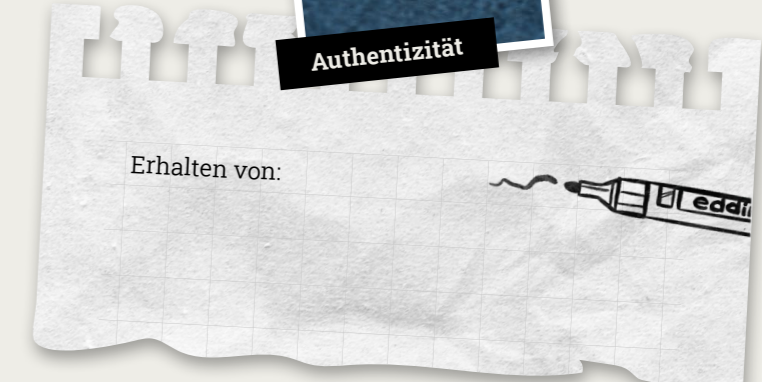
Ob Profi oder Freizeitanwender: Seit unserer Gründung helfen wir allen, die ein Markierungsproblem lösen möchten und dabei keine Qualitätsabstriche machen wollen oder können. Als einziger Anbieter bieten wir dabei für fast jede Anwendung maßgeschneiderte, qualitativ hochwertige, professionelle und lang haltende Produkte.

Wir machen die Ideen unserer Kunden sichtbar und geben ihnen Ausdruckskraft. Schließlich liefern wir nicht nur funktionale Qualität, sondern helfen auch dabei, der eigenen Kreativität freien Lauf zu lassen und der eigenen Persönlichkeit Ausdruck zu verleihen – immer und überall. edding steht für klares Design, klare Farben, klare Ansagen und sieht unverkennbar markant aus. Wo immer kraftvolle Überzeugung keinen Raum für Kompromisse lässt, wo im wahrsten und im übertragenen Sinne Farbe bekannt wird, da kommt edding zum Einsatz. Wer edding in die Hand nimmt, der weiß, was er will. Und der weiß, was er bekommt. Dabei spiegelt sich die individuelle Persönlichkeit des Nutzers in der Ausdruckskraft wider! Ausdruckskraft, das bedeutet: ein Zeichen setzen, einen Strich ziehen, eine Richtung festlegen, ein Statement formulieren.

Von einfachen Kritzelleien, über die professionelle Präsentation bis hin zur künstlerischen Gestaltung oder der Lösung eines handwerklichen Problems zu Hause – **edding unterstützt jeden dabei seine Ideen erfolgreich zu realisieren!**



Authentizität



Erhalten von:

edding®



Nachhaltigkeit



Ideenverwirklichung



gedruckt mit dem edding Kompaktdrucker

Große Freude: zum vierten Mal in Folge ist die edding EcoLine als **Green Brand Germany** ausgezeichnet worden. Das Gütesiegel ist eine eingetragene EU-Gewährleistungsmarke für ökologische Nachhaltigkeit mit einem unabhängigen, transparenten und neutralen Prüfverfahren.

Die bereits 2008 eingeführte Produktserie EcoLine, zu der Textmarker, Permanent-, Whiteboard- und Flipchartmarker zählen,

wird überwiegend aus nachwachsenden Rohstoffen bzw. recyceltem Material hergestellt und wurde im Laufe der Jahre fortwährend nach neuesten Erkenntnissen im Sinne der Nachhaltigkeit weiterentwickelt. Der edding 24 EcoLine highlighter besteht zum überwiegenden Teil aus nachwachsenden Rohstoffen und wurde aufgrund seiner herausragenden umweltfreundlichen Eigenschaften bereits mit dem Blauen Engel ausgezeichnet.

Mehr Infos zum Green Brands Gütesiegel unter: [green-brands.org](http://green-brands.org)





# Mehr als nur ein dicke schwarzer Marker.

Wir bieten eine breite Palette von Produkten an, etwa fürs Schreiben, Markieren, Organisieren, Präsentieren, Reparieren und Gestalten. Mit einem stetigen Strom an neuen Produkten in Verbindung mit bewährten Klassikern beinhaltet unsere breite und weitreichende Produktpalette Lösungen für nahezu alle Oberflächen und Anwendungsgebiete.

zum Online-Shop  
mit allen Produkten

**Mehr Infos**



# Inhalt

<b>Kennzahlen des Konzerns</b> .....	4
<b>Brief an die Aktionäre</b> .....	5
<b>Bericht des Aufsichtsrats</b> .....	8
<b>Zusammengefasster Lage- und Konzernlagebericht</b> .....	12
Grundlagen des Konzerns .....	12
Strategische Eckpfeiler und Transformation .....	12
Geschäftsaktivitäten .....	14
Organisations- und Beteiligungsstruktur .....	17
Mitarbeiter .....	20
Corporate Responsibility .....	20
Sonstige Funktionsbereiche .....	22
Steuerungssystem .....	26
Wirtschaftsbericht .....	32
Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen .....	32
Entwicklung der Geschäftsfelder .....	34
Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des edding Konzern .....	41
Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der edding AG .....	49
Gesamtaussage des Vorstands zur Vermögens-, Finanz und Ertragslage des edding Konzerns und der edding AG .....	55
Chancen- und Risikobericht .....	56
Chancenbericht .....	56
Risikobericht .....	61
Sonstige Berichterstattung .....	69
Übernahmerelevante Angaben .....	69
Nichtfinanzielle Erklärung .....	70
Prüfvermerk zur nichtfinanziellen Erklärung .....	91
Erklärung zur Unternehmensführung nach §§ 289f, 315d HGB .....	93
Nachtragsbericht .....	93
Prognosebericht .....	94
Alternative Leistungskennzahlen .....	98
<b>Konzernabschluss der edding AG</b> .....	100
Konzernbilanz .....	102
Konzerngewinn- und -verlustrechnung .....	104
Konzerngesamtergebnisrechnung .....	105
Konzernkapitalflussrechnung .....	106
Eigenkapitalveränderungsrechnung des Konzerns .....	07
Konzernanhang .....	109
Bestätigungsvermerk .....	180
Versicherung der gesetzlichen Vertreter (Bilanzzeit) .....	191

<b>Jahresabschluss der edding AG</b> .....	192
Bilanz .....	194
Gewinn- und Verlustrechnung .....	196
Anhang .....	198
Bestätigungsvermerk .....	218
Versicherung der gesetzlichen Vertreter (Bilanzzeit) .....	227
<b>Glossar</b> .....	228

Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit wird im Geschäftsbericht auf eine geschlechtsspezifische Differenzierung verzichtet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der **Gleichbehandlung für alle Geschlechter**.

**GESCHÄFTSBERICHT '21**

## edding Aktiengesellschaft

Bookkoppel 7  
D-22926 Ahrensburg  
Telefon 0 41 02 / 808-0  
Telefax 0 41 02 / 808-204

Internet [www.edding.de](http://www.edding.de)  
E-Mail [investor@edding.de](mailto:investor@edding.de)

# Kennzahlen des Konzerns

Angaben in TEUR, soweit nicht anders angegeben

edding Konzern	2021	2020	2019	2018 <sup>1</sup>	2017 <sup>2</sup>
<b>Ertragslage</b>					
EBIT	6.888	8.122	9.714	13.133	12.047
in % vom Umsatz	4,6	6,5	6,9	9,3	8,7
Konzernergebnis	1.833	5.287	5.975	8.764	7.642
in % vom Eigenkapital	2,7	8,1	9,2	13,7	13,1
Konzernergebnis vor Ertragsteuern	5.656	9.334	10.595	13.251	11.580
Umsatzerlöse	148.604	125.748	141.793	140.885	139.248
Veränderung (in %)	18,2	-11,3	0,6	1,2	n.a.
Auslandsanteil (in %)	55,1	52,3	54,4	55,1	57,6
Rohergebnis <sup>3</sup>	86.118	75.017	85.750	85.765	83.250
in % vom Eigenkapital	57,8	59,5	60,3	60,8	59,8
Personalaufwand	44.785	38.354	40.805	37.670	37.348
in % vom Eigenkapital	30,1	30,5	28,8	26,7	26,8
Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt)	702	679	659	638	627
<b>Vermögens- und Finanzlage</b>					
Bilanzsumme	134.882	129.830	118.516	112.002	104.848
Veränderung (in %)	3,9	9,5	5,8	6,8	6,2
Eigenkapital	69.039	65.368	64.929	63.870	58.338
in % der Bilanzsumme	51,2	50,3	54,8	57,0	55,6
Liquidität zweiten Grades (in %)	134,0	174,2	150,9	175,8	170,9
<b>Mitarbeiterbefragung</b>					
Mitarbeiterengagement (in %)	n.a. <sup>4</sup>	88	87	87	87
Qualität d. Leistungsumfelds (in %)	n.a. <sup>4</sup>	82	82	82	80

neuer  
REKORD-  
umsatz!

Angaben in TEUR, soweit nicht anders angegeben

edding AG	2021	2020	2019	2018	2017
Jahresüberschuss	5.166	4.230	4.116	6.620	5.586
Ergebnis vor Steuern	9.749	7.749	8.009	10.098	8.188
<b>Anzahl Aktien</b>					
Stammstückaktien	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Vorzugsstückaktien	473.219	473.219	473.219	473.219	473.219
Jahresüberschuss je Aktie	4,81 €	3,94 €	3,84 €	6,17 €	5,20 €
<b>Dividende</b>					
Stammstückaktien	1,80 €	1,80 €	1,20 €	2,40 €	2,10 €
Vorzugsstückaktien	1,84 €	1,84 €	1,23 €	2,45 €	2,15 €
Aktienkurs am 31.12.	69,50 €	69,50 €	73,00 €	83,50 €	102,00 €

<sup>1</sup> Aufgrund der Korrektur eines Fehlers in der Bilanzierung unter Hochinflation nach IAS 29 wurde das Geschäftsjahr 2018 rückwirkend angepasst.

<sup>2</sup> Seit dem Geschäftsjahr 2018 wurden die Vorschriften gemäß IFRS 15 „Erlöse aus Verträgen mit Kunden“ angewendet. Das Vorjahr wurde entsprechend rückwirkend angepasst.

<sup>3</sup> ohne sonstige betriebliche Erträge

<sup>4</sup> In 2021 wurde die Befragung ausgesetzt und für die jetzige Balanced Scorecard 2025+ wird in 2022 nach moderater Überarbeitung des Systems eine sogenannte Nullmessung zur Zielfestlegung für 2026 durchgeführt.





UNSER LEITSPRUCH

„We care  
so that you  
dare to be  
who you are.“

edding bietet jedem das richtige Produkt, um sich und seine Ideen zu verwirklichen. Ob Allrounder, Hobby-Kreativer oder hoch spezialisierter Profi:

Wir sagen niemandem, wie seine persönliche Freiheit auszusehen hat. Wir unterstützen und inspirieren die ganz persönliche Ausdruckskraft jedes Einzelnen. Egal ob mit unseren Klassikern oder mit neuen Produkten, edding bietet jedem das „Werkzeug“, das er für die Umsetzung seiner Ideen oder das Bewältigen von alltäglichen Herausforderungen benötigt.

## Brief an die Aktionäre

### Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

im Jahr 1960 hatten Carl-Wilhelm Edding und sein Schulfreund Volker D. Ledermann die Firma edding in Hamburg gegründet. Mehr als 60 Jahre danach stellt das Jahr 2021 zwar nur einen kleinen Ausschnitt in der hoffentlich noch langen Geschichte unseres Unternehmens dar, wird in uns aber durch den Tod unserer Gründer für immer in besonderer Erinnerung bleiben.

Am 27. April 2021 verstarb der Namensgeber Carl-Wilhelm „Kuli“ Edding im Alter von 90 Jahren. Auch wenn er bereits mit dem Börsengang im Jahr 1986 aus der Führung von edding ausschied, blieb er dem Unternehmen bis zuletzt freundschaftlich verbunden. Unser zweiter Firmengründer, Volker D. Ledermann, ist im Alter von 89 Jahren am 6. Dezember 2021 friedlich eingeschlafen. Nach dem Ausscheiden von „Kuli“ Edding blieb er im Unternehmen und führte es zu weiterem Wachstum. Beide Persönlichkeiten haben das Unternehmen bis heute geprägt und ihre Werte sind immer noch Teil der Unternehmens-DNA. Unserem heutigen WHY-Statement, der Daseinsberechtigung unseres Unternehmens

„We care so that you dare to be who you are.“

verbunden mit den Unternehmenswerten Authentizität, Befähigung (Empowerment) und altruistischer Fürsorge (Truly Caring) hätten sie nach unserer festen Überzeugung ebenfalls uneingeschränkt zugestimmt. Beide waren Vorbilder in Bezug auf feste Bodenhaftung, Demut und lebten ein Menschenbild vor, in dem sie jeden Menschen unabhängig von Herkunft oder Hierarchie auf Augenhöhe begegneten. Wir werden ihr Andenken in Ehren halten und in ihrem Geist das Unternehmen unter Berücksichtigung unserer gesellschaftlichen Verantwortung weiterführen, indem wir unseren Beitrag für eine Welt leisten, in der jeder Mensch ermutigt wird, die individuelle Persönlichkeit auszudrücken.

Bei aller Wertschätzung für diese beiden Unternehmerpersönlichkeiten möchten wir in diesem Geschäftsbericht nun auch finanziell Bilanz ziehen, was das Jahr 2021 angeht. Mit 148,6 Mio. EUR haben wir einen neuen Rekordumsatz in der Geschichte des Unternehmens erwirtschaften können. Von dieser Warte her bezeichnen wir 2021 als merkwürdig positives Geschäftsjahr, obwohl die COVID-19-Pandemie unsere Gesellschaft sowie unsere Volkswirtschaft noch unverändert fest im Griff hat. Dieser Pandemie und den damit verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitswelt ist es auch zuzuschreiben, dass dieser Rekordumsatz nicht in ein Rekordergebnis umgemünzt werden konnte.

Unser bisheriges Geschäftsfeld „Schreiben & Markieren“ konnte zwar mit der Marke edding den Umsatzrückgang des Geschäftsjahres 2020 mehr als aufholen. Das bisherige Geschäftsfeld „Visuelle Kommunikation“ mit der Marke Legamaster bleibt aber noch deutlich hinter den Umsätzen des Vor-Corona-Niveaus zurück. Insbesondere die zur Kategorie Büroausstattung zählenden traditionellen Produkte wie Whiteboards und Flipcharts sind in Zeiten von Homeoffice immer weniger gefragt. Daher waren in diesem Geschäftsfeld erhebliche Sonderabschreibungen erforderlich, die unser Jahresergebnis entsprechend belasten. Dennoch erachtet der Vorstand das erzielte Ergebnis von 6,9 Mio. EUR Konzern-EBIT unter Berücksichtigung aller Umstände als zufriedenstellend.

Wir schreiben bewusst von „bisherigen Geschäftsfeldern“, weil wir uns seit Anfang 2021 in einem neuen Strategiezyklus befinden, in dessen Zuge wir diese Geschäftsfelder durch sechs Geschäftseinheiten (Business Units) ersetzt haben. Da das interne Berichtswesen erst ab dem ersten Quartal 2022 vollständig nach den neuen Strukturen erfolgt, berichten wir über das abgelaufene Geschäftsjahr noch nach den bisherigen Segmenten. Die neue Strategie 2025+ bringt noch zahlreiche weitere Veränderungen mit sich, die wir gleich am Anfang des Lageberichts ausführlich beschreiben: Wir möchten in Verbindung mit einer nachhaltigen Geschäftsentwicklung ein an unserem obigen WHY-Statements orientiertes, konsumentenzentriertes und agiles Unternehmen werden. Nach den Turbulenzen der COVID-19-Pandemie im Vorjahr hat sich der Börsenkurs der edding-Aktie in 2021 nur wenig bewegt; der Kurs betrug Ende Dezember 2021 genau wie am 30. Dezember des Vorjahres 69,50 EUR. Unser Vorschlag an die Hauptversammlung sieht vor, dass wir für das Geschäftsjahr 2021 eine gegenüber dem Vorjahr unverändert hohe Dividende ausschütten. Außerdem möchten wir uns bei Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, für den Austausch während unserer virtuellen Hauptversammlung 2021 bedanken; Sie haben von der Möglichkeit, bis in die Versammlung hinein Fragen stellen zu können, regen Gebrauch gemacht. Nach Abwägung der Umstände und möglichen Gegebenheiten haben wir uns für die Hauptversammlung 2022 erneut für dieses Format entschieden.

Der Beginn des Jahres 2022, in dem wir eigentlich hofften, COVID-19 weitgehend überwinden zu können, steht nun leider wiederum im Zeichen schlechter Nachrichten: dem Überfall Russlands auf die Ukraine. Vorstand und Mitarbeiter von edding sind erschüttert über den Ausbruch des Krieges in Europa und unsere Gedanken sind bei allen Menschen, die nun Leid und Angst ausstehen müssen. Unsere Solidarität gilt allen Menschen, die einfach nur in Frieden und Freiheit leben wollen – dare to be who you are. Auch im Schatten dieser Tragödie tun wir unser Bestes und konzentrieren uns in 2022 weiterhin auf die Umsetzung unserer Unternehmensstrategie und die Erreichung unserer Balanced-Scorecard-Ziele. Ergebnisseitig ist zunächst durch die mit der Strategieumsetzung verbundenen Anstrengungen und Aufwendungen aus heutiger Sicht zunächst noch ein Ergebnisrückgang für 2022 zu erwarten, bevor ein Ergebnisanstieg in Richtung unserer ehrgeizigen strategischen Finanzziele bis

2026 in Angriff genommen werden kann. Aufgrund des Kriegsausbruchs in der Ukraine haben wir uns darüber hinaus dazu veranlasst gesehen, unsere erst im Dezember veröffentlichten Prognosen für 2022 moderat abzusenken.

Für unsere engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter war 2021 auch aufgrund des eingeleiteten Transformationsprozesses ein besonders anstrengendes Jahr. Ihnen gilt daher an dieser Stelle wiederum ein besonderer Dank. Bis Ende des Jahres 2021 haben wir von 85 an COVID-19 erkrankten Mitarbeitern erfahren; zu Ende 2020 waren es nur 19. Wir freuen uns, dass alle einen eher milden Verlauf hatten und sich die meisten von ihnen inzwischen wieder gut von der Krankheit erholt haben.



Per Ledermann  
Chief Executive Officer

Thorsten Streppelhoff  
Chief Business Officer

Sönke Gooß  
Chief Financial Officer

Mit freundlichen Grüßen



Ein Interview

# Für private & berufliche Ereignisse.

edding begleitet Vorstandsvorsitzenden Per Ledermann bereits sein ganzes Leben. Auf dieser Doppelseite verrät er, was ihm im privaten, aber auch im beruflichen Leben wichtig ist, wie edding ihn als Jugendlicher durch seine Geschichtsklausuren gebracht hat und wie er in Zukunft vor hat, mithilfe von edding das Leben zahlreicher Menschen zu bereichern.

Denn das sagt Per Ledermann über ...



Alle Antworten können in der Folge „**Edding-Chef: Wir steigen in das Geschäft der Tattoos ein**“ des Podcasts „Entscheider treffen Haider“ nachgehört werden:

... eine Kindheit mit edding-Stiften:

Es gibt durchaus Anwendungen mit einem Edding, die in der Jugend sehr nützlich sein können. Mit unserem UV-Marker habe ich zum Beispiel vor einer Geschichtsklausur mal wichtige Daten auf die Toilettentür geschrieben. Die konnte ich dann mit einer UV-Lampe sichtbar machen, und die Lehrerin hat nichts bemerkt.

... seinen Führungsstil:

Meine Prinzipien bestehen darin, authentisch zu sein, Vertrauen und Verantwortung zu übergeben und mich wirklich für die Menschen zu interessieren. Im Endeffekt erwarte ich auch genau dasselbe von meinen Mitarbeitern: Authentisch sein, Vertrauen und Verantwortung annehmen und sich für Mitmenschen interessieren.

... seine frühe Hochzeit:

Ich habe mit 19 geheiratet und bin mit 20 zum ersten Mal Vater geworden. Heute habe ich vier Kinder, wobei es lustig ist, dass mein größter Sohn vom Alter her näher an meiner Frau und mir ist als an unserem kleinsten Sohn, seinem Bruder.

... die Suche nach neuen Geschäftsfeldern:

Wir definieren uns nicht nur über den Stift. Wir sagen: Wir sind das Werkzeug, mit dem du das, was du im Kopf oder Herzen trägst, ausdrücken kannst. Wenn man da so ran geht, findet man viele neue Anwendungsbereiche. Einer, in dem wir uns stark entwickelt haben, ist der Kreativbereich, für den wir zum Beispiel Spraydosens anbieten.



Per Ledermann über die Entwicklung neuer Geschäftsfelder.

“ Wir definieren uns nicht nur über den Stift. Wir sagen: Wir sind das Werkzeug, mit dem du das, was du im Kopf oder Herzen trägst, ausdrücken kannst. ”

... Edding und die Umwelt:

Sowohl Herr Edding als auch mein Vater (die beiden Unternehmensgründer) waren von Anfang an extrem umweltbewusst – was sich zum Beispiel darin ausdrückt, dass der Großteil unserer Produkte nachfüllbar ist. Das machen leider in Deutschland nur nicht so viele. Man kann sogar die Spitzen austauschen, so dass ein Stift ein Leben lang halten kann. Wir probieren auch aus, wie wir die Schäfte der Stifte aus nachwachsenden Rohstoffen oder Recyclingmaterial herstellen können.

... Tattoos:

Das ist ein Markt, von dem wir glauben, dass wir dort einen Riesenunterschied machen können. Tattoos passen einerseits total zu unserem Markenkern, andererseits werden in Deutschland immer noch Produkte eingesetzt, die sich fürs Tätowieren überhaupt nicht eignen. Wir arbeiten seit mehreren Jahren an einer Tinte, die höchsten Ansprüchen genügt.

Ein Interview zwischen Lars Haider und Per Ledermann



**Hannes (21)**  
 Meine Pläne für die Zukunft:  
 mich **SO** anzu-nehmen, wie **ICH BIN!**

**Annegret (47)**  
 Meine Pläne für die Zukunft:  
 Wenn es irgendwie möglich ist, möchte ich gerne wieder ländlicher Leben

# Für spontane & geplante Vorhaben.

edding begleitet dich in den bedeutsamen Momenten deines Lebens. Diese Momente sind ganz individuell, denn jeder von uns schreibt seine eigene Geschichte. Die folgenden beiden Doppelseiten zeigen dir, welche spontanen Ereignisse das Leben deiner Mitmenschen bereichert haben und welche Ziele sie für eine erfreuliche Zukunft anstreben.

**Joyce (24)**  
 Meine Pläne für die Zukunft:  
 Ich möchte mehr auf mich hören, mir Auszeiten gönnen und erfahren, was dem Körper gut tut.  
 Dazu besuche ich gerade eine Art Therapie zum Thema Ernährung und Yoga.

**Jochen (55)**  
 Meine Pläne für die Zukunft:  
 Ich ~~will~~ möchte mein Studium beenden, mein Volontariat schaffen und vielleicht meinen Master machen.

**Jaime (26)**  
 Mein spontanstes Erlebnis:  
 Ich habe mir, zusammen mit meinen 2 besten Freundinnen, während eines Hamburg-Trips ein Tattoo stechen lassen!



↑  
Erfahre mehr über diese Geschichte auf der nächsten Doppelseite.

**Thomas (18)**  
 Mein spontanstes Erlebnis:  
 Im Urlaub bin ich einfach an einen einsamen Strand im Meer schwimmen gegangen, weil dort so tolle Wellen waren.

Mein spontanstes Erlebnis:  
 ICH BIN MAL SPONTAN BEI EINER THEATERAUFFÜHRUNG EINGESPRUNGEN, OBWOHL ICH DAS STÜCK NICHT KANNT, WENIG SCHAUSPIELERISCHES KÖNNEN HATTE & DEN TEXT ERST WENIGE MINUTEN VOR DEM AUFTRIT IN DIE HAND GEDRÜCKT BEKAM.

**Steffi (29)**  
 Mein spontanstes Erlebnis:  
 ...mit einem sympathischen Fremden auf einen Kurztrip gehen.

**Simon (32)**

Meine Pläne für die nächste Zeit:



# Freundschaft, die unter die Haut geht

Erst vor wenigen Wochen war ich mit meinen zwei besten Freundinnen für ein verlängertes Wochenende in Hamburg. Dieser Trip sollte besonders werden, denn wir wollten unser 10-jähriges Freundschafts-Jubiläum !! feiern! Wir haben uns damals, mit frischen 16 Jahren, in der Berufsschule kennengelernt und festgestellt, dass wir viiiieel mehr gemeinsam haben als nur denselben Beruf. Wir teilen dieselben Werte, lachen über dieselben Witze und reden gerne über dieselben Themen. So auch in Hamburg!

Am ersten Nachmittag unseres Trips schlenderten wir durch die Hamburger Innenstadt und kamen am historischen Chilehaus vorbei. Das Chilehaus weckte unser Interesse – und das nicht bloß aufgrund seiner tollen Architektur, sondern vor allem aufgrund seines spannenden Innenlebens: Es beherbergt das erste edding Tattoo Studio überhaupt. „Häää, die machen auch Tattoos?“ So ungefähr sah unsere erste Reaktion aus. Neugierig warfen wir einen Blick in das Studio, durch die große Fensterfront. Tätowierer Alex nahm uns wahr und ermutigte uns, einzutreten. Er erzählte uns vom edding Sicherheits- und Hygienekonzept, welches die gesetzlich vorgeschriebenen Mindestrichtlinien um neue Konzepte und eigens entwickelte, strengere Standards erweitert. Super spannend!

Inspiriert verließen wir das Studio und schlenderten weiter durch die Stadt.

**Der Gedanke an ein Tattoo ließ uns drei jedoch nicht los. Immerhin wäre es die perfekte Idee, unserer Freundschaft noch eine weitere Gemeinsamkeit hinzuzufügen.**

Und so entschlossen wir uns – ehrlich gesagt super spontan – uns ein Freundschafts-Tattoo stechen zu lassen. Nicht so kitschig und trotzdem individuell! Wir entschieden uns dazu, uns jeweils ein Wort stechen zu lassen, welches unserer eigenen Persönlichkeit entspricht. Die Worte ergänzen sich, stehen aber trotzdem für jede einzelne von uns. Am nächsten Tag ging es für uns also erneut zum Chilehaus. Wir konnten sogar einen spontanen Beratungstermin ergattern. Das Stechen an sich fand allerdings erst vier Wochen später statt. Hatten wir immerhin einen guten Grund, wieder nach Hamburg zu kehren.

Meine Freundinnen tragen die Worte „brave“ und „wild“ auf ihrer Haut. Für sie war das sicherlich gar keine so große Sache. Ich bin allerdings die behutsame „gentle“ Person. Für mich war das eine sehr aufregende Aktion und sicherlich das spontanste Erlebnis seit langem! Aber keine Sorge, ich bereue nichts davon. Vielleicht sollte ich des öfteren so spontan sein ...

Jaime (26)

*Leidenschaft:  
Singen!  
(aber nur unter der Dusche!)*

*Lebensmotto:  
Now or never.*



Jaime und ihre beiden Freundinnen haben sich im edding Tatroo-Studio ein Tattoo stechen lassen, was die drei für immer miteinander verbindet.



## Zusammengefasster Lage- und Konzernlagebericht

Der vorliegende Bericht fasst den Lagebericht der edding AG und den Lagebericht des edding Konzerns gemäß § 315 Absatz 5 Handelsgesetzbuch (HGB) zusammen. Der zusammengefasste Bericht stellt die Entwicklung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der edding AG und des edding Konzerns dar und geht auf die wesentlichen Chancen und Risiken sowie die voraussichtliche zukünftige Geschäftsentwicklung ein.

Sofern nicht ausdrücklich auf die edding AG Bezug genommen wird, beziehen sich die Aussagen und Zahlenangaben auf den gesamten edding Konzern. Die Zahlenangaben, die sich auf den edding Konzern beziehen, basieren auf den International Financial Reporting Standards, wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind, und den ergänzenden nach § 315e Absatz 1 HGB auf den Konzernabschluss der edding AG anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften. Die Zahlenangaben der Vermögens- und Ertragslage der edding AG basieren hingegen auf dem nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und den ergänzenden Vorschriften des Aktiengesetzes aufgestellten Jahresabschluss der edding AG.

## Grundlagen des Konzerns

### Strategische Eckpfeiler und Transformation

Die edding AG befindet sich seit Anfang 2021 in einem umfassenden Transformationsprozess. Im Zentrum steht die Frage des WARUM, der Daseinsberechtigung unseres Unternehmens. Dabei steht über allem die Entwicklung hin zu einer unternehmerischen Nachhaltigkeit (Corporate Sustainability), das heißt einem Unternehmen, dessen Sinn die nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft ist. Der finanzielle Erfolg bildet ein stabiles ökonomisches Fundament. Der Beitrag, den die edding Gruppe leisten will, findet sich in unserem WHY-Statement:

**„We care so that you dare to be who you are.“**

Darin steckt ein Bekenntnis zur Ausdrucksfreiheit als Teil des Persönlichkeitsrechts als Grundrecht jedes Menschen basierend auf unseren Unternehmenswerten Authentizität (Authenticity), Befähigung (Empowerment) und altruistischer Fürsorge (Truly Caring).

Dies wollen wir zudem unter Minimierung des negativen Einflusses auf unsere Umwelt erreichen. Daher haben wir uns mit Beginn des Jahres 2021 eine neue konzernübergreifende Aufbauorganisation gegeben. Deren Ziel ist es, unsere Geschäftsaktivitäten auf diesen Zweck auszurichten, sodass unsere Produkte und Lösungen maximal gestützt werden.



### New Business Unit 1

## Office & Industry Supplies

Hier befähigen wir professionelle Anwender in Büro, Industrie und Bildung mit qualitativ hochwertigen und zuverlässigen Büro- und Industriebedarfsprodukten zum Ausdruck ihrer Ideen zu Verbesserungen von Effizienz, Innovationskraft oder Kreativität. Strategisch gesehen bezeichnen wir diese Business Unit als unsere „Cash Cow“, die unsere starke Position in einem bestenfalls stagnierenden Markt in dauerhafte Profitabilität übersetzt.

Sortimente inkludieren unter anderem Board und Flipchartmarker, aber auch Permanentmarker aller Art.



Sinne. Der organisatorische Umbau basiert auf einer exzellenten internen Kooperation, die ebenfalls das WIE unseres Handelns bestimmt. Die Struktur des WARUM, WIE und WAS mit den Zielen, die wir damit verbinden, findet sich auch auf unserer Gruppen Balanced Scorecard wieder, die im Abschnitt „Steuerungssystem“ ausführlich beschrieben wird.

t, denn nur was individualisierten vation der/des mung mit den je-öglichem Niveau

die die Art und s Handelns ste- n Bedürfnisse opti- er Digitalisierung ben haben wir

interne Berichtswesen  
im Aufbau definiert die Segment- & Richterstattung  
Lage- & Konzernlage auf Basis der Geschäftsfelder  
auf Grund- Business Units!

marktseitigen  
ello näher be-

das diejenigen  
dnis aufweisen.  
rkürzt und Hierar-  
n Agilitätspro-  
lpunkt stellt. Die  
aus – einen

marktseitige  
iten im engeren



SÜDAMERIKA  
EUROPA

Kolumbien  
Brasilien  
Argentinien

Großbritannien  
Niederlande  
Belgien  
Frankreich  
Deutschland  
Griechenland  
Türkei

## Organisations- und Beteiligungsstruktur

### edding Konzerngesellschaften und Beteiligungen weltweit

Eine Aufstellung der Tochtergesellschaften und Beteiligungen befindet sich am Ende dieses Abschnitts. Zusätzlich können die Unternehmen nach den folgenden Funktionen zukünftig differenziert werden, wobei es ebenfalls Mischformen geben kann:

- Mutterunternehmen
- Plattformgesellschaften
- Sonstige Gesellschaften
- Beteiligungen

#### edding Konzerngesellschaften und Beteiligungen

##### Südamerika

- 2 Argentinien
- 1 Brasilien
- 1 Kolumbien

##### Europa

- 11 Deutschland
- 3 Niederlande
- 1 Belgien
- 1 Frankreich
- 1 Griechenland
- 1 Großbritannien
- 1 Türkei

Die edding AG ist das Mutterunternehmen des edding Konzerns und hält unmittelbare und mittelbare Beteiligungen an den Tochtergesellschaften.

Die Plattformgesellschaften können in internationale und lokale Plattformgesellschaften unterschieden werden.

In der edding International GmbH als wichtigste internationale Plattformgesellschaft sind die Leitungsfunktionen fast aller Business Units und Service Center angesiedelt. Hierüber obliegt ihr unter anderem die operative Steuerung von Beschaffung, Produktion und Logistik für die Business Units. Die Business Units und Service Center haben auch Mitarbeiter in der Legamaster International B.V., von der aus im Wesentlichen die entsprechenden Funktionen für die Business Unit COWO ausgeübt werden. Die internationalen Plattformgesellschaften erzielen ihre Umsatzerlöse sowohl mit den lokalen Plattformgesellschaften des Konzerns als auch mit unabhängigen Vertriebspartnern (Distributoren).

## Mitarbeiter

Im Berichtsjahr 2021 hat der Konzern im Jahresdurchschnitt 702 Mitarbeiter beschäftigt. In 2020 waren es noch 679 Mitarbeiter, so dass die Gesamtzahl der Mitarbeiter im Vergleich zum Vorjahr weiterhin gestiegen ist. Die Anzahl der Beschäftigten an den deutschen Standorten hat hierbei stärker zugenommen und lag im Jahresdurchschnitt bei 407 Mitarbeitern (Vorjahr: 379 Mitarbeiter).

In den Gesellschaften außerhalb Deutschlands ist im abgelaufenen Geschäftsjahr die Anzahl der Mitarbeiter mit durchschnittlich 295 Mitarbeitern im Vergleich zum Vorjahr (300 Mitarbeiter) nahezu gleich geblieben. Der Anteil der Beschäftigten außerhalb Deutschlands hat im Jahr 2021 mit 42 % (Vorjahr: 44 %) zum Vorjahr etwas abgenommen. Die edding AG hat im Jahresdurchschnitt 80 Mitarbeiter (Vorjahr: 76 Mitarbeiter) beschäftigt. Damit ist die Gesamtzahl an Mitarbeitern im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls leicht gestiegen.

Auch mit der Strategie 2025+ bleiben die Themen Personalentwicklung sowie Aus- und Weiterbildung die wichtigsten Eckpfeiler der Strategie des Bereichs Human Relations. Unter dem Dach des edding Campus bündeln wir bereits seit einigen Jahren alle Aktivitäten zu Wissensaufbau und Wissenstransfer. Dazu zählen neben weltweiten Sprachtrainings auch internationale Projektmanagementseminare, modular aufgebaute Vertriebstrainings, interkulturelle Schulungen, individuelles Coaching und vieles mehr. Mit dem edding Online Campus haben wir in 2021 den Einstieg in die Welt des digitalen und verstärkt selbstorganisierten Lernens geschafft. Seit Mai vergangenen Jahres bietet eine digitale Lernplattform allen Mitarbeitern weltweit Zugriff auf über 100 Onlineschulungen in fünf verschiedenen Sprachen. Ziel des digitalen Angebots ist nicht nur der Aufbau von Fachwissen, sondern vor allem die Schulung sogenannter Softskills, etwa Teamfähigkeit, Führungskompetenzen im agilen Umfeld und Konsumentenzentrierung.

Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter des edding Konzerns weltweit



Die COVID-19-Pandemie hat neben allen Herausforderungen auch Chancen für edding mit sich gebracht, die wir innovativ nutzen: Eine neue Betriebsvereinbarung zum Thema „Mobiles Arbeiten“ regelt unter anderem, dass alle Tätigkeiten, bei denen dies möglich ist, auch in Zukunft ortsunabhängig erfolgen können. Daneben startet edding unter dem Begriff „Future Workplace“ verschiedene Initiativen, um die Attraktivität des Arbeitsumfelds zu steigern. Dazu zählen Raummodule, deren Fokus auf Teamarbeit und Kommunikation liegen, sowie Rückzugsmöglichkeiten für bestimmte Tätigkeiten.

Das Feedback unserer Mitarbeiter liefert uns nicht nur konkrete Ansatzpunkte, wie wir unsere Mitarbeiter unterstützen und ihr Engagement stärken können. Die Mitarbeiterbefragung ist auch eine wichtige nichtfinanzielle Steuerungsgröße. Nachdem wir die in der Strategie 2020 angestrebten Zielwerte der Balanced Scorecard erreicht beziehungsweise sogar übertroffen hatten, haben wir in 2021 neben der Entwicklung zusätzlicher Feedbacksysteme auch mit der Weiterentwicklung der Mitarbeiterbefragung begonnen. Ziel ist es, weiterhin einen globalen Blick auf die Einschätzung aller Mitarbeiter in Bezug auf relevante Themen wie etwa Corporate Sustainability, Agilität, Leadership und die Strategie zu erhalten.

## Corporate Responsibility

Das Thema Corporate Responsibility (CR) ist seit vielen Jahren tief in unserer Unternehmenskultur verwurzelt, eng mit der Geschäftsstrategie verwoben und wird im Rahmen eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses beständig weiterentwickelt. Im Rahmen der Strategie 2025+ wollen wir nun den nächsten Schritt hin zu einem Corporate Sustainability Ansatz gehen, bei dem im Mittelpunkt allen unseres Handelns die Maximierung unseres sozialen Beitrags für mehr Ausdrucksfreiheit bei Minimierung der ökologischen Ressourcen steht. Dies wird uns auch in Zukunft unsere Daseinsberechtigung geben und Inspirationsquelle für Lösungen und Produkte sein, mit denen wir einen Beitrag für eine auch in Zukunft lebenswerte Gesellschaft leisten können. Wesentliche Gedanken und Ideen sind in unserem Corporate Responsibility Leitbild zusammengefasst, welches unter dem Dach der Verantwortung die fünf Handlungsfelder Strategie, Produkte, Umwelt, Unternehmenskultur und Gesellschaft vereint.

Informationen zur Nichtfinanziellen Erklärung des edding Konzerns sind im Abschnitt Sonstige Berichterstattung dargestellt.







# Die Stärke kindlicher Leichtigkeit

Mein Wunsch für die Zukunft: Ich hoffe, dass ich und meine Familie in der neuen Heimat glücklich werden. Aufgrund eines Jobwechsels meines Mannes bin ich mit ihm und unseren beiden Kindern in eine neue, fremde Stadt gezogen. Zunächst war ich sehr besorgt um unsere Kinder, da wir die beiden aus ihrer gewohnten Umgebung rausrissen. Sie mussten den Kindergarten bzw. die Schule wechseln, ihre Hobbies aufgeben und sich einen neuen Freundeskreis aufbauen. Es war sehr viel, was wir von ihnen verlangten. Doch das alles taten wir mit der Vision, ihnen eine bessere Zukunft schenken zu können.

Bereits während des Umzugs konnte ich allerdings feststellen, dass sich die beiden ihre eigenen Visionen zusammen fantasieren. Die kleine spielte gut gelaunt mit den entleerten Umzugskartons und gestaltete sich mit den edding Markern, die wir für die Beschriftung der Kartons genutzt hatten, eine eigene Fantasie-Welt. Sie spielte den Roboter „Robo“ und erklärte mir, dass „Robo“ so mächtig sei, dass er alle Probleme, die ihn konfrontieren, einfach wegpusten könne.

Also sei „Robo“ niemals traurig oder unglücklich. Anscheinend hatte sie meine Anspannung und Sorgen bemerkt und versucht, mich aufzumuntern.

**Es ist unglaublich, wie es dieses kleine Wesen schafft, mir meine Zweifel und Unsicherheiten zu nehmen.**

Auch ihr großer Bruder verhielt sich ähnlich zuversichtlich. Voller Begeisterung plante er ein Zimmer ganz im Basketball-Thema. Außerdem konnte er es kaum erwarten, sich bei dem Basketball-Verein seiner neuen Heimatstadt anzumelden und träumt immer noch davon, irgendwann einmal ganz groß rauszukommen. Ich wünsche mir sehr, dass seine Träume in Erfüllung gehen werden. Aber wie ich ihn kenne, wird er auch alles dafür geben.



Hannah (38)

**Leidenschaft:**  
Ich blogge über DIY-Projekte!

**Lebensmotto:**  
Lassen wir gestern los und leben wir heute.



Hannah und ihre Familie zogen in eine fremde Stadt. Die Kinder schafften es mit ihrer kindlichen Leichtigkeit, Hannahs Zweifel und Schuldgefühle, die aufgrund des Umzugs entstanden, einfach wegzublases.

gedruckt mit dem edding Kompaktdrucker





# Steuerungssystem

## Strategische Steuerung

Als Finanzholding des edding Konzerns verfolgt die edding AG als strategisches Ziel die nachhaltige Wertsteigerung und Entwicklung des edding Konzerns. Gemäß der Präambel der Satzung der edding AG soll dabei auch die nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft mit dem Ziel, eine lebenswerte Welt für kommende Generationen zu erhalten und zu schaffen, gefördert werden. Dies bestimmt auch die strategische Steuerung des Unternehmens.

Für die strategische Steuerung des edding Konzerns nutzen wir derzeit das Balanced-Scorecard-System 2025+ für den Zeitraum 2022 bis 2026. Dieses System dient für uns gleichermaßen als Zielsystem und Maßnahmenverfolgungs-Instrument. Dabei wurden die strategischen Ziele von edding auf mehrere Hierarchie-Ebenen heruntergebrochen, so dass alle Funktionsbereiche über eine eigene Balanced Scorecard mit ihren Strategiezielen verfügen.

Die Balanced Scorecards enthalten finanzielle sowie nichtfinanzielle Ziele und spiegeln unsere in den Jahren 2018 und 2019 herausgearbeitete Daseinsberechtigung, die in unserem WHY-Statement mündet, wider:

### We care so that you dare to be who you are

Ihre Struktur ist individuell auf die Belange von edding zugeschnitten und gliedert sich – angelehnt an die sogenannte Golden-Circle-Analyse des US-amerikanischen Unternehmensberaters Simon Sinek und ergänzt um die Finanzperspektive – in vier Dimensionen:



Die Group Balanced Scorecard 2025+ stellt die oberste Hierarchieebene des Systems dar und spiegelt das Bestreben wider, in Verbindung mit einer nachhaltigen Geschäftsentwicklung ein am Sinn unseres WHY-Statements orientiertes, konsumentenzentriertes und agiles Unternehmen zu werden:

Wir sorgen dafür, dass du so sein kannst, wie du willst!

Wir sind ein konsumenten-zentriertes, agiles Unternehmen!

### › WARUM – edding ink

- We will be a purpose-driven branded company which makes an impact on people daring to be who they are.
- We will immensely increase our positive impact on the environment and be CO<sub>2</sub>-neutral by compensation latest 2024.
- We will ensure highest motivation and highest fit for all eddings.

### › WIE – organisational principles

- Our business results will be based on deep understanding of consumer behaviour by consumer-centricity.
- We will be an agile enterprise where truly empowered eddings turn learnings about the consumer into immediate user benefit.
- Our service centers deliver highest-quality services based on excellent intra-organisational collaboration.

Wir schaffen einen Nutzen für den Konsumenten!

Wir agieren nachhaltig und zukunftsicher!

### › WAS – Our daily business

- We empower professional users in Office, Industry and Education with reliable writing and marking supplies, maintaining a long-living cash cow.
- We empower private end users to implement their creative needs and to master their challenges at home, resulting in growth to 80 Mio. EUR turnover.
- We empower professional users with more effective collaboration@work solutions, resulting in 55 Mio. EURO Sales in 2026.

### › FINANZEN & RISIKO – The outcome

- We will have gross sales of 200 Mio. EUR (or cumulated 850 Mio. EUR from 2022 to 2026 ...).
- ... resulting in an EBIT of 10% of net sales before structural invest either in 2026 or cumulated from 2022 to 2026.
- We will secure our financial health by adhering to our Financial Covenants.
- We will ensure our long-term health by adhering to our Innovation Covenants, Brand Covenants and our Regional covenants.



Günter (44)

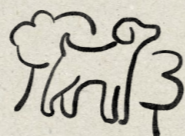
Ein schöner Alltagsmoment:

Mit dem Fahrrad zur Arbeit fahren und von der Sonne angestrahlt zu werden.

Ulrike (55)

Ein schöner Alltagsmoment:

Der tägliche Spaziergang mit meinem Hund.



Sophia (17)

Mein mutiger Moment:

In diesem Jahr konnte ich besonders mutig meine Meinung vertreten

Dominik (32)

Mein mutiger Moment:

Ich habe mich, entgegen den Erwartungen meiner Eltern, für einen anderen Lebensweg entschieden.

# Für alltägliche & mutige Momente.

edding begleitet dich in den bedeutsamen Momenten deines Lebens. Diese Momente sind ganz individuell, denn jeder von uns schreibt seine eigene Geschichte. Die folgenden beiden Doppelseiten zeigen dir, wie die ganz alltäglichen, aber auch die mutigen Momente, das Leben deiner Mitmenschen zu etwas ganz Besonderem machen.

Jerome (37)

Mein mutiger Moment:

Ich habe meiner langjährigen Freundin einen Heiratsantrag gemacht.



Erfahre mehr über diese Geschichte auf der nächsten Doppelseite.

Mein mutiger Moment:

Mein letztes Zahnarzt-Termin!!!

Steffi (29)

Jonas (27)

Ein schöner Alltagsmoment:

ICH TRINKE GERNE EINE SCHÖNE TASSE KAFFEE IN ALLER RUHE



2  
Ein schönes Alltagsmoment:

Ich freue mich, wenn ich meinem Freund einen Morgengruß schreibe oder abends mit ihm videotelefoniere & wir dabei eine Serie zusammen schauen!

Madita (23)

Mein persönlicher mutiger Moment:






## Die alles entscheidende Frage

Das Jahr 2021 sollte mir noch lange in Erinnerung bleiben, denn ich beschloss, dass ich meiner langjährigen Freundin Rabea in diesem Jahr die Frage aller Fragen stellen möchte: „Willst Du meine Frau werden?“ Ich musste mir nur noch überlegen, wie ich das anstellen könnte. Wenn man im Netz surft, stößt man auf tausende von Möglichkeiten, wie man einen Heiratsantrag stellen kann. Sei es bei einem romantischen Dinner im Restaurant, im Urlaub am Strand, auf der Bühne eines Konzerts oder sogar im TV. Das Problem ist nur, dass all diese Vorschläge weder zu Rabea noch zu mir passen. Ich weiß, dass Rabea mich killen würde, würde ich ihr einen Antrag in aller Öffentlichkeit machen – bei dem alle umstehenden Menschen gebannt auf ihre Antwort warten würden, um anschließend begeistert losklatschen zu können. Es sollte also ein intimer, privater Moment nur zwischen uns beiden werden. Dementsprechend dachte ich an einen schönen Ausflug oder einen Spaziergang in der Natur. In meinem Kopf speicherte ich eine To-Do-Liste mit Dingen ab, die ich für den Antrag noch erledigen musste: Eine Route raussuchen, einen Ring aussuchen und mir ein paar schöne Worte zusammenlegen.

Fakt ist, zu diesen Dingen sollte es jedoch nicht mehr kommen – zumindest nicht vor dem Antrag. Wir verbrachten einen verreg-

neten Herbstabend zusammen auf der Couch und schauten uns spontan alte Fotobücher an. Dabei riefen wir uns wieder all die Jahre in Erinnerung, die wir schon zusammen verbringen konnten; inklusive unserer scheußlichen Frisuren während des Abiballs im Jahr 2004, unserer Modesünden auf unserer ersten gemeinsamen Party und unseres Umzugs in die erste kleine, gemeinsame 50 m<sup>2</sup> Zwei-Zimmer-Wohnung.

### Plötzlich hatte ich es im Gefühl: Dieser Moment ist perfekt.

Mit dem Vorwand, noch ein paar Snacks aus der Küche hohlen zu wollen, wechselte ich den Raum. Ein Album hatte ich dabei unter dem Arm geklemmt. Ich öffnete die Schublade unserer Küchenzeile und holte Papier, Schere und edding Marker heraus. Auf das Papier schrieb ich den Satz: „Möchtest Du meine Frau werden?“, schnitt es zu einem Herzen aus und legte den beschriebenen Zettel anschließend ins Album. 

Ein paar Minuten später blätterte Rabea die Seite auf und hielt die Frage zunächst für einen Scherz. Als sie mir in die Augen blickte, merkte sie jedoch, dass ich es ernst meine – sehr ernst. Sofort fiel sie mir in die Arme und nickte ausgiebig. Ich glaube, authentischer hätte der Moment nicht sein können. Wer braucht da schon den großen Auftritt?

Jerome (37)

**Leidenschaft:**  
Ich spiele gerne darts.

**Lebensmotto:**  
Don't worry about sh\*t,  
before it actually happens.



Jerome machte seiner langjährigen Freundin Rabea einen Heiratsantrag – und das ganz anders als zunächst geplant.

gedruckt mit dem edding Kompaktdrucker

## Chancenbericht

### Chancenmanagement

Die edding AG bewegt sich mit ihren Geschäftsfeldern in einem dynamischen Marktumfeld. Neben den allgemeinen konjunkturellen und politischen Rahmenbedingungen unterliegen wir auch den Veränderungsprozessen in unseren jeweiligen Branchen, inklusive der diesen zugrundeliegenden Änderungen der Verbrauchergewohnheiten und -präferenzen.

Die Dynamik der Veränderungen in der Bürobedarfsbranche bleibt bestehen. In nahezu allen Ländern unserer Kernmärkte in Europa nimmt die Bedeutung von rein onlinebasierten Handelsanbietern weiter zu, auch forciert durch die coronabedingte Schließung von Ladengeschäften. Auf Seiten der Endverbraucher ergeben sich durch mehr Digitalisierung, zunehmende Mobilität von Mitarbeitern und Endverwendern sowie die Verbreitung neuer Formen des Zusammenarbeitens kontinuierlich neue Herausforderungen. Auch hier haben die Zunahme von Homeoffice und die sonstigen Corona-Effekte die Trends eher beschleunigt. Wir versuchen beständig, unsere strategische Ausrichtung und unsere operativen Geschäftsprozesse diesen Herausforderungen anzupassen und dabei einen nachhaltigen Mehrwert zu schaffen.

Als mittelständisches börsennotiertes Unternehmen sehen wir es dabei als unsere wesentliche Herausforderung, ein kontinuierliches Risikobewusstsein und aktives Risikomanagement mit unternehmerisch geprägter Chancenorientierung in Einklang zu halten. Wir verfügen dabei sowohl hinsichtlich der Risikobewertung als auch bezüglich der Chancenbewertung über solide Steuerungsinstrumente, um die notwendige Balance aufrechtzuerhalten.

In unseren Planzahlen und Budgets sowie in unserem Ausblick für 2022 haben wir die Chancen – und ebenso die Risiken – berücksichtigt, für deren Eintreten wir die relevante Wahrscheinlichkeit deutlich über 50 % sehen. In den nachfolgenden Abschnitten beschreiben wir für unsere Geschäftsfelder Schreiben und Markieren, Visuelle Kommunikation und Technological Solutions die jeweiligen Ereignisse und Aktivitäten, die im Falle ihres Eintretens zu einer für den edding Konzern deutlich positiven Verbesserung bei Umsatz und Ergebnis führen können.

### Geschäftsfeld Schreiben und Markieren

#### › Chancen durch positive wirtschaftliche Entwicklung:

Als Basis für unsere Planungen und Budgets gehen wir von den im Abschnitt Prognosebericht aufgeführten wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen aus. Im Geschäftsfeld Schreiben und Markieren planen wir ein moderates Wachstum im Vergleich zum Geschäftsjahr 2021. Getragen wird dies von nahezu allen geografischen Regionen. Sowohl Deutschland als auch das übrige Europa sollen wachsen. In Europa erwarten wir vor allem im Vereinigten Königreich, Frankreich, Benelux, Spanien und der Türkei Wachstumsimpulse, während in Lateinamerika vor allem Kolumbien die coronabedingten Nachfrageeinbrüche kompensieren sollte.

#### › Chancen durch neue Produkte und Vermarktungskonzepte:

Als Markenartikelunternehmen, welches seine Kernkompetenzen im Wesentlichen in den Bereichen Marketing und Vertrieb sieht, arbeiten wir kontinuierlich an der Optimierung unseres Produktportfolios und der weiteren Durchdringung unserer Absatzmärkte. Im Fokus stehen dabei Produkte und Lösungen, die den Mehrwert für unsere Kunden und Endverwender in den Vordergrund stellen. In 2022 erwarten wir Umsatzwachstum vor allem für unsere B2C Sortimente, also Produkte für den privaten Endkonsumenten. Dabei setzen wir neben einem weiter wachsenden Bedarf an Produkten für kreatives Gestalten auch auf die Einführung von punktuell neuen Farben sowie von differenzierteren Angebotsformen für einzelne Vertriebskanäle. Für den Bereich der kompatiblen Toner und Tinten steht regelmäßig die laufende Aktualisierung des Sortiments im Vordergrund. Sollten sich für einzelne oder mehrere der Sortimentserweiterungen gegenüber der Planung eine höhere Nachfrage oder eine deutliche Verbreiterung der Händlerbasis, insbesondere im europäischen Ausland, ergeben, wird sich dies positiv auf unsere Umsatz- und Ertragslage auswirken. Darüber hinaus befinden sich weitere Produkt- und Konzeptentwicklungen in der Machbarkeitsprüfung beziehungsweise Umsetzungsvorbereitung. Sollten wir einzelne dieser Konzepte über das bereits geplante Maß hinaus früher fertigstellen, könnte sich dies positiv auf unsere Umsatz- und Ertragslage auswirken.

#### › Chancen durch Kundenbeziehungen und Vertriebsnetzwerke:

Die große Nähe zu unseren Handels- und Distributionskunden bleibt ein Erfolgsfaktor unserer Marktbearbeitung. Wir arbeiten kontinuierlich an der weiteren Optimierung unserer Kundenbeziehungen und fokussieren uns dabei zunehmend auf die internationalen B2C Händler, sowohl stationär als auch online. Bei der Bearbeitung von Wachstumskanälen wie Discountern, E-Commerce oder Industriezulieferern setzen wir dabei zunehmend auf zentrale Unterstützung der Länder durch spezialisierte Kanal-Entwicklungsteams. Sollten wir bei der Erschließung dieser Kunden gerade außerhalb Deutschlands schneller als bisher geplant vorankommen, dürfte sich dies positiv auf Umsatz und Ertrag auswirken. In 2022 werden wir zudem eine neue Betreuung des polnischen Marktes durch ein eigenes Team umsetzen und auch in anderen Märkten suchen wir kontinuierlich nach den bestmöglichen Vertriebsansätzen. Sollten sich bestehende Kooperationen besser entwickeln als geplant beziehungsweise neue Kanalzugänge schneller als geplant umsetzen lassen, dürfte sich dies positiv auf Umsatz und Ertrag auswirken.

#### › Chancen durch Partnermarken:

edding hat in der Vergangenheit gute Erfahrungen mit Partnermarken gemacht. Dies sind Herstellermarken, die mit ihren Vertriebsorganisationen edding Produkte in kompletten Ländern oder einzelnen Vertriebskanälen vertreiben oder deren Produkte edding im Gegenzug in ausgewählten Ländern beziehungsweise Kanälen distribuiert. Der Vertrieb dieser Partnermarken generiert nicht nur zusätzliche Deckungsbeiträge, sondern ermöglicht es häufig, eine relevante Größe für bestimmte Handelsformate zu erreichen, um diese effizienter betreuen und beliefern zu können. Gleichzeitig unterziehen wir bestehende Kooperationen einer kontinuierlichen Erfolgsprüfung. Für 2022 ist eine moderat positive Entwicklung der bestehenden Partnerschaften geplant.



## Geschäftsfeld Visuelle Kommunikation

Das Geschäftsfeld Visuelle Kommunikation bewegt sich in zwei sehr unterschiedlich zu bewertenden Produktsegmenten. Auf der einen Seite stehen klassische Medien wie Weißwandtafeln, Flipcharts und Moderationswände, auf der anderen Seite der Bereich der digitalen Lösungen mit e-Screens und interaktiven Whiteboards.

Nachdem wir in 2021 den deutlichen coronabedingten Einbruch des Vorjahres nur teilweise wieder ausgleichen konnten, erwarten wir für 2022 eine weitere Erholung und Umsatzerlöse in der Größenordnung von 2019. Hauptwachstumstreiber für 2022 sehen wir in Deutschland und der Schweiz, im Vereinigten Königreich sowie in Frankreich, Belgien und den Niederlanden.

### › Chancen durch positive wirtschaftliche Entwicklung:

Für nahezu alle Märkte erwarten wir, dass sich die coronabedingte Zurückhaltung der Endverwender unserer Zwischenhändler deutlich abmildert. Trotz Anstieg von Homeoffice Angeboten und weiterhin vorsichtiger Investitionsneigung sollte eine gewisse Normalisierung der Ausgabebereitschaft und die sukzessive Freigabe von zurückgestellten Ersatzinvestitionen einen Anstieg der Nachfrage bewirken. Sollten sich die konjunkturellen Aussichten und die damit einhergehende Bereitschaft zu Investitionen in die Kooperation am Arbeitsplatz über das angenommene Maß hinaus verbessern, könnte sich dies auch positiv auf unsere Umsatz- und Ertragsbeiträge auswirken.

### › Chancen durch digitale Lösungen für den Bildungsbereich:

Der Bildungsbereich ist ein wesentliches Wachstums- und Investitionsfeld für Legamaster. Neben den hohen Erwartungen an Umsätze vor allem mit Privatschulen in Argentinien ist auch weiterhin der deutsche Digitalpakt ein wesentlicher Faktor bei der Entwicklung neuer Sortimente und Lösungen für den Bildungsbereich.

### › Chancen durch neue Beratungs- und Serviceangebote:

Mit der Integration der Playroom-Angebote in 2021 bieten wir weitere Kollaborationslösungen für die neuen Arbeitswelten. Für das Geschäftsjahr 2022 haben wir in diesem Bereich eine weitere Ausweitung der Umsatzerlöse auf einen hohen sechsstelligen Betrag vorgesehen. Sollten wir unsere Lösungsangebote beziehungsweise die Kundenakquise schneller als geplant ausweiten können, wird sich dies positiv auf die Umsatz- und Ertragslage auswirken.

### › Chancen durch Kundenbeziehungen und Vertriebsnetzwerke:

Die Ausweitung unseres Vertriebsnetzwerks ist weiterhin eine wesentliche Aufgabe der Legamaster Teams in der Zentrale in Lochem und in den Ländern. Sollten wir bei der Geschwindigkeit der Erschließung alternativer Marktzugänge schneller voranschreiten als für 2022 geplant, dürfte sich dies positiv auf die Umsatz- und Ertragslage auswirken.

## Geschäftsfeld Technological Solutions

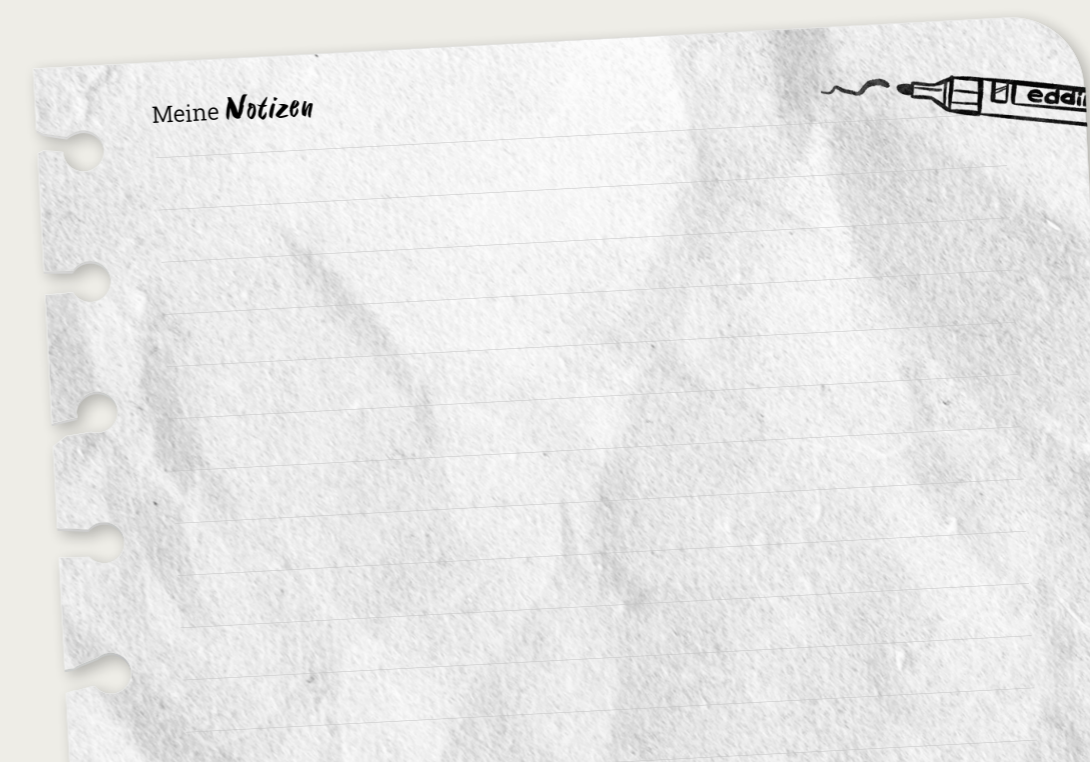
In 2021 wurde die Erreichung unserer Umsatzziele durch die COVID-19-Pandemie sehr stark behindert: Neben dem Ausfall von Messen und Kundenbesuchen, welche für unsere neuen Lösungen ein wesentliches Vermarktungselement darstellen, hat auch die allgemein zurückgegangene Investitionsbereitschaft der Kunden einen erheblichen Anteil an unserem überschaubaren Wachstum. Für 2022 haben wir erneut deutlich höhere Umsatzerwartungen an beide Segmente.

### › Chancen durch Kundenbeziehungen und Vertriebsnetzwerke:

Die Akquise von weiteren Vertriebspartnern sowie der strukturierte Ausbau der direkten Endkonsumentenbeziehungen sind die wesentlichen Erfolgshebel für das Wachstum im Bereich Kompaktdrucker. Sollte den edding Teams dies in den fokussierten Märkten in Europa oder unserem Kooperationspartner Elried Markierungssysteme GmbH in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie in den USA schneller als geplant gelingen, wird dies positive Auswirkungen auf unsere Umsatz- und Ertragslage haben. Eben solche positiven Auswirkungen hätte die frühere oder intensivere Erschließung weiterer Märkte, die bisher noch nicht aktiv beziehungsweise nicht fokussiert bearbeitet werden. Für 2022 haben wir erstmalig nennenswerte Umsätze für die digitale Führerscheinkontrolle „easycheck by edding“ eingeplant. Sollte der unterstellte Hochlauf unserer Vertriebsaktivitäten schneller oder erfolgreicher als geplant gelingen, dürfte sich dies positiv auf die Umsatz- und Ertragslage auswirken.

### › Chancen durch neue Produkte und Lösungsangebote

Für die Kompaktdrucker arbeiten wir mit unserem Technologiepartner laufend an Erweiterungen des Drucker- und Tinten-Sortiments. Sollten wir die geplanten neuen Produkte und Lösungen schneller zur Marktreife bringen als geplant, dürfte sich dies positiv auf die Umsatz- und Ertragslage auswirken.



## Risikobericht

### Risikomanagementsystem

Das Risikomanagementsystem der edding AG ist integraler Bestandteil aller Planungs- und Berichterstattungssysteme in allen Konzernbereichen beziehungsweise Tochterunternehmen. Alle Geschäftsfelder der edding AG sind insbesondere aufgrund der internationalen Ausrichtung einer Vielzahl von Risiken ausgesetzt. Zum rechtzeitigen Erkennen aller wesentlichen Risiken setzt die edding AG seit Jahren ein standardisiertes Risikomanagementsystem ein. Dies umfasst die systematische Identifikation, Bewertung, Steuerung, Dokumentation, Kommunikation und Überwachung von Risiken. Im Rahmen der Corporate Governance tragen sowohl Risikosteuerung und -überwachung als auch das interne Kontrollsystem (IKS) zum Risikomanagement bei. Die Bewertung der Risiken erfolgt dabei konzernweit einheitlich nach der potenziellen Schadenshöhe und deren Eintrittswahrscheinlichkeit. Zudem erfolgt eine Betrachtung von alternativen Szenarien (Worst-, Average- und Best-Case) und den sich ergebenden Risikoeurwartungswerten. Daraus möglicherweise resultierende Rückstellungen und Wertberichtigungen werden in den Bilanzen der jeweiligen Bereiche, beziehungsweise Gesellschaften, dargestellt.

Die jeweils direkte Verantwortung für die Früherkennung, Steuerung und Kommunikation der Risiken ist festgelegt und obliegt den sogenannten „Risk Owners“, die grundsätzlich dem Management der Geschäftsbereiche oder der Tochtergesellschaften angehören. Die im Risikomanagementhandbuch beschriebenen risikopolitischen Grundsätze der edding AG sowie die in der Risikodokumentation aufgenommenen Risikoindikatoren regeln die Meldepflichten bei Veränderungen der Risikolage. Die regelmäßige Berichterstattung zur Risikolage des Konzerns erfolgt in Quartalsberichten an den Vorstand und Aufsichtsrat. Aktuelle Entwicklungen im Risikomanagement, der Stand von Maßnahmen zu wesentlichen Risiken sowie gegebenenfalls aktuell eingetretene Risiken stehen in jeder Sitzung dieser Gremien auf der Tagesordnung.

Aufgrund des potentiellen Risikos der COVID-19-Pandemie wurde, unmittelbar nach Ausbruch des Virus, im März 2020 eine Corona Risk Management Group (CRMG) eingerichtet, in der neben dem Vorstand auch die Stabsstelle Governance, Risk Management und Compliance (GRC) sowie Human Relations vertreten sind. Über die CRMG erfolgt ein kontinuierliches Monitoring der Ereignisse, die Steuerung von Maßnahmen sowie ein ständiger Austausch mit den operativen Gesellschaften und der konzernweiten Belegschaft. Neben der CRMG wurde in 2021, bedingt durch die weltweite Entwicklung auf dem Rohstoff- und Transportmarkt, zusätzlich noch die Gruppe „Risk Management Suppliers“ eingerichtet.

Die Überprüfung und Weiterentwicklung des Risikomanagementsystems erfolgt durch die Stabsstelle GRC, die direkt dem Finanzvorstand unterstellt ist. Zusätzlich zu der im Rahmen der jährlichen Abschlussprüfung stattfindenden Beurteilung der Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft stellt dies einen weiteren Baustein der Risikominimierung dar.

Erläuterungen zu „Risk Management Suppliers“ im Abschnitt „Marktrisiken“.

### Compliance Management System

Die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben und internen Richtlinien (Compliance) ist für die edding AG eine unverzichtbare Grundlage einer erfolgreichen und nachhaltigen Unternehmensführung. Die unternehmensinternen Regeln und ethischen Grundsätze hat edding mit dem edding INK Code dokumentiert. Der edding INK Code, der im firmeninternen Intranet zu finden ist, bildet die Basis des Compliance Management Systems (CMS). Basierend auf einer Compliance-Risikoanalyse wurden zur Sicherstellung von Compliance unter anderem Richtlinien zu Antikorruption, Kartellrecht und Datenschutz implementiert.

Darüber hinaus achtet jedes Mitglied des Vorstands darauf, dass im jeweiligen Ressort die geltenden Gesetze und Vorschriften eingehalten werden. Im Bereich der Produktsicherheit und der rechtlichen Rahmenbedingungen in Bezug auf unsere Produkte werden wir dabei von der Stabsstelle Regulatory Affairs unterstützt, die regelmäßig Projekte zur Umsetzung und Einhaltung neuer Regelungen wesentlich mit vorantreibt. Hier sind insbesondere die EU-Chemikalienverordnung zur Registrierung, Bewertung, Zulassung und Beschränkung von Chemikalien („REACH“) sowie die EU-Biozidverordnung zu nennen, die den Einsatz von Chemikalien regelt. Das Monitoring der bestehenden rechtlichen Rahmenbedingungen in diesem Bereich stellen wir durch ein Rechtsquellenkataster sicher, das durch einen externen Dienstleister für uns erstellt und regelmäßig aktualisiert wird.

Um Kenntnisse von möglichen Compliance-Verstößen zu erlangen, steht den Führungskräften und Mitarbeitern ein Hinweisgebersystem („Whistleblowing-System“) zur Verfügung, welches auf geeignete Weise die Möglichkeit einräumt, geschützt Hinweise auf Rechtsverstöße im Unternehmen zu geben. Zu diesem Zweck ist hinterlegt, dass Meldungen an einen unabhängigen Ombudsmann oder den Compliance Officer gehen. Ziel des Hinweisgebersystems ist, neben der frühzeitigen Aufdeckung, vor allem die Prävention interner Missstände und Risiken. Das Hinweisgebersystem ist auch für externe Dritte geöffnet.

Die Weiterentwicklung des CMS erfolgt über die Stabsstelle GRC. Ziel ist es, das moderne CMS unter Berücksichtigung der edding Kultur, der bestehenden Unternehmensstrategie und des darauf ausgerichteten Balanced Scorecard Systems kontinuierlich weiter auszubauen. Die Weiterentwicklung und Schulungen zu compliancerelevanten Sachverhalten wurden auch in 2021 vorangetrieben und berücksichtigten die individuellen Anforderungen der einzelnen Tochtergesellschaften und gesetzliche Anforderungen. Die Stabsstelle berichtet an den Finanzvorstand, wobei alle Mitglieder des Vorstands die Weiterentwicklung unseres CMS als gemeinsame Aufgabe verstehen und daran mitwirken. Im Geschäftsjahr 2022 wird das CMS unter Berücksichtigung gesetzlicher Vorgaben und interner Richtlinien an die Strategie 2025+ angepasst.



Eine Idee, von der ich überzeugt bin:

Ich sollte eine Bar eröffnen!

Lukas (38)

Sandra (42)

Eine Idee, von der ich überzeugt bin:

Einen Demenz-Bauernhof zu eröffnen:  
Für ältere Bewohner, die früher selbst Gemüse geerntet oder Tiere versorgt haben. Ich wollte ihnen diese Momente im Alter in umsetzbarer Form wieder bringen. 😊

# Für kleine & große Ideen.

edding begleitet dich in den bedeutsamen Momenten deines Lebens.

Diese Momente sind ganz individuell, denn jeder von uns schreibt seine eigene Geschichte. Die folgenden beiden Doppelseiten zeigen dir, wie große, aber auch ganz kleine Ideen das Leben deiner Mitmenschen verändern können.

Sophia (17)

Eine Idee, von der ich überzeugt bin:

Herzelsiele dürfen uns ein bisschen Angst und Glück vor Aufregung machen. ⚠️

Nina (22)

Eine Idee, von der ich überzeugt bin:

Selbstgemachte Fittränke-Untersetzer als Geburtstagsgeschenk - SIND DER HIT!



Silvi (33)

Eine Idee, von der ich überzeugt bin:

Ich hatte eine kreative Idee, um meiner Mama mitzuteilen, dass ich sie zur Oma mache!

Erfahre mehr über diese Geschichte auf der nächsten Doppelseite.



Günter (50)

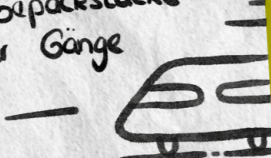
Eine Idee, von der ich überzeugt bin:

ICH HATTE SCHON DIE EIN ODER ANDERE GUTE IDEE AUF DER ARBEIT, UM PROZESSABLAUFE ZU VEREINFACHEN :-)

Lena (25)

Eine Idee, von der ich überzeugt bin:

Mir kam beim Zufahren die Frage in den Sinn, warum die Kofferablagen sich nicht unter den Sitzen befinden, anstatt darüber. Ich denke, es ist eine gute Idee, um zu verhindern, dass schwere Gepäckstücke Sitzplätze oder Gänge blockieren.



Platz für eine gute Idee:





## Kleine Worte mit großer Wirkung!

Vor einem halben Jahr haben mein Partner und ich erfahren, dass wir ein gemeinsames Kind erwarten. Nach all den negativen Botschaften, die uns Menschen im Jahr 2021 erreichten, war diese Nachricht ein echter Lichtblick und Hoffnungsschimmer. Wir waren überglücklich! Ich hätte diese frohe Botschaft am liebsten sofort meiner Mama verkündet. Wir stehen uns nämlich sehr nahe und erzählen uns eigentlich alles. Wirklich ALLES. Aber nicht diesmal. Mein Partner und ich vereinbarten, unser Glück die ersten paar Monate für uns zu behalten. Somit hatte ich immerhin genügend Zeit, um mir Gedanken darüber zu machen, auf welche Art und Weise ich meiner Mama die Nachricht verkünden möchte, dass ich sie zur Oma machen werde. Es sollte eine richtig schöne Überraschung werden!

Als der Zeitpunkt reif war, lud ich sie und ihren Freund zum Kaffeetrinken zu mir nach Hause ein. Als die beiden eintrafen, schenkte ich ihnen eine schöne Tasse Kaffee ein. Dazu gab es Kekse und Kuchen. Zu viert aßen und tranken wir und unterhielten uns dabei über Gott und die Welt. Innerlich wartete ich jedoch lediglich auf den Moment, in dem meine Mutter ihre Tasse leeren würde. Denn auf dem Tassenboden versteckte sich die Glücksbotschaft!

Ein paar Tage zuvor hatte ich mit einem edding Porzellanmarker die Worte „Du wirst Oma“ auf den Tassenboden geschrieben und die Tasse anschließend für 25 Minuten bei 160°C im Ofen erhitzt, damit die Schrift einbrennen konnte und schließlich nicht in den Kaffee gelangt.

Nachdem wir eine halbe Stunde lang am Tisch saßen war es so weit: Meine Mutter wunderte sich, was denn da im Kaffee schwimme. Ich war so aufgeregt, dass ich nicht mehr an mir halten konnte. Ich forderte sie auf, die Tasse komplett zu leeren und noch einmal auf den Tassenboden zu schauen. Sie folgte meiner Aufforderung und fing schließlich im ganzen Gesicht an zu strahlen.

**Abwechselnd schaute sie zu mir und meinem Partner, um sich zu versichern, dass die Worte tatsächlich der Wahrheit entsprechen. Ich nickte ihr lächelnd zu. Ihre Augen füllten sich mit Tränen, sie stand auf und nahm mich in den Arm.**

Dieser Moment war ein Marmeladenglas-Moment voller Emotionen, den ich für immer in Erinnerung behalten möchte.



Silvi (33)



**Leidenschaft:**

Ich liebe es, Menschen die mir nahe stehen, zu überraschen!

**Lebensmotto:**

Es muss von Herzen kommen, was auf Herzen wirken soll.



Silvi hat ihre Mutter auf eine ganz besondere Art und Weise mit der Botschaft überrascht, dass sie sie zur Oma macht.





## Wirtschaftsbericht

### Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen

Das Jahr 2021 stand weltwirtschaftlich und auch bezogen auf unsere Märkte gesehen weiterhin stark im Zeichen der COVID-19-Pandemie. Die Weltwirtschaft ist schwächer in das Jahr 2022 gestartet als zuvor erwartet. Als Antwort auf die sich schnell ausbreitende Omikron COVID-19-Variante wurden in vielen Staaten wieder Kontakt- und Mobilitätsbeschränkungen verhängt. Steigende Energiepreise und Störungen der Lieferketten haben zu einer höheren und breiter angelegten Inflation geführt als erwartet, insbesondere in den Vereinigten Staaten und in vielen Schwellen- und Entwicklungsländern, aber auch in Deutschland.

Der Internationale Währungsfonds (IMF) prognostiziert daher, dass sich das globale Wachstum von 5,9 % im Jahr 2021 auf 4,4 % im Jahr 2022 abschwächen wird. Die Reduzierung der expansiven Geldpolitik in den USA, der steigenden Inflation entgegentretend, sowie die anhaltenden Lieferengpässe, auch durch Chinas Null-Toleranz-Politik in Bezug auf COVID-19, sind einige der Kernfaktoren für die gedämpfte Prognose.<sup>7</sup>

Wie prognostiziert führte die Coronakrise zu einer Beschleunigung von Digitalisierungstendenzen und neuen Arbeitswelten und damit dem gesamten Verbraucherverhalten. Remote Working ist mittlerweile in weiten Teilen Normalität, auch unabhängig von der Pandemie. Ende Januar 2021 arbeiteten bereits 24 % und damit knapp ein Viertel der befragten Erwerbstätigen ausschließlich oder überwiegend im Homeoffice.<sup>8</sup> Auch diejenigen privaten Verbraucher, die zuvor den Stationärformaten die Treue gehalten hatten, sind mittlerweile daran gewöhnt, ihre Einkäufe online zu erledigen. Im zweiten Pandemiejahr zeigt sich, wie sehr der E-Commerce zur neuen Normalität für Kunden und Händler geworden ist. Annähernd jeder siebte Euro, der den Deutschen für Haushaltsausgaben zur Verfügung steht, wurde im Jahr 2021 für Waren im E-Commerce ausgegeben. Ein Jahr zuvor war es noch jeder achte Euro. Das Wachstum zum Vorjahr beträgt entsprechend 19 % nach 14,6 % in 2020.<sup>9</sup> Aber auch für die Tätigkeiten in den eigenen vier Wänden war Covid-19 Wachstumstreiber, was insbesondere unser Geschäft im B2C Bereich des Geschäftsfelds Schreiben und Markieren beziehungsweise im Bereich Creative & Home weiter gestützt hat.

Der Verband der PBS<sup>10</sup>-Markenindustrie berichtet nach seiner Herbsttagung 2021 ebenfalls von einem schwer planbaren Umfeld. So sind die kumulierten Umsatzerlöse der Mitgliedsunternehmen bis September verbandsübergreifend mit 1,6 % für den deutschen Markt gestiegen. Die auf der Tagung präsentierten Zahlen des Marktforschungsinstituts GfK für die gesamte PBS-Branche lagen bei minimal steigenden Absätzen aber sogar mit einem Rückgang von circa 1 % hinter dem Vorjahr. Die Verbandsmitglieder aus der Sparte Papier zeigten mit 1,6 % einen moderaten Zuwachs. Die Sparte Büro weist aufgrund deutlicher Nachholbedarfe ge-

<sup>7</sup> World Economic Outlook, IMF, January 2022

<sup>8</sup> <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1204173/umfrage/befragung-zur-homeoffice-nutzung-in-der-corona-pandemie/#professional>, Abruf 26.01.2022

<sup>9</sup> Bundesverband e-commerce und Versandhandel bevh e.V., Pressemitteilung vom 26.01.2022

<sup>10</sup> Papier-, Büro- und Schreibwaren

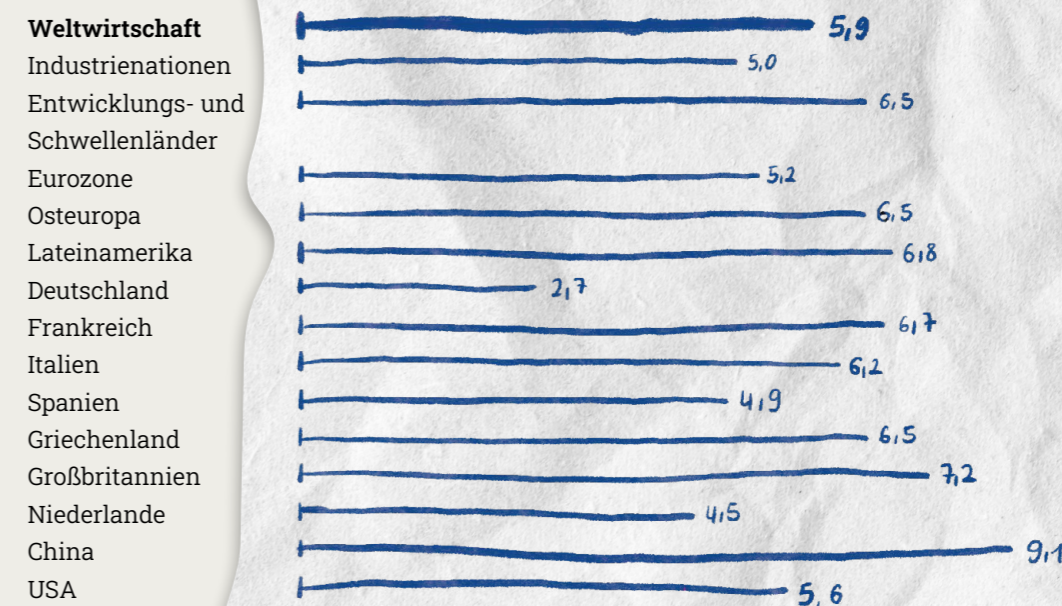
genüber dem sehr schwachen Coronajahr 2020 die positivste Entwicklung mit einem Anstieg von 3,0 % auf. Die Verbandsfirmen aus dem Bereich Schreiben und Kreativ legen um 0,9 % zu. Gerade in diesem Bereich war aber die Spreizung der gemeldeten Entwicklungen am größten.

Nahezu alle Unternehmen meldeten Bedenken aufgrund der angespannten Rohstoffverfügbarkeit und unkalkulierbaren Beschaffungskosten und erwarteten deutliche Kostensteigerungen bei Rohstoffen.<sup>11</sup>

Der Markt für interaktive Displays wie unsere Legamaster e-Screens entwickelt sich weiterhin dynamisch. Hier hat der Digitalisierungsschub durch die Pandemie deutliche Wachstum impulse gesetzt, allerdings auch Verwerfungen in den Lieferketten. Unterm Strich wuchs der von China als mit Abstand größtem (allerdings nur geringfügig wachsendem) Nachfrager dominierte Markt in 2021 um fast ein Viertel, die für uns wichtigste Region Europa, Mittlerer Osten und Afrika (EMEA) um rund 17 %. Unser wichtigster Markt Deutschland legte im Zuge der Investitionen vor allem in den Bildungssektor um fast 50 % zu.<sup>12</sup>

Auch in 2021 war es dem edding Konzern möglich, in schwierigem Umfeld Risiken frühzeitig zu erkennen, aber auch Chancen zu nutzen. Wir nutzen dabei die Möglichkeiten der Finanzmärkte zum Beispiel in Bezug auf Währungssicherung im betriebswirtschaftlich sinnvollen Rahmen aus und gestalten unser operatives Geschäft auf Beschaffungs- und Vertriebsseite währungsrisikominimierend.

BIP-Entwicklung ausgewählter Staaten/Regionen in 2021<sup>13</sup> in Prozent



<sup>11</sup> <https://www.pbs-markenindustrie.de/pbs-herbst-konferenz-2021/>, Abruf 26.01.2022

<sup>12</sup> Futuresource, Quarter 4 2021 Report Global Interactive Displays

<sup>13</sup> World Economic Outlook, IMF, January 2022

# Konzernabschluss der edding AG zum 31.12.2021

## Konzernbilanz zum 31.12.2021

Angaben in TEUR, soweit nicht anders angegeben

Aktiva	Anhang	31.12.2021	31.12.2020
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>			
Geschäfts- oder Firmenwerte	6	1.135	3.126
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	6	1.449	1.488
Sachanlagen	7	14.684	14.222
Nutzungsrechte	8	7.526	6.409
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	9	1.131	1.147
Sonstige Finanzanlagen	10	1.834	1.834
Latente Steuerforderungen	31	1.123	1.010
Ertragsteuerforderungen	31	53	61
Sonstige Forderungen und Vermögenswerte	12	12.104	6.792
		<b>41.039</b>	<b>36.089</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>			
Vorräte	11	41.340	34.259
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	12	21.977	19.670
Ertragsteuerforderungen	31	189	296
Sonstige Forderungen und Vermögenswerte	12	2.471	2.425
Flüssige Mittel	13	25.613	36.386
Rechnungsabgrenzungsposten	14	951	705
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	15	1.302	-
		<b>93.843</b>	<b>93.741</b>
<b>Bilanzsumme</b>		<b>134.882</b>	<b>129.830</b>

Angaben in TEUR, soweit nicht anders angegeben

Passiva	Anhang	31.12.2021	31.12.2020
<b>Eigenkapital</b>			
Grundkapital	16	5.366	5.366
Kapitalrücklage	16	4.246	4.246
Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn	16	67.530	67.852
Übrige Eigenkapitalveränderungen	16	-6.841	-11.105
Eigenkapital der Aktionäre der edding AG		70.301	66.359
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter	16	-1.262	-991
		<b>69.039</b>	<b>65.368</b>
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>			
Rückstellungen für Pensionen	17	9.948	14.193
Latente Steuerschulden	31	1.462	647
Andere langfristige Rückstellungen	18	2.261	1.328
Langfristige Finanzschulden	19	7.617	8.737
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	20	6.070	4.924
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	21	997	886
		<b>28.355</b>	<b>30.715</b>
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>			
Kurzfristige Rückstellungen	18	22	247
Kurzfristige Finanzschulden	19	7.246	7.880
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	20	2.061	1.677
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	21	6.531	4.672
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	21	18.759	16.495
Ertragsteuerschulden	31	2.701	2.776
Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten	15	168	-
		<b>37.488</b>	<b>33.747</b>
<b>Bilanzsumme</b>		<b>134.882</b>	<b>129.830</b>

Meine Notizen





# Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2021

## 1 Grundlagen der Rechnungslegung

Die edding AG hat ihren Sitz in Ahrensburg, Deutschland, und ist beim Amtsgericht Lübeck unter der Nummer B 2675 AH im Handelsregister eingetragen. Die Adresse des eingetragenen Sitzes des Unternehmens lautet Bookkoppel 7, 22926 Ahrensburg. Das Geschäftsjahr der edding AG und ihrer im Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen entspricht dem Kalenderjahr.

Unternehmensgegenstand des edding Konzerns ist die Entwicklung, die Herstellung und der weltweite Vertrieb von Produkten zum Schreiben und Markieren sowie zur visuellen Kommunikation. Darüber hinaus zählen hierzu auch die Aktivitäten im Bereich Technological Solutions sowie Tätowieren.

Als börsennotiertes Unternehmen hat die edding AG ihren Konzernabschluss nach den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend gemäß § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften erstellt. Es werden die am Abschlussstichtag verpflichtend anzuwendenden Standards des International Accounting Standards Board (IASB), London, sowie die für das Geschäftsjahr gültigen Interpretationen des Standing Interpretations Committee (SIC) und International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) berücksichtigt.

Die Anforderungen der angewandten Standards wurden vollständig erfüllt und führen zur Vermittlung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechenden Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des edding Konzerns.

Der Konzernabschluss umfasst Konzernbilanz, Konzerngewinn- und -verlustrechnung, Konzerngesamtergebnisrechnung, Konzernkapitalflussrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung des Konzerns sowie Konzernanhang. Die Konzerngewinn- und -verlustrechnung wird nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt. In der Konzernbilanz sowie in der Konzerngewinn- und -verlustrechnung werden einzelne Posten zur Verbesserung der Klarheit zusammengefasst; sie werden im Konzernanhang erläutert.

Der Konzernabschluss wird in Euro aufgestellt. Alle Beträge werden, sofern nicht besonders darauf hingewiesen wird, in Tausend Euro (TEUR) angegeben. Dabei können Rundungsdifferenzen auftreten. Der Konzernabschluss wurde am 29. März 2022, vorbehaltlich der Billigung durch den Aufsichtsrat, durch den Vorstand zur Veröffentlichung freigegeben.

Unter Bezugnahme auf § 264 Abs. 3 HGB wird auf die Offenlegung der Jahresabschlüsse der folgenden inländischen Tochtergesellschaften verzichtet:

- Legamaster GmbH, Bargteheide
- V.D. Ledermann & Co. GmbH, Ahrensburg
- edding International GmbH, Ahrensburg
- edding Vertrieb GmbH, Wunstorf
- edding Expressive Skin GmbH, Ahrensburg

## 2 Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2021 sind neben der edding AG grundsätzlich alle in- und ausländischen Unternehmen, die in Textziffer 43 des Konzernanhangs dargestellt sind, einbezogen.

Zum Stichtag 31. Dezember 2021 gab es die im folgenden beschriebenen Änderungen des Konsolidierungskreises mit wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns:

Die edding Tech Solutions GmbH, Ahrensburg wurde mit Wirkung zum 1. Januar 2021 auf die edding International GmbH verschmolzen.

### Übernahme E. Gerspacher KG zum 1. Januar 2021

Am 25./28. September 2020 haben sich edding und der langjährige österreichische Landesdistributeur E. Gerspacher KG für die Marken edding, Legamaster und Fiskars darauf geeinigt, dass ab dem 1. Januar 2021 der Vertrieb dieser Marken in Österreich durch die edding Vertrieb GmbH erfolgen wird. Darüber hinaus ist die Übertragung einzelner Vermögenswerte und Rechtsverhältnisse Gegenstand des Vertrags. Es wurde ein Kaufpreis von TEUR 668 gezahlt.

Durch die Übernahme des Kundenstamms und der Mitarbeiter im Bereich Marketing und Vertrieb durch die edding Vertrieb GmbH sind die Kriterien bezüglich eines übernommenen Geschäftstriebes sowie die eines Unternehmenszusammenschlusses im Sinne des IFRS 3 erfüllt, da durch die Übertragung des Geschäftsbetriebs die Beherrschung erlangt wurde.

Die folgenden Vermögenswerte und Verbindlichkeiten wurden im Erstkonsolidierungszeitpunkt erworben:

	TEUR
Immaterielle Vermögenswerte	584
Vorräte	211
<b>Erworbenes Gesamtvermögen</b>	<b>795</b>
Rückstellungen	127
<b>Übernommene Verbindlichkeiten</b>	<b>127</b>
<b>Reinvermögen</b>	<b>668</b>
Übertragene Gegenleistung	668
<b>Geschäfts- oder Firmenwert</b>	<b>–</b>

Im Geschäftsjahr 2021 wurden aufgrund des Unternehmenszusammenschlusses mit E. Gerspacher KG Umsatzerlöse von TEUR 2.894 und ein Gewinn von TEUR 134 seit der Einbeziehung zum 1. Januar 2021 erzielt.

### Übernahme GDOS playroomrocks GmbH zum 1. August 2021

Mit Vertrag vom 7./20. Juli 2021 haben sich die edding International GmbH und die österreichische GDOS playroomrocks GmbH geeinigt, dass ab dem 1. August 2021 der Vertrieb der Produkte unter der Marke Playroom und hiermit verbundener Beratungsdienstleistungen im Rahmen der Business Unit Collaboration @ Work im edding Konzern erfolgt. Darüber hinaus ist die Übertragung einzelner Vermögenswerte und Rechtsverhältnisse Gegenstand des Vertrags. Daher setzt sich der Kaufpreis aus dem Wert der Marke, der Domains, des Kundenstamms und des Sachanlagevermögens zusammen. Des Weiteren erhöhen vertraglich vereinbarte Earn-Out-Klauseln den Kaufpreis.

Durch die Übernahme der Marke Playroom und der beiden Gründer der GDOS playroomrocks GmbH durch die edding International GmbH sind die Kriterien bezüglich eines Unternehmenszusammenschlusses im Sinne des IFRS 3 erfüllt, da die edding International GmbH als Erwerber die Beherrschung über einen Geschäftsbetrieb erlangt.

Für den Erwerb hat edding insgesamt TEUR 1.200 entrichtet. Diese Vergütung umfasste TEUR 300 in bar sowie zwei Earn-Out-Zahlungen in Höhe von insgesamt maximal TEUR 900. edding hat sich bereit erklärt TEUR 100 zu zahlen, wenn die im Unternehmen realisierten Umsätze mit externen Kunden im Jahr 2021 oder 2022 TEUR 400 übersteigen und mindestens einer der Gründer in einem ungekündigten Anstellungsverhältnis bei edding steht. edding hat sich weiterhin bereit erklärt bis zu TEUR 800 zu zahlen, wenn in den Geschäftsjahren 2022 bis 2026 jeweils Umsätze mit externen Kunden von mindestens TEUR 400 erzielt werden sowie einer der Gründer in einem ungekündigten Anstellungsverhältnis bei edding steht. edding schätzt, dass diese Umsatzziele in allen betreffenden Jahren erreicht beziehungsweise übertroffen werden.

Die folgenden Vermögenswerte und Verbindlichkeiten wurden im Erstkonsolidierungszeitpunkt erworben:

	TEUR
Immaterielle Vermögenswerte	54
Sachanlagen	11
<b>Erworbenes Gesamtvermögen</b>	<b>65</b>
<b>Übernommene Verbindlichkeiten</b>	<b>–</b>
<b>Reinvermögen</b>	<b>668</b>
Übertragene Gegenleistung	1.200
<b>Geschäfts- oder Firmenwert</b>	<b>1.135</b>

Der Geschäfts- oder Firmenwert ist hauptsächlich auf Synergien und künftiges Wachstum zurückzuführen, die durch die Integration in den edding Konzern zu erwarten sind. Der Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von TEUR 1.135 ist voraussichtlich steuerlich abzugsfähig.

Seit dem 1. August 2021 wurden aus dem Unternehmenszusammenschluss mit Playroom Umsatzerlöse von TEUR 68 und ein Verlust von TEUR 120 erzielt.

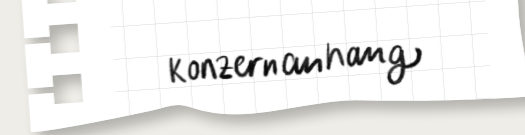
Wäre Playroom bereits ab dem 1. Januar 2021 konsolidiert worden, dann wäre für die erworbene Gesellschaft in der Konzerngewinn- und -verlustrechnung Umsatzerlöse von TEUR 207 und ein Verlust von TEUR 82 ausgewiesen worden.

## 3 Konsolidierungsgrundsätze

Tochtergesellschaften sind Gesellschaften, die direkt oder indirekt von der edding AG im Sinne des IFRS 10 beherrscht werden. Der edding Konzern beherrscht ein Unternehmen, wenn er schwankenden Renditen aus seinem Engagement bei dem Unternehmen ausgesetzt ist beziehungsweise Anrechte auf diese besitzt und die Fähigkeit hat, diese Renditen mittels seiner Verfügungsgewalt über das Unternehmen zu beeinflussen. Die Abschlüsse der Tochtergesellschaften werden vom Tag der Erlangung der Beherrschung bis zur Beendigung der Beherrschung in den Konzernabschluss einbezogen. Die Abschlüsse der edding AG sowie der in- und ausländischen Tochterunternehmen werden nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden aufgestellt. Forderungen, Verbindlichkeiten, Erträge und Aufwendungen sowie Ergebnisse zwischen den einbezogenen Unternehmen (Zwischengewinne) werden im Rahmen der Konsolidierung eliminiert.

Unternehmenszusammenschlüsse werden nach IFRS 3 bilanziert. Hiernach werden bei der Kapitalkonsolidierung der erstmals einbezogenen Tochtergesellschaften die Anschaffungswerte der Beteiligungen mit den Zeitwerten der erworbenen Vermögenswerte, Schulden und Eventualschulden verrechnet. Ein verbleibender aktiver Unterschiedsbetrag wird als Geschäfts- oder Firmenwert bilanziert. Ein nach Überprüfung der angesetzten Zeitwerte der erworbenen Vermögenswerte und Schulden sowie der erbrachten Gegenleistung verbleibender negativer Unterschiedsbetrag wird ertragswirksam in der Konzerngewinn- und -verlustrechnung erfasst. Die auf konzernfremde Dritte entfallenden Anteile am Eigenkapital und am Ergebnis werden unter den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter ausgewiesen.





Die Unternehmen, an denen die edding AG direkt oder indirekt weniger als 20 % der Anteile hält, werden als sonstige Beteiligung erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertet.

## 4 Währungsumrechnung

In ausländischer Währung aufgestellte Jahresabschlüsse der einbezogenen Gesellschaften werden gemäß IAS 21 nach dem Konzept der funktionalen Währung in Euro umgerechnet. Die funktionale Währung ausländischer Gesellschaften wird durch das primäre Wirtschaftsumfeld bestimmt, in welchem die Gesellschaften hauptsächlich Zahlungsmittel erwirtschaften und verwenden. Innerhalb des edding Konzerns entspricht die funktionale Währung der lokalen Währung der Tochtergesellschaften. Entsprechend werden im Konzernabschluss die Vermögenswerte und Schulden mit den Stichtagskursen, die Aufwendungen und Erträge grundsätzlich mit den Jahresdurchschnittskursen umgerechnet.

Argentinien wird als Hochinflationsland im Sinne des IAS 29 eingestuft. Demnach sind neben den Vermögenswerten und Schulden auch die Posten der Gewinn- und Verlustrechnung der argentinischen Tochtergesellschaften mit dem Stichtagskurs umzurechnen.

Die Währungsumrechnungsdifferenzen, die aus der Umrechnung von in Fremdwährung aufgestellten Jahresabschlüssen der einbezogenen Gesellschaften in die Konzernberichtswährung Euro entstehen, werden erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst. Die Veränderung dieser Differenzen wird in der Konzerngesamtergebnisrechnung dargestellt.

Die der Währungsumrechnung zugrunde liegenden Wechselkurse mit wesentlichem Einfluss auf den Konzernabschluss haben sich wie folgt entwickelt:

Währungsraum	Stichtagskurs 31.12.2021	Stichtagskurs 31.12.2020	Durchschnitts- kurskurs 2021	Durchschnitts- kurskurs 2020
Großbritannien (GBP)	0,84	0,90	0,86	0,89
Japan (JPY)	130,38	126,57	130,33	121,70
Türkei (TRY)	15,23	9,03	10,78	8,15
Argentinien (ARS)	116,46	103,15	n.a.	n.a.
Kolumbien (COP)	4.596,75	4.191,89	4.456,80	4.257,42
Diverse (USD)	1,13	1,23	1,18	1,15

## 5 Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

### Schätzungen und Annahmen

Zur Erstellung des Konzernabschlusses sind in begrenztem Umfang Annahmen und Schätzungen notwendig, die sich auf Ansatz, Bewertung und Ausweis der Vermögenswerte, Schulden, Erträge und Aufwendungen auswirken. Dabei werden sämtliche aktuell verfügbaren Erkenntnisse berücksichtigt. Wesentliche Annahmen und Schätzungen betreffen die Beurteilung der Werthaltigkeit immaterieller Vermögenswerte, die Festlegung wirtschaftlicher Nutzungsdauern, die Hochinflationsanpassungen, die Ermittlung latenter Steueransprüche und Rückstellungen für vertraglich vereinbarte Earn-Out-Klauseln, die Realisierbarkeit von Forderungen, die Bilanzierung und Bewertung von Rückstellungen für Pensionen und ähnlicher Verpflichtungen sowie die nach IFRS 7 durchgeführten Sensitivitätsanalysen. Ermessensentscheidungen werden ebenfalls im Rahmen von Verlängerungs- und Kündigungsoptionen sowie der Bestimmung der Laufzeiten seitens des Leasingnehmers im Rahmen von Leasingverhältnissen im Sinne des IFRS 16 ausgeübt. Darüber hinaus wurde Ermessen bei der Klassifizierung und der Bewertung der zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte sowie den Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit als zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und bei der Abgrenzung der zahlungsmittelgenerierenden Einheit für das Geschäftsfeld Visuelle Kommunikation ausgeübt. Die tatsächlich eintretenden Werte können von den Schätzungen abweichen. Neue Erkenntnisse werden zum Zeitpunkt ihres Vorliegens in der Konzerngewinn- und -verlustrechnung beziehungsweise im sonstigen Ergebnis berücksichtigt.

### Immaterielle Vermögenswerte

Unter den immateriellen Vermögenswerten werden Geschäfts- oder Firmenwerte sowie Patente, Kundenstämme, Software, Lizenzen und ähnliche Rechte ausgewiesen.

Vermögenswerte mit begrenzter Nutzungsdauer werden planmäßig linear über die jeweilige Nutzungsdauer abgeschrieben. Die Abschreibung erfolgt grundsätzlich über eine Nutzungsdauer zwischen drei und fünf Jahren. Die Schutzrechte sowie das Know-how für Produktionsverfahren und der Kundenstamm des Segments Schreiben und Markieren beziehungsweise die immateriellen Vermögenswerte in Form von Patenten des Segments Technological Solutions werden über eine Nutzungsdauer von 14 Jahren und 9 Jahren beziehungsweise 10 Jahren planmäßig abgeschrieben. Darüber hinausgehende Wertminderungen werden durch außerplanmäßige Abschreibungen berücksichtigt.

Bei den immateriellen Vermögenswerten der edding Argentina S.A. und Legamaster LatAm S.A. werden die Anschaffungs- oder Herstellungskosten sowie kumulierten Abschreibungen aufgrund der Veränderung des allgemeinen Preisniveaus nach IAS 29 angepasst.

# Für mahnende & erfreuliche Botschaften.

edding begleitet dich in den bedeutsamen Momenten deines Lebens.

Dabei sind nicht alle Momente gleichwertig: Einige Momente sind aufregend, toll oder unvergesslich, andere sind jedoch traurig, ernst oder unangenehm. Schreibe uns zu solchen edding Momenten gerne dein persönliches Feedback. Wir haben stets ein offenes Ohr für Rückmeldungen, Verbesserungsvorschläge, Kritik oder Lob.

Für  
mahnende &  
erfreuliche  
Botschaften.

Deine Meinung



# Glossar

## B2B (Business-to-Business)

Beschreibt bei edding – abweichend von der allgemein üblichen Version – den Vertrieb an Handelskunden beziehungsweise Vertriebskanäle, die vorwiegend gewerbliche Endverwender als Endkunden bedienen.

## B2C (Business-to-Consumer)

Beschreibt bei edding – abweichend von der allgemein üblichen Version – den Vertrieb an Handelskunden beziehungsweise Vertriebskanäle, die vorwiegend private Endverwender als Endkunden bedienen.

## edding ink

Die edding-Tinte im Blut unserer Mitarbeiter dient als verbindendes Element unserer Unternehmenskultur.

## Dimensionen des „Strategischen Fitness-Modells“

### a) Mitarbeiter-Engagement

Die Dimension des nachhaltigen „Mitarbeiter-Engagements“ umfasst vier Komponenten: Loyalität zum Unternehmen, Bereitschaft sein Bestes zu geben, Arbeitszufriedenheit und -freude, psychische Gesundheit (Leistungsanforderungen, Arbeitsbelastung).

### b) Qualität des Leistungsumfelds

Die Dimension „Qualität des Leistungsumfelds“ berücksichtigt, dass das Mitarbeiter-Engagement nur in einer Organisation zur vollen Entfaltung kommen kann, in der sich Motivation und Aktivitäten der Mitarbeiter auf die Unternehmensstrategie richten und in der sie ihre Arbeit effektiv und effizient ausüben können. Die Qualität des Leistungsumfelds umfasst also Fragen, mit denen wir unter anderem auswerten können, ob die strategische Richtung klar ist und uns die vorhandenen Systeme und Prozesse ermöglichen, in die vorgegebene Richtung zu gehen.



