

pbsreport.de | September 2020

# pbsreport

magazin für büro & papeterie



*Limited  
Edition*

**14 | Insights-X Online**  
Digitaler PBS-  
Branchentreffpunkt

**22 | Messe Frankfurt**  
Paperworld und Ambiente  
gemeinsam im April 2021

**27 | Die Goldene Grußkarte**  
Preisverleihung 2020 via  
YouTube-Livestream



**NEU**

## Die Online-Plattform der PBS-Branche

Wir bringen Sie ganzjährig zusammen – mit einem Klick.

WARUM SOLLTEN HÄNDLER TEILNEHMEN? DIE VORTEILE FÜR SIE:

- ▶ Produkte suchen, Hersteller finden und Neuheiten entdecken
- ▶ Anbieter live und persönlich kontaktieren
- ▶ In spannenden Vorträgen Wissen tanken
- ▶ Sich bei Produktpräsentationen inspirieren lassen

*Die Community ist überall.*

Sie sind Anbieter und wollen Ihre Produkte präsentieren?

[www.insights-x.com/anmeldung](http://www.insights-x.com/anmeldung)



3 Tage Online Live Event zum Start der Insights-X Online:

**14. – 16. Oktober 2020**



[www.insights-x.online](http://www.insights-x.online)  
Kostenlos registrieren  
ab 1. Oktober 2020



**Sabine Baumstark**  
Redaktion PBS Report

*Editorial*

## Zurück zur ökonomischen Normalität

In dieser besonderen Zeit haben digitale Medien durchaus große Vorteile. Dank Mails, Chats oder Videoübertragungen müssen wir nicht einmal mehr am gleichen Ort sitzen, um gemeinsam an einem Projekt arbeiten oder an einer Veranstaltung teilnehmen zu können. Auch die Preisverleihung zur zweiten Auflage des AVG Awards „Die Goldene Grußkarte 2020“ mit 43 Nominierungen in neun Kategorien fand in diesem Jahr ohne physische Präsenz der Zuschauer statt. Aufgrund der besonderen Umstände erfolgte die Bekanntgabe der Gewinner in digitaler Form. „Auch wenn dies für uns alle eine neue Situation und Herausforderung darstellt, und wir leider auf ein direktes Miteinander verzichten müssen, sehen wir das Positive darin“, ließ Werner Lippels, AVG-Geschäftsführer, wissen. Unser ausführliches Special ab Seite 27 lässt noch einmal die Höhepunkte der Veranstaltung Revue passieren. Durch die digitale Übertragung konnte ein noch breiteres Publikum für die „Goldene Grußkarte“ erreicht werden. Man darf schon jetzt auf die Veranstaltung im nächsten Jahr gespannt sein, denn diese findet voraussichtlich am 25. März 2021 wiederum live im Silbersaal des Deutschen Theaters in München statt.

Es zeigt sich ganz deutlich: Das Bedürfnis nach persönlichen Begegnungen und persönlichem Austausch ist groß. Ich sehe das genauso. Für mich finden echte, sinnvolle Interaktionen am besten offline und vor allem face-to-face statt. Auch Christian Haeser, Geschäftsführer des Handelsverbandes Wohnen und Büro e.V., spricht sich für Live-Veranstaltungen aus: „Der Handelsverband Büro und Schreibkultur (HBS) sieht für Handel und Industrie die nationalen und internationalen Messen als äußerst wichtiges und effektives Marketinginstrument, um schnellstmöglich zur ökonomischen Normalität zurück zu gelangen.“

Auch ich finde, dass wichtige Impulse für unsere Arbeit verloren gehen, wenn wir nur online kommunizieren. Die persönliche Begegnung, das persönliche Gespräch ist enorm wichtig. Wertvoll sind besonders die kleinen Momente, in denen sich Geschäftspartner auch mal über persönliche Interessen austauschen. In gewisser Weise ist fast jedes freundliche Gespräch letztendlich etwas, das Vertrauen schafft. Mögen all diese entscheidenden zwischenmenschlichen Faktoren bald wieder zurückkehren.

Doch leider hält uns die Corona-Pandemie weiterhin in Atem. Kurz nach Abgabe dieser Zeilen, teilte uns die Messe Frankfurt ihre Entscheidung mit, die Paperworld und Christmasworld vom Januar auf den 17. bis 20. April 2021 zu verlegen (Seite 22).

Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen, und bitte bleiben Sie gesund!

*Sabine Baumstark*

**grifix® Pinsel**

Die  
**5 Richtigen**  
für die Grundschule

**NEU**



von  
**Lehrern**  
empfohen

Kein  
**Haarverlust**

Form-  
**stabil**

**Dreikant**



**Made in  
Germany**





## Inhalt

### Editorial

- 3 Zurück zur ökonomischen Normalität

### Handel und Forum

- 14 Insights-X Online - Digitaler PBS-Branchentreffpunkt  
 17 HBS - Generation 2.0: Der neue interaktive Fachberaterkurs  
 18 Dr. Helmut Steffens - Moderne Sortimente für aktive Fachhändler Teil 3 der Serie: Geselligkeit im Alltag und Beruf  
 21 Soennecken eG - Exklusive Kooperation mit der marketingfaktor  
 22 Messe Frankfurt - Paperworld und Ambiente gemeinsam im April 2021

### Unternehmen und Profile

- 24 Interview des Monats: Mathias M. Janssen, AVG - „Grußkarten helfen, soziale Distanz zu überwinden“  
 26 Jerome Herdramm-Schroeder, Step by Step/Hama, im Interview - Nachhaltiger und gesunder Start ins Schulleben  
 27 Special „Die Goldene Grußkarte 2020“ - Preisverleihung: Zwischen großer Spannung und purer Freude

### Titel

- 36 Faber-Castell - Glänzend kreativ mit Trend-Markern  
 38 Faber-Castell - Stilvolles Schreibtisch-Duo  
 39 Faber-Castell - Vorbild im Klimaschutz

### Papeterie und Lifestyle

- 40 Messe Frankfurt - Starkes Leitthema verbindet  
 42 Komma<sup>3</sup> - Neuheiten aus der Kartenwelt  
 44 ABC Cards - Weihnachts-Karten mit Mehrwert  
 45 Edition Gollong - Stimmungsvolle Momente  
 46 Athesia Verlag - Sehnsuchtsorte und Traumziele

### Schule und Freizeit

- 48 Eberhard Faber - Glitzernde Highlights zum Selbermachen  
 50 Pentel - DIY-Deko mit Special Effekt  
 51 HAN - Ganz schön nachhaltig und bunt  
 52 Pelikan - Pure Schreibfreude für Teenager  
 53 Schneider Schreibgeräte - Blau trägt jetzt „Blauer Engel“  
 54 Undercover - Heldenstarke Begleiter für Kinderkarten und Grundschule  
 56 DerDieDas - Kleines Raumwunder  
 57 Scout - Schmal aber stark  
 58 Step by Step - Durchdachte Nachhaltigkeit

### Büro und Technik

- 60 HP - Virtuelle Partnerkonferenz  
 61 Brother - Klarer Punktsieg gegen Fälscher  
 62 Avery Zweckform - „My home is my office“  
 63 Inapa Deutschland - „Offizielle“ Leistungsträger für das moderne Büro  
 64 Ninestar/G&G - Einstieg in den Druckermarkt  
 65 Fellowes - Große Herbst-Kampagne

### Obligatorisches

- 6 PBSzene  
 66 Impressum



## DCP

Spezialpapier für Farblaser  
 80 bis 350 g/qm



Das Zeichen für verantwortungsvolle Waldwirtschaft



- satiniert
- holzfrei
- hohe Weiße
- geschlossene Oberfläche
- hohe Volumen
- farbintensive Druckergebnisse
- FSC® C018175 Mix Credit
- für Farbkopien, Handbücher, Präsentationen, Umschläge etc.

www.berberich.de



## Torsten Jahn verlässt Pelikan

Torsten Jahn, Geschäftsführer der Pelikan Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG, wird die Pelikan-Gruppe Ende Februar 2021 verlassen, um sich neuen beruflichen Herausforderungen zu stellen. Er hat in den vergangenen 17 Jahren wesentlich dazu beigetragen, die Pelikan-Gruppe in Deutschland und Europa weiterzuentwickeln. Insbesondere die strategische Neuausrichtung des Konzerns nach dem Erwerb der Herlitz-Gruppe im Jahr 2010 sowie die spätere Zusammenführung des operativen Pelikan- und Herlitz-Geschäfts in Deutschland, Österreich und der Schweiz wurden maßgeblich durch ihn geprägt. „Wir bedanken uns bei Torsten Jahn für die hervorragende Arbeit als Vorstand der ehemaligen Pelikan AG und Geschäftsführer der Pelikan Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG. Durch seine engagierte Führung hat er über viele Jahre wesentlich an der erfreulichen Entwicklung der Pelikan-Gruppe mitgewirkt. Hervorzuheben sind sein unermüdlicher Einsatz und seine wertvollen strategischen Initiativen“, erklärt Claudio Esteban Seleguan, CEO der Pelikan Group GmbH. Torsten Jahn wird der Pelikan-Gruppe noch bis Ende Februar 2021 als Geschäftsführer zur Verfügung stehen. Die zwei Vorsitzenden der Pelikan Gruppe, Hooi Keat Loo und Claudio E. Seleguan, werden als weitere Geschäftsführer der Pelikan Vertriebsgesellschaft ernannt.

[www.pelikan.com](http://www.pelikan.com)



Thorsten Jahn, Geschäftsführer Pelikan



Ruhestand nach 27 Jahren Geschäftsführung: Thomas Grothkopp (l.) zusammen mit Christian Haeser.

## Grothkopp übergibt an Haeser

Zum 1. Juli 2020 hat Thomas Grothkopp die Geschäftsführung des Handelsverbandes Wohnen und Büro e.V. an Christian Haeser übergeben. Damit endet seine 27-jährige Tätigkeit für den Handel der Einrichtungs- und Bürowirtschaft. Die Zusammenführung mehrerer Verbände, die Durchführung von 50 Tagungen, die Herausgabe von Publikationen sowie die Mitarbeit in Gremien des Handelsverbandes Deutschland (HDE) und der Fachschule des Möbelhandels waren in dieser Zeit seine prägenden Leistungen.

Im Jahr 1993 holten die Bundesverbände Bürowirtschaft (BBW) und des GPK-Einzelhandels Grothkopp von Berlin nach Köln. Seine Erfahrungen in der Publizistik, im Messewesen und von einer Händler-Seminarreihe in den neuen Bundesländern waren ausschlaggebend, ihm die Verantwortung für diese beiden Branchenverbände zu übergeben. Er baute gemeinsam mit dem damaligen BBW-Vorsitzenden Armin Schröter die Tagungen des Forum Bürowirtschaft als Plattform von Industrie und Handel aus und engagierte sich für die Branchenmessen in Frankfurt und Köln. Hier vertrat er die Interessen der Besucherseite, setzte zahlreiche Verbesserungen durch. Für die GPK-Branche leitete er zwölf Branchentagungen und machte sich einen Namen als Moderator. Sein Credo: Analog zum föderalen Aufbau der Handelsverbände kommen wir zu unseren Mitgliedern. So fanden die Tagungen in 22 verschiedenen Städten Deutschland statt, viele mit Exkursionen zu interessanten Geschäftskonzepten.

Die Nähe zum Fachhandel und die Kenntnis über ihre Herausforderungen holte

er sich durch die vom Verband organisierten Erfa-Gruppen und durch zahlreiche Geschäftsbesuche anlässlich seiner zahlreichen Dienstreisen. Dies war die Grundlage für 309 Ausgaben „GPK intern“ als Teil der Fachzeitschrift „P & G“, die er überwiegend selbst verfasst hat, sowie die Mitarbeit an 590 Ausgaben des Info-Letter HBS.

Mitte 2000 zog Grothkopp mit der Geschäftsstelle vom HDE-Haus in Köln-Zollstock in die Fachschule des Möbelhandels in Köln-Lindenthal und arbeitete seitdem in den Gremien dieser Ersatzschule mit. Zwei Jahre später übernahm er zusätzlich die Geschäftsführung des Handelsverbandes Möbel und Küchen (BVDM) und 2009 des Handelsverbandes Farben und Tapeten. Alle diese Verbände wurden im Laufe der Jahre auf den Handelsverband Wohnen und Büro e.V. (HWB) verschmolzen.

Der Handelsverband Deutschland würdigte im vergangenen Jahr Grothkops engagierte und erfolgreiche Arbeit mit der Goldenen Ehrennadel. Mit jetzt 66 Jahren steht Grothkopp dem Handelsverband Wohnen und Büro beratend zur Verfügung und führt bis zu einer Nachfolgelösung die Geschäfte der GPK Verlags- und Service GmbH und des Fachverbandes Gastronomie- und Großküchen-Ausstattung e.V. (GGKA).

Sein Nachfolger Christian Haeser (49) hat sich bereits seit 1. Januar dieses Jahres in die Themen des Handels eingearbeitet.

[www.wohnenundbuero.de](http://www.wohnenundbuero.de)



Georg Mersmann, Vorstand, Soennecken eG

## Neuer Vorstand

Der Aufsichtsrat hat Georg Mersmann zum Vorstand der Soennecken eG bestellt. Mersmann wird im Vorstand für die IT und das LogServe-Geschäft - bestehend aus Vertrieb, Einkauf und Logistik - verantwortlich sein. Vorstandssprecher Dr. Benedikt Erdmann übernimmt zusätzlich zu seinen bisherigen Aufgaben das Finanzressort. Der Antrittstermin steht noch nicht fest. „Es ist uns gelungen, mit Georg Mersmann einen ausgewiesenen IT-Fachmann für Soennecken zu gewinnen, der viel Erfahrung mitbringt und zudem mit den Herausforderungen unserer Mitglieder und unseres Marktes bestens vertraut ist“, sagt Aufsichtsratsvorsitzender Benno Lohausen.

Bereits zwischen 2010 und 2015 war Georg Mersmann für fünf Jahre als IT-Leiter bei der Soennecken eG tätig. Seit Juli 2015 ist er Geschäftsführer der GWS Gesellschaft für Warenwirtschaftssysteme GmbH in Münster. Das Software-Entwicklungsunternehmen und IT-Systemhaus befasst sich mit der Entwicklung, der Einführung und dem Betrieb von IT-Lösungen, insbesondere von Warenwirtschaftssystemen für mittelständische Kunden.

Ein verbindlicher Termin für den Antritt Georg Mersmanns steht noch aus und ist abhängig von den Möglichkeiten, bei seinem derzeitigen Arbeitgeber vor Vertragsablauf auszuscheiden. Frank Esser, der interimswise die Funktion des Finanzvorstandes übernommen hat, wird nach dem Dienstantritt von Georg Mersmann seine Tätigkeit als Finanzprokurist wieder aufnehmen.

[www.soennecken.de](http://www.soennecken.de)

## Buchbinde-Service bei Müller

Seit Ende August ist das CoLibri Cover System in 103 süddeutschen Müller-Märkten im Einsatz. Im europäischen Ausland wird das patentierte System bereits an knapp 20 Standorten genutzt. Der Start des für Bücher sämtlicher Formate geeigneten Systems bei Müller ging einher mit dem Ende der Sommerferien in Bayern und Baden-Württemberg und stellt einen wichtigen Schritt in der Expansionsstrategie von CoLibri dar.

Alexander Brandt, Managing Director von CoLibri in Deutschland: „Wir sind stolz, dass Müller sich für die nachhaltigen Buchschoner von CoLibri entschied-

den hat. Gerade in der jetzigen Situation unterstreicht dieser Schritt die außergewöhnliche Qualität und den hohen Nutzen unserer Produkte. Durch die über 100 zusätzlichen Servicestationen haben Endkunden ab sofort noch mehr Möglichkeiten, ihre Bücher direkt in ihrer Nähe einbinden zu lassen und gleichzeitig etwas Gutes für die Umwelt zu tun.“

Verwendet werden ausschließlich Buchumschläge der neuen ECO-Serie. Diese werden zu über 50 Prozent aus „I'm green“ PE hergestellt, sind „I'm green“ zertifiziert und lassen sich zu 100 Prozent recyceln.

[www.colibrisystem.de](http://www.colibrisystem.de)

## Die Fellowes Familie trauert um Hans-Peter Günther



Am 20. August 2020 verstarb plötzlich und völlig unerwartet unser langjähriger Kollege Hans-Peter Günther. H.-P. war von 1992 bis zu seinem Renteneintritt im Februar 2020 bei Fellowes tätig und hat als Mitarbeiter der ersten Stunde maßgeblich zum Aufbau und Erfolg der Marke Fellowes in Deutschland beigetragen. Fellowes und H.-P. gehörten einfach zusammen und wir blicken auf viele schöne Erinnerungen zurück.

Wir sind unfassbar traurig über den Verlust unseres langjährigen Kollegen, Freund und Mentor und unsere Gedanken sind in dieser schweren Zeit bei seiner Familie und seinen Freunden.

**Mach's gut, H.-P., wir werden dich sehr vermissen!**

*Deine Fellowes Familie in Hannover und auf der ganzen Welt*

Beileidsbekundungen an Fellowes GmbH, Fliegerstr. 1, 30179 Hannover werden an die Familie weitergeleitet.



Christian Beck, CEO der A. Boss & Co AG



Die gewonnenen Erkenntnisse wird Maul anhand einer Kosten-Nutzen-Analyse in ein verändertes Fertigungskonzept einfließen lassen.

## Christian Beck verlässt ABC

Die A. Boss & Co AG, besser bekannt als ABC Kunst- und Glückwunschkartenverlag, und Christian Beck, seit 2013 CEO der Gruppe, gehen getrennte Wege. Nach neun Jahren wird Beck das Unternehmen per Ende Oktober 2020 auf eigenen Wunsch verlassen, um eine neue Führungsaufgabe zu übernehmen. Beck trat 2011 als Direktor Marketing und Verkauf in die ABC ein. Nach dem Tod des Eigentümers Daniel Eicher übernahm er die Leitung der Gruppe, bestehend aus dem Kartenverlag und den beiden Tochtergesellschaften Bandschapp AG, welche später mit der Tomato products AG fusioniert wurde, und Marketingproduktionsfirma Prolith AG.

Im Jahr 2018 fand auf Wunsch der Eigentümerfamilie eine Gesamterneuerung des Verwaltungsratsgremiums statt, um die Unternehmungs-Gruppe strategisch in die Zukunft zu führen. Dazu gehörte auch der Umbau zu einer transparenten Firmenstruktur und die Veräusserung nicht betriebsnaher Bereiche.

Bis die Nachfolge definitiv geklärt ist, werden die beiden bisherigen GL-Mitglieder Roland Tschanz (Marketing/Verkauf) und Jörg Rohn (CFO) das Unternehmen vorerst leiten - mit punktueller Unterstützung des Verwaltungsrates.

[www.abc-cards.ch](http://www.abc-cards.ch)

## CO<sub>2</sub>-Fußabdruck ermittelt

Mit der Ermittlung des Ressourceneinsatzes in der Produktion hat das Odenwälder Familienunternehmen Maul einen weiteren Baustein zu seinem Nachhaltigkeitskonzept hinzugefügt. Demnach entspricht eine Maul Buchstütze einer Zweikilometer-Autofahrt. Im Rahmen einer studentischen Arbeit wurde - in Zusammenarbeit mit dem Institut für Produktionsmanagement, Technologie und Werkzeugmaschinen der technischen Universität Darmstadt - ein Konzept zur Transparenzschaffung hinsichtlich der im Produktionsprozess eingesetzten Ressourcen erstellt. Dabei wurden Daten ermittelt, mit denen sich der ökologische Fußabdruck für ein einzelnes Produkt berechnen lässt. Beispielsweise erzeugt die Herstellung einer Maul-Buchstütze ca. 0,246 kg CO<sub>2</sub>. Das entspricht in etwa dem Ausstoß eines modernen PKW auf zwei Kilometer langen Fahrstrecke. Im Mittel über alle Bauteile werden ca. 0,456 kg CO<sub>2</sub> ausgestoßen.

Außerdem wurde bei der Studie der Frage nachgegangen, wie sich der Ressour-

cenverbrauch weiter reduzieren lässt. Das Ergebnis war unter anderem, dass eine effiziente Produktionsplanung mit Vollausslastung über eine möglichst lange Bearbeitungszeit einen großen Einfluss auf die Ressourceneffizienz eines Werkstücks hat. Im Kontrast dazu steht allerdings der Trend zu flexibler Produktion sowie häufigen Farbwechseln zur Reduktion von Lagerbeständen durch die Fertigung geringer Stückzahlen. Auch das Absenken der Prozess-Temperatur durch den Einsatz neuerer Materialien verspricht eine deutliche Verbesserung hinsichtlich ökologischen Verbesserungspotentials. Geschäftsführender Gesellschafter Stefan Scharmann zeigt sich sehr zufrieden mit dem Ergebnis: „Anhand dieser Auswertungen können wir in unserer Produktion weitere nachhaltige Maßnahmen einleiten. Als Traditionsunternehmen fühlen wir uns dem Standort Deutschland und der Region verpflichtet und werden uns der Verantwortung in Sachen Nachhaltigkeit weiterhin aktiv stellen.“

[www.maul.de](http://www.maul.de)

### Michael Purper im Aufsichtsrat

Die angeschlossenen Fachhändler der Prisma Fachhandels AG konnten vom erfolgreichen Verlauf des Geschäftsjahres 2019 profitieren. In einer Mitteilung der Zentrale in Haan heißt es: „Durch die stufenweise Erhöhung der Bonusstaffel auf bis zu 2,1 Prozent wurden in Summe über 100 000 Euro mehr als im Vorjahr ausgeschüttet. Die Gesamtausschüttung erhöhte sich auf 1,3 Millionen Euro.“ Die Prisma Fachhandels AG hatte den Bonus an die Mitglieder, wie bereits in den vergangenen Jahren, sehr früh ausgezahlt. In diesem Jahr schon im Februar - noch vor den Corona-bedingten Einschränkungen für den Handel. Weiter schreibt die Prisma: „Auch während der Corona-Krise kam die Prisma Fachhandels AG ohne staatliche Unterstützung aus. Aufsichtsrat und Vorstand haben daher entschieden, eine Dividende in gewohnter Höhe von 10 Cent je Aktie auszuschütten.“ Auf der Hauptversammlung der Prisma Fachhandels AG am 29. Juli in Düsseldorf wurde Michael Purper von den Aktionären als Nachfolger von Klaus Kemper neu in den Aufsichtsrat gewählt. [www.prisma.ag](http://www.prisma.ag)



# Wettbewerb mit 400 Klassen

Unter dem Motto „Ja zu Vielfalt!“ haben im Rahmen des vierten Pilot Schulwettbewerbs erneut hunderte Klassen aller Jahrgänge aus Deutschland und Österreich teilgenommen und auf kreative Weise gezeigt, was Vielfalt für sie bedeutet und wie diese an ihrer Schule gelebt wird. Herausgekommen ist eine große Bandbreite an Einreichungen und 28 glückliche Gewinnerklassen.

Von originellen Leporellos und Comics, bilingualen Geschichten, Mosaik-Collagen bis hin zu Video-Dokumentationen und internationaler Heimatküche die Einsendungen waren so vielfältig, wie das Thema selbst und haben so die positiven Facetten verschiedener Kulturen, zu gewinnen gab es jeweils 750 und 500 Euro für die Erst- und Zweitplatzierten sowie für alle Schüler der Plätze eins bis fünf eine Pilot Erstausrüstung mit Stiften, die sie für den Schulalltag brauchen. Die Platzierung erfolgte dabei jeweils getrennt zwischen Grundschule, Sek. I und Sek. II. Neben dem jährlichen Schulwettbewerb sind auch die Unterrichtsmaterialien „Unsere bunte Welt“ für die Vor- und Grundschule sowie „Vielfalt BUNTERLEBEN“ für die Sekundarstufe I fester Bestandteil der „Pilot4School“ Bildungskommunikation. Entwickelt hat Pilot die Materialien gemeinsam mit den Pädagogen der Kinderbuchmacher, die auf Bildungsthemen spezialisiert sind.

[www.pilotpen.de](http://www.pilotpen.de)



Die Klasse 3a der St. Nikolaus-Grundschule hat den 1. Preis beim vierten Pilot Schulwettbewerb gewonnen.



Armin Leimert,  
bitmoves

## Geschäftsführung erweitert

Armin Leimert verstärkt ab dem 1. Oktober 2020 die Geschäftsleitung der bitmoves GmbH. Gemeinsam mit dem bestehenden Geschäftsführer Andreas Schmieder wird er die strategische Ausrichtung des Unternehmens sowie den Ausbau des bitmoves Produktportfolios weiter vorantreiben.

Vor seiner Tätigkeit bei bitmoves war Armin Leimert langjähriger Prokurist der Georg Mattheus GmbH. Hier hat er die von der bitmoves GmbH vertriebene ERP Software max! über 20 Jahre erfolgreich eingesetzt. Sein Tätigkeitsschwerpunkt wird in der Optimierung und Digitalisierung der Unternehmensprozesse bestehender und zukünftiger bitmoves Kunden durch den Einsatz der max!

Softwarefamilie liegen. Armin Leimert ist seit Oktober 2019 Teil des bitmoves-Teams. „Wir freuen uns, dass Armin Leimert uns in der Geschäftsführung verstärkt“, sagt Andreas Schmieder.

„Mit seiner langjährigen Erfahrung als max! Anwender und stets treibender Kraft bei der Weiterentwicklung der Systemfamilie, sowie seiner Erfahrung als Prokurist der Georg Mattheus GmbH, ist er die perfekte Ergänzung unseres bestehenden Teams“.

Die Wurzeln der bitmoves GmbH liegen in der Entwicklung von Warenwirtschaftssoftware für die PBS-Branche.

[www.bitmoves.de](http://www.bitmoves.de)

Anzeige

**Metal Heftklammern.**  
GESCHÄRFTE QUALITÄT.

BALMA, CAPODURI & C. s.p.a.  
Via Thomas A. Edison, 4  
27058 VOGHERA (PV) - Italien  
Tel.: +39 0383 212012  
Fax: +39 0383 41164  
E-mail: [info@zenithbc.com](mailto:info@zenithbc.com)

**ZENITH**  
VERLIEBT IN QUALITÄT SEIT 1924.  
[www.zenith.it](http://www.zenith.it)



Impressionen von der Sommer Nordstil vom 5. bis 7. September 2020 in Hamburg.



## Nordstil mit 5000 Fachbesuchern

Die Fachbesucher und Aussteller waren mit der Corona-Version der Sommer Nordstil sehr zufrieden. Diese fand in Hamburg, als erste Veranstaltung der Messe Frankfurt in Deutschland überhaupt, wieder statt - alles unter sicheren Rahmenbedingungen. Die Wiedersehensfreude der Branche nach dem Corona-Lockdown war groß: endlich wieder persönliche Beziehungen pflegen, Produktneuheiten sehen, anfassen und ordern und sich jede Menge Inspirationen holen.

Unzählige Messen wurden im ersten Halbjahr abgesagt. Umso wichtiger war es für die Branche sich endlich wieder vor Ort und persönlich zu treffen. Aufgrund des kürzeren zeitlichen Vorlaufs und der Corona-Pandemie, präsentierten weniger Aussteller als in den Vorjahren ihre Produkte. Mit 300 Ausstellern aus Deutschland und Europa und rund 5000 Fachbesuchern war die Nordstil eine der ersten Messen und somit ein wichtiger Ordertermin seit Beginn der Corona-Pandemie. Erwartungsgemäß kamen aufgrund der aktuellen Situation weniger, aber hochmotivierte Einkäufer auf die Messe. Jene Händler, die sich bewusst zum Besuch der Nordstil entschlossen hatten, orderten sehr umfassend.

„Wir freuen uns sehr, dass die hohe Besucherqualität dieser ersten Veranstaltung nach Aufhebung des Lockdowns vor allem eins zeigt: Die Branche braucht und will Messen vor Ort. Unsere Kunden möchten Produkte anfassen, netzwerken und auf der Messe ordern und sich persönlich begegnen. Auch unter den Bedingungen des New Normal und ei-

nem sicherlich nicht ganz einfachen Neustart sind wir sehr zufrieden mit dem Verlauf der Veranstaltung“, sagt Philipp Ferger, Bereichsleiter Konsumgütermessen Nordstil und Tendence.

Auch Oliver Hagemann, Referent/Kommunikation beim Handelsverband Wohnen und Büro zieht ein positives Resümee: „Aus Sicht des Fachhandels war die nach-Lockdown-Premiere der Nordstil in diesen schwierigen Zeiten ein voller Erfolg. Dank des ausgeklügelten Hygienekonzepts konnten größtenteils norddeutsche und zum Teil sogar Händler aus Nordrhein-Westfalen und Hessen neueste Trend- und Lifestyleprodukte für das wichtige Weihnachtsgeschäft sowie für das kommende Frühjahr und den Sommer erleben und ordern. Der gelungene Auftakt lässt den Handel zuversichtlich auf künftige Order- und Netzwerkplattformen blicken.“

Mit der Besucherqualität der Einkäufer waren die Aussteller der Nordstil höchst zufrieden. Sie nutzten die Messe intensiv, um ihre Bestandskunden nach der Auszeit wieder zu treffen und Kontakte zu neuen Kunden aufzubauen.

Detlef Klatt, Gründer und Designer Klatt Objects „Wir hatten vor der Messe viel Kontakt zu unseren Kunden, die uns klar kommuniziert haben: Wir brauchen eine Messe, wir wollen Produkte wieder real sehen, anfassen und erleben. Die Kommunikation im Vorfeld der Messe hat gut funktioniert, sodass Kunden schon vorher Kontakt mit uns aufgenommen haben. Mit der Nordstil sind wir sehr zufrieden und es ist gut, dass die Messe ein



Zeichen gesetzt hat. Wir haben Neukunden bekommen, die ganz überrascht waren, unsere Produkte hier zu finden und gleich auf Anhieb gute Bestellungen gemacht haben.“

Der Großteil der Sommer Nordstil-Aussteller setzte sich aus Unternehmen im Bereich Wohnen und Dekoration sowie aus Lifestyle-Produkten bekannter Designer und Manufakturen zusammen. Abgerundet wurde das Angebot durch angesagte Trends in den Bereichen Schmuck, Mode, Geschenke und Papeterie.

Die nächste Winter Nordstil findet vom 16. bis 18. Januar 2021 und die nächste Sommer Nordstil vom 24. bis 26. Juli 2021 statt.

[www.nordstil.messefrankfurt.com](http://www.nordstil.messefrankfurt.com)



## Neues Geschäftsmodell mit Kaffee „pay-per-cup“

Die professionelle Kaffeeversorgung von Büros soll zu einem weiteren Standbein für Soennecken-Händler werden. Mit der eigenen Marke „Die Kaffeemeister“ betritt die Genossenschaft einen neuen Markt, der viele Synergien zu bestehenden Geschäftsfeldern nutzt. Entwickelt wurde das Geschäftsmodell, das auf Basis von Franchising funktioniert, in Zusammenarbeit mit drei Händlern. Nach der Pilotphase soll das Projekt in 2021 professionell ausgerollt werden.

„Das Projekt ist für uns deshalb so wichtig, weil wir uns ein weiteres Standbein aufbauen und uns damit für unsere Kunden breiter aufstellen“, sagt Markus Steinkamp, Geschäftsführer der Heinrich Wietholt GmbH, die an der Entwicklung des Konzepts beteiligt war - ebenso wie die Rouette Eßer GmbH und die Walther Schumacher GmbH.

„Die Kaffeemeister“ ist die Antwort auf die sich dauerhaft verändernde Büroarbeit. „Rund ums Büro definiert sich neu“, erläutert Kai Holtkamp, Bereichsleiter Vertriebs- und Geschäftsentwicklung. „Traditionelle Einnahmequellen nehmen weiter ab und neue werden dringend benötigt - und Lebensmittel sind gene-

rell nicht digitalisierbar.“ Beim sogenannten Office Coffee Service (OCS) geht es um die professionelle Kaffeeversorgung von Büros. Zum Angebot gehören hochwertige Maschinen, die Versorgung mit Verbrauchsmaterial und technischer Service. Die Abrechnung erfolgt pro Tasse - statt „pay-per-click“ heißt es künftig „pay-per-cup“.

„Das OCS Angebot passt 100 Prozent zu uns als regionalem Bürodienstleister, Ressourcen sind vorhanden und müssen lediglich anders zugeteilt werden“, sagt Eike Redlin, Bereichsleiter bei Schumacher. Die Synergien zu bestehenden Geschäftsfeldern sind vielfältig. Hochwertige Kaffee Konzepte gehören zu modernen Arbeitswelten. Bei „wir sind raum“ werden entsprechende Versorgungskonzepte bei der Planung berücksichtigt. Händler aus dem Bereich Drucken & Kopieren haben bereits Servicetechniker und Werkstatt und sie beherrschen das Verkaufen von Dauerschuldverhältnissen. Alle Händler haben das Vertrauen ihrer regionalen Bestandskunden, was die Markt-Eintrittskosten erheblich senkt. LogServe bildet zudem eine solide Basis für die zuverlässige Kaffeeversorgung.

„Wir haben zwei Jahre lang am Konzept gearbeitet und das Endkundenangebot sowie das Franchise Konzept entwickelt“, erklärt Ruth Förster, Leiterin des OCS Projektes bei Soennecken. Von den definierten 150 Vertragsgebieten sollen im vierten Quartal 2020 maximal ein Dutzend besetzt werden, um den professionellen Markteintritt zentral begleiten zu können. Ab 2021 soll das Geschäftsmodell Zug um Zug ausgerollt werden.

[www.soennecken.de](http://www.soennecken.de)



Soennecken präsentiert neues Standbein für Mitglieder.



## Das Original unter den Alternativen!

Mehr Informationen unter:

[www.gg-image.de](http://www.gg-image.de)

Toner

Druckerpatronen

Etiketten

Schriftbänder

**G&G bietet alles aus einer Hand!**



Schon über 200 Mio. Kunden weltweit

Riesige Produktpalette für tausende Geräte

Markenqualität zu kleinen Preisen

36 Monate Garantie

Anbieter:

G&G Image

Tonerdumping.de Orth & Baer GmbH,  
Industriestraße 1-3, 12099 Berlin





TrendSet Sommer 2020 in München

## TrendSet: Starkes Signal in Coronazeiten

Als erste große Live-Veranstaltung nach dem Corona-Lockdown fand auf dem Münchener Messegelände die TrendSet vom 12. bis 14. September 2020 statt. Über 600 Aussteller mit rund 1.500 Kollektionen präsentierten in sechs Messehallen die neuesten Trends für Interiors & Lifestyle - zwar mit etwas Verspätung, aber immer noch rechtzeitig für die Ordersaisons Herbst/Winter 2020/21 und Frühjahr/Sommer 2021.

Die TrendSet hat damit ein Stück Normalität zurückgebracht und in Coronazeiten ein starkes Signal gesetzt. Alle waren hochzufrieden mit der Veranstaltung, fühlten sich sicher und wohl. Das durchdachte Hygienekonzept wurde allseits gelobt und als wegweisend sowie gut erträglich empfunden.

Die TrendSet hat damit die Erwartungen übertroffen. Fast 13.000 Fachbesucher nutzten die TrendSet als wichtigste Informations- und Orderplattform in Deutschland in dieser Saison. Dabei war sich die Branche absolut einig, wie wichtig Messen im Markt für Interiors & Lifestyle sind. Die Ware muss erlebbar und begreifbar sein, um sicher ordern zu können. So war die Dankbarkeit groß, dass die TrendSet trotz Corona durchgeführt wurde.

Erwartungsgemäß kamen weniger Besucher zur TrendSet. Besonders die Anzahl der Personen die pro Geschäft die Messe besuchten, ist deutlich gesunken. Aber auch die Anzahl der internationalen Besucher war Coronabedingt geringer. Wenngleich Besucher aus Österreich und Südtirol überdurchschnittlich gut vertreten waren.

Durch die notwendige Verschiebung des Termins in den September sind zusätzlich bestimmte Segmente nicht auf der TrendSet gewesen. Dies gilt vor allem für Aussteller und Händler, die sich auf Saisonware für den Herbst fokussieren. Im Regionalen betrifft dies das Geschäft mit Volksfestwaren und im nationalen bzw. internationalen Bereich Halloween. Auch die Bereiche, die sich auf Sortimente für Weihnachts- und Wintermärkte konzentrieren, waren nicht so stark präsent wie sonst.

Die Qualität der Fachbesucher war in München laut Aussteller jedoch wie immer hoch. Routinierte Großeinkäufer, Einkäufer, Einzelhändler und Onlinehändler aus Interiors & Lifestyle sowie Besucher aus Hotellerie und Gastronomie nutzten die Messe, um sich über die neuesten Trends zu informieren und Trendprodukte vorzubestellen oder direkt zu ordern. Grundsätzlich zeigte sich erfreulicherweise ein tendenziell normales Orderverhalten, wenn auch etwas vorsichtiger und verhaltener als üblich.

Tatjana Pannier, Geschäftsführerin der TrendSet: „Ich bin sehr glücklich, wie die TrendSet gelaufen ist. Und ich bin sehr dankbar über das Lob und die vielen positiv zustimmenden Worte aus der Branche. Diesen Dank möchte ich an das ganze Team und unsere Partner weitergeben. Ohne sie hätte die Messe nicht stattfinden können. Innerhalb von nur zwei Monaten haben wir die TrendSet Corona-konform neu geplant und organisiert. Darauf bin ich wirklich stolz. Ich war von Anfang an zuversichtlich, dass die TrendSet stattfin-

den wird. Wir hatten bereits seit März einen Ausweichtermin. Als dann im Juli die Entscheidung fiel, Messen dürfen ab September wieder veranstaltet werden, haben wir alles darangesetzt, dass die TrendSet erfolgreich stattfinden kann. Auch wenn die Situation schwierig war, war es für die Branche überaus wichtig, da zu sein. Wir konnten damit auch Messen auffangen, die nicht stattgefunden haben. So freut es mich, dass gerade aus der Mitte und dem Norden Deutschlands mehr Besucher nach München kamen.“

Aufgrund der Kontingentierung von Ausstellern und Besuchern pro Messetag auf der TrendSet, konnten Eintrittskarten erstmals ausschließlich online gekauft werden. Das neue Einlass-System sorgte für kontaktlosen und reibungslosen Eintritt zur TrendSet. Einhellige Meinung zum Ablauf und der Organisation: Die TrendSet hat gezeigt, wie eine Messe trotz Corona sicher und erfolgreich umgesetzt werden kann.

Die TrendSet Sommer 2020 bot an drei Messetagen eine große Vielfalt an Marken und Kollektionen in 15 Interiors & Lifestyle Fair Areas und 4 Topic Areas. Alle Bereiche waren ausgewogen vertreten, um den Fachbesuchern alles anzubieten, was sie für ihre Order und ihr Geschäft brauchen. Viele Aussteller zeigten neben dem klassischen Sortiment für Herbst/Winter 2020/21 sowie Weihnachten 2020 auch ihre Ganzjahreskollektionen und Produkte für die Saison Frühjahr/Sommer 2021.

[www.trendset.de](http://www.trendset.de)

## Abschied von Hans-Benno Niehaus

Am 11. August 2020 verstarb Hans-Benno Niehaus, der Gründer der Firma HAN in Herford. Er bleibt als großartige Persönlichkeit mit viel menschlicher Wärme und einem visionären Unternehmergeist in Erinnerung. Niehaus hat mit seinem Pioniergeist die Firma HAN maßgeblich zu dem gemacht hat, was sie heute ist.

Hans-Benno Niehaus startete 1948 seine Karriere in der Büroartikel-Branche mit der Ausbildung zum Schreibmaschinenmechaniker bei dem ehemaligen GDB Mitglied Thiesbrummel in Gütersloh. Nach vielen Jahren im Vertrieb von Schreib- und Rechenmaschinen gründete er 1957 die Firma HAN-Bürogeräte als kleinen Gewerbebetrieb in Bielefeld mit zunächst zwei Mitarbeitern.

Seine Idee: Die Herstellung von hochwertigen, durchdachten Briefablagen und Karteikästen aus Holz. Im Jahre 1961 ließ er bereits das erste Firmengebäude erbauen und löste damit die provisorische Fertigungsstätte in Bielefeld ab. Mitte

der 60er-Jahre beschäftigte Hans-Benno Niehaus bereits zehn Mitarbeiter in Produktion und Verwaltung und baute die Firma kontinuierlich weiter aus.

Schnell erkannte er, dass in Kunststoff als neuer, designorientierter Werkstoff für moderne Bürowelten die Zukunft liegen wird. In den frühen 80ern startete am mittlerweile neuen Hauptstandort Herford die eigene Produktion mit innovativen Kunststoffspritzguss-Maschinen. Innovatives, exklusives Design gepaart mit kompromissloser Qualität Made in Germany. Das war sein Credo, das bis heute bei HAN gilt und weitergelebt wird. Die zahlreichen Designauszeichnungen dieser frühen Jahre für Ordnungsboxen und ganze Schreibtischserien haben in der Branche nachhaltig Eindruck hinterlassen.

Hans-Benno Niehaus prägte ein Familienunternehmen, dass für Qualität und innovative, formschöne Produkte steht. Ein Lebenswerk mit damals bereits rund



Firmengründer Hans-Benno Niehaus

60 Mitarbeitern, in das er 1991 seinen Sohn Ralf in die Geschäftsführung berief und damit den Weg für die zweite Generation in der Unternehmensführung ebnete.

2005 verabschiedete sich Hans-Benno Niehaus in den Ruhestand. Sein Unternehmen war zu diesem Zeitpunkt bereits auf knapp 70 Mitarbeiter angewachsen und über die Grenzen hinaus als renommierte Marke für hochwertigste Produkte im Büro, in der Schule und zuhause etabliert.

Am 11. August 2020 verstarb Hans-Benno Niehaus im Alter von 87 Jahren.  
[www.han-online.com](http://www.han-online.com)

Anzeige

# EBERHARD FABER

## Schule

# COLORi

inkl.  
Neon und  
Pastell

### Doppel- fasermaler

- Tinte auf Wasserbasis
- Auswaschbar aus den meisten Textilien
- Ventilierte Kappe

### Metallic Filzstifte

- Für helle, dunkle, bunte Papiere und glatte Oberflächen (Glas, Porzellan, Kunststoff)
- Schlägt nicht durchs Papier
- Ventilierte Kappe

### Spielknete Glitzer

- Besonders weich
- Sauber
- Klebt nicht
- Leicht auswaschbar



Glitzer-  
effekt



3+

# Insights online

Ihre PBS-Plattform

Start: 14. Okt 2020

## Digitaler PBS-Branchentreffpunkt

Die Insights-X hat ihr digitales Angebot erweitert. Mit Insights-X Online stellt der Veranstalter, die Spielwarenmesse eG, eine Plattform zur Verfügung, um Industrie und Handel in diesen herausfordernden Zeiten auf höchstem Niveau miteinander zu vernetzen und Branchenwissen zu vermitteln.

Aufgrund der Covid-19-Pandemie und deren Auswirkungen findet die sechste Insights-X nicht wie geplant statt. Der Termin wurde auf den Oktober 2021 verschoben. In der Zeit dazwischen hält die Spielwarenmesse eG als Veranstalter für Aussteller, Fachbesucher und Einkäufer allerdings zahlreiche Alternativeangebote auf digitaler Ebene parat. Diese sollen und können jedoch nicht die Veranstaltung auf dem Messegelände in Nürnberg ersetzen.

„Wir bedauern die Absage der Insights-X 2020, aber es war die einzig richtige Entscheidung. Die Gesundheit unserer Aussteller und Besucher hat oberste Priorität. Zudem ist es als Messeveranstalter

unser Ziel, ein persönliches Erlebnis zu schaffen, was sich aus jetziger Sicht nicht effizient umsetzen lässt“, sagt Ernst Kick, Vorstandsvorsitzender der Spielwarenmesse eG.

Einreiseverbote, Kontaktbeschränkungen und die wirtschaftliche Lage vieler Teilnehmer haben eine Planung in diesem Jahr fast unmöglich gemacht. Umso erfreulicher ist die Tatsache, dass große Aussteller und Marken schon ihr Interesse an der Insights-X 2021 bekundet haben: Exacompta, Hama, Staedtler, Faber-Castell, Schwan-Stabilo, Undercover und Duo Schreib & Spiel wollen bei der nächsten Ausgabe wieder mit vertreten sein. „Für uns ist das ein toller Vertrauensvorschuss und ein Zeichen dafür, dass die Industrie auch weiterhin voll und ganz auf das Veranstaltungskonzept der Insights-X setzt“, erklärt der Messechef.

Komplett fällt die PBS-Expo im Oktober nicht aus. Das gesamte Messteam hat ein webbasiertes Angebot entwickelt, das auf die Zielgruppen zugeschnitten ist. Das informative Programm optimiert die Orientierung im PBS-Markt und fördert das Knüpfen neuer Geschäftsbeziehungen. So werden beispielsweise die digitale Aussteller- und Produktsuche um neue Funktionen ergänzt und das Vortragsformat InsightsTalks als Webinar-Reihe abgehalten.

Das Konzept der Online-Plattform fußt auf den drei Säulen Networking, Business und Know-how. Um einen gemeinsamen Austausch der PBS-Branche zu ermöglichen, findet ein dreitägiger Online Live Event statt. Neben Expertenvorträgen im Rahmen der InsightsTalks werden hier außerdem Workshops der teilnehmenden Unternehmen abgehalten. Darüber hinaus wird es Raum für persönliche Geschäftskontakte geben. Ein erweiterter Hersteller- und Produktkatalog hält zudem Informationen bereit und rückt PBS-Neuheiten in den Fokus. Auch die Vermittlung von Branchenwissen steht im Mittelpunkt der Insights-X Online. Die Basis bildet der bereits bestehende Newsbereich auf der Webseite der Insights-X. Für Händler und Einkäufer steht das digitale Angebot ab 14. Oktober kostenlos zur Verfügung.

Ernst Kick resümiert: „Außergewöhnliche Situationen erfordern zukunftsorientierte Lösungen, mit denen alle Beteiligten die Zeit bis zur Ausrichtung der Insights-X 2021 noch effektiver nutzen können. Am meisten freuen wir uns jedoch auf ein Wiedersehen in Nürnberg. Denn Messen sind die Schaufenster der Branche, für die der persönliche Kontakt weiterhin unerlässlich bleibt.“

[www.insights-x.com](http://www.insights-x.com)



Ernst Kick, Vorstandsvorsitzender der Spielwarenmesse eG, stellt sich den neuen Herausforderungen. Sein Statement auf Youtube: [youtu.be/ITMc09xIKsE](https://youtu.be/ITMc09xIKsE)

# Insights

# Talks



## Praktisches Handelswissen

Im Rahmen des dreitägigen Online Live Events vermitteln Experten bei den InsightsTalks aktuelles Handelswissen. Im Fokus stehen die Themen Krisenbewältigung im Handel, Digitalisierung sowie Nachhaltigkeit. Die Vorträge werden in deutscher und englischer Sprache angeboten.



Richard Gottlieb

### Krisen erfolgreich meistern

Die Covid-19-Pandemie hat den Alltag und das Konsumverhalten vieler Menschen grundlegend gewandelt. Für Industrie und Handel hat diese Entwicklung weitreichende Folgen. Einen Ausblick auf die Zukunft der Konsumgüterindustrie mit Fokus auf die PBS-Branche gibt Richard Gottlieb in seinem Vortrag. Der CEO des US-amerikanischen Beratungsunternehmens Global Toy Experts geht auf künftige Entwicklungen im Konsumgüterbereich ein und zeigt auf, welche Veränderungen vorgenommen werden müssen.

Bei den InsightsTalks dreht sich alles um spannende Einblicke in die PBS-Branche. Neben Expertenvorträgen zu den Themen Handel, Krise & Corona, Digitalisierung und Nachhaltigkeit, präsentiert die Insights-X auch Interviews mit Branchenverbänden und Kooperationspartnern. Zusätzlich wird der Special Award Ergonomie verliehen. Einen Überblick über die Vorträge erhalten Sie auf der folgenden Seite.

### Digitaler Point-of-Sale

Die Digitalisierung bietet dem Fachhandel am Point of Sale neue Möglichkeiten sowohl für die Kundenansprache als auch für die Gestaltung des Kaufprozesses. Judith Hellhake ist als Leiterin des Mittelstands 4.0-Kompetenzzentrums am IFH Köln eine ausgewiesene Expertin, wenn es um die Einführung digitaler Technologien in kleinen und mittleren Unternehmen geht. In ihrem Vortrag gibt sie Antworten auf die Fragen, welches digitale Medium zu welcher Firma passt und was es bei der Einbindung in die bestehenden Geschäftsstrukturen zu beachten gilt.



Judith Hellhake



Lara Baschour

### Nachhaltige Konsumenten

Das Thema Nachhaltigkeit bewegt alle Branchen. Immer mehr Kunden interessieren sich für umweltschonend hergestellte Produkte. Wie der nachhaltige Konsument tickt, haben Lara Baschour und Lukas Burs herausgefunden. Die beiden arbeiten im Bereich Consumer Analytics von M Science, der zentralen Forschungsunit der Group M. Sie zeichnen in ihrem Vortrag ein erstes Bild dieser neuen Zielgruppe und erklären, wie Nachhaltigkeit im Alltag integriert wird und wie Konsumenten zu „grüner Werbung“ stehen.



Lukas Burs

## Online Live Event: So einfach nehmen Sie daran teil

### Vorträge InsightsTalks (Überblick)

In den drei Themenbereichen Krisenbewältigung im Handel, Digitalisierung, Nachhaltigkeit werden folgende Vorträge angeboten (hier eine Auswahl, weitere Programmpunkte folgen mit dem Start der Insights-X Online):

#### Krisenbewältigung im Handel

- **Brennglas Corona - Was wir für die Erfolgsmuster der Zukunft lernen können**

Referent: Prof. Dr. Ayelt Komus, Hochschule Koblenz

- **Covid macht uns fit! Erkenntnisse aus der größten Lerneinheit der letzten 70 Jahre**

Referent: Frank Rehme, gmvteam Kompetenzzentrum Handel, Düsseldorf

- **After Covid-19, a look ahead**

Referent: Richard Gottlieb, Global Toy Experts, New York/USA

#### Digitalisierung

- **Gewusst wie! Social Media als moderner Verkaufskanal für den Handel**

Referentin: Svenya Scholl, Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel, Köln

- **Der Weg zum digitalen Point of Sale - Implementierung digitaler Technologien in kleinen und mittleren Unternehmen**

Referentin: Judith Hellhake, Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel, Köln

- **Visuelle Kommunikation im digitalen Zeitalter - wie Digitalkonzepte Handel und Abverkauf beflügeln**

Referentin: Caroline Zöller, Forteam Kommunikation GmbH, Köln

- **Chancen der Künstlichen Intelligenz für den Einzelhandel**

Referenten: Andreas Kruse, EHI Retail Institute, Director Business Development, und Marco Atzberger, EHI Retail Institute, Leiter Auftragsforschung, Mitglied der Geschäftsleitung, Köln

#### Nachhaltigkeit

- **Spotlight: Nachhaltiger Konsum**

Referenten: Lara Baschour, Group Head Consumer Analytics, Science, und Lukas Burs, Analyst Consumer Analytics, Science GmbH, Düsseldorf

- **Mit Nachhaltigkeit im Verkauf punkten**

Referent: Jörg Winter, Inhaber Jörg Winter - Impulse zum Erfolg, Hamburg

- **Grün denken - grün schreiben!**

Referent: Dr. Harald Käb, narocon Innovationsberatung, Berlin

Hinweis: Die Auflistung der Vorträge entspricht nicht der Reihenfolge, wie sie beim Online Live Event sein wird.

### Registrierung

Registrieren Sie sich ab 1. Oktober 2020 kostenlos über [www.insights-x.online](http://www.insights-x.online) und sichern Sie sich frühzeitig vor dem Start der Insights-X Online die besten Termine mit Ihren Lieferanten oder melden Sie sich für spannende Vorträge und Präsentationen an. Das komplette Programm mit aktuellen Ergänzungen ist ab Anfang Oktober auf der Webseite der neuen Plattform abrufbar.

Die Daten, die bei der Registrierung hinterlegt werden müssen: Name, Firma und Anschrift. Wie bei anderen Plattformen üblich, können Sie selbst einen Benutzernamen und Passwort wählen. Der Login-Bereich ist ebenfalls über die Internetseite [www.insights-x.online](http://www.insights-x.online) erreichbar. Wenn Sie sich erst einmal erfolgreich registriert haben, sind folgende Aktionen möglich:

- im Vorfeld für Workshops und Produktpräsentationen der Anbieter anmelden
- bereits vorab Gesprächstermine mit Anbietern vereinbaren
- an den Vorträgen im Rahmen der InsightsTalks teilnehmen (ab 14. bis 16. Oktober 2020.)

## Special Award Ergonomie für PBS-Produkte

Um die Entwicklung von ergonomischen PBS-Produkten zu fördern, kooperiert der Veranstalter der Insights-X, die Spielwarenmesse eG, mit dem IGR Institut für Gesundheit und Ergonomie. Gemeinsam loben sie den neuen Special Award Ergonomie aus.

Mit dem Preis werden ab diesem Jahr herausragend ergonomische Produkte in den beiden Kategorien „Schreibgeräte“ sowie „(Schul-)Taschen und Rucksäcke“ ausgezeichnet. Der Award ist Teil des Innovationspreises Ergonomie, der seit 2019 vom IGR verliehen wird. Ziel ist es, Unternehmen für das Thema Ergonomie zu sensibilisieren und Hersteller zu bestärken, bei ergonomischen Produkten höchste Qualitätsmaßstäbe anzustreben. „Wir freuen uns, dass wir mit dem IGR einen erfahrenen Partner gewinnen konnten. Der Special Award Ergonomie soll nicht nur ein Ansporn für Firmen sein, sondern Konsumenten auch als Orientierung bei Kaufentscheidungen dienen“, erklärt Ernst Kick, Vorstandsvorsitzender der Spielwarenmesse eG.

Interessierte Firmen aus der PBS-Branche konnten sich bis zum 21. September anmelden. Anschließend trifft eine Jury, bestehend aus Vertretern des IGR und der Insights-X, eine engere Auswahl. Für jede Kategorie nominiert sie bis zu drei Produkte für den Preis. Am 5. Oktober werden die Nominierten bekannt gegeben. Die Verkündung der Gewinner erfolgt am 15. Oktober 2020 im Rahmen des Online Live Events zur Insights-X Online.  
[www.insights-x.com](http://www.insights-x.com)







Neuer Kurs 2021 in Köln  
Kurszeitraum: Januar - November 2021

## Generation 2.0 - Der neue interaktive Fachberaterkurs

Jetzt anmelden! Der nächste PBS-Fachberaterkurs startet am 20. Januar 2021 in Köln. Orts- und zeitunabhängiges Lernen über eine Onlineplattform in Verbindung mit vier Praxistagen vertiefen die praktischen Anwendungs- und Verkaufübungen. Fördern Sie gezielt ihre Mitarbeiter und investieren in deren berufliche Weiterbildung.

Seit 2017 findet die Ausbildung jährlich statt und wird von 18 Monaten auf elf Monate und von sechs auf fünf Präsenztage verkürzt. Die Inhalte werden entsprechend angepasst. Die Differenzierung innerhalb des Kurses zwischen Laden- und Streckengeschäften wird beibehalten. Die Präsenztage finden zwischen Januar und November eintägig dienstags, mittwochs oder donnerstags in den Räumen der Fachschule des Möbelhandels in Köln-Lindenthal statt.

Köln ist aus ganz Deutschland günstig per Bahn (ICE, IC/EC), Fernbus und Flug (Eurowings und Ryanair) zu erreichen. Die frühzeitige Terminierung der Präsenztage erlaubt die rechtzeitige Buchung zu Sparpreisen. Die Fachschule ist per S- und U-Bahn in 30 Minuten vom Hauptbahnhof und in 45 Minuten vom Flughafen aus erreichbar. Es empfiehlt sich ggf. eine Vorabandanreise.

Die Lehrgangsg Gebühr beträgt für Mitgliedsunternehmen des HBS und der HDE-Handelsorganisation nur noch 980 Euro statt 1.980 Euro, zzgl. Implementierungs- und Prüfungsgebühr. Die Teilnehmerzahl ist auf maximal 20 Personen begrenzt. Der nächste Kurs startet am 20. Januar 2021 in Köln. Anmeldung über [www.fachberater-pbs.de](http://www.fachberater-pbs.de) oder Telefon 0221/94083-30.

[www.bwb-online.de](http://www.bwb-online.de)

UNDER  
COVER

# scooli

## Ergonomische Begleiter

### EasyFit

Der passgenaue Schulrucksack

- Neue **schlanke Passform** für einen guten Fit
- Sichtbar: **Reflektorflächen von ORALITE**
- Zertifiziert mit dem Siegel „Ergonomisches Produkt“ der IGR



**IGR** Institut für Gesundheits- und Ergonomie  
Zertifiziertes Ergonomisches Produkt



™ & © Universal Studios and Amblin Entertainment, Inc.



Bewährte bzw. neue Sortimente haben für den Konsumenten eine neue Wertschätzung erhalten.  
Foto: © KOSMOS

Serie: Teil 3

## Moderne Sortimente für aktive Fachhändler

In Zusammenarbeit mit Dr. Helmut C. Steffens und Stefan Meyer von der Handelsberatung Steffens zeigen wir Ihnen die Chancen auf, mit modernen Sortimenten für den PBS/Buch Fachhandel neue Kaufgenerationen anzusprechen. In dieser Ausgabe: Geselligkeit im Alltag und Beruf.

In der Corona-Zeit hat Gräfin von der Pahlen (Reise-Expertin der Frauenzeitschrift Madame) den Spruch geäußert: „Gemeinsam mit der Familie verbrachte Zeit, schafft Vertrautheit und Erinnerungen fürs ganze Leben“. Dies lässt sich auch auf die Zeit im Berufsleben übertragen.

Seit Beginn der Corona-Pandemie hat das Miteinander einen höheren Stellenwert erhalten und jeder schätzt diesen Wert nun anders für sich ein. Dies wird sich auch im Einkaufsverhalten der Verbraucher äußern. Bestehende Sortimente oder auch neue Sortimente erhalten eine größere Bedeutung. Dies führt zwangsläufig dazu, dass diese Sortimente eine andere Platzierung erhalten müssen, damit der Kunde die Warengruppen auch wahrnimmt.

Diese bewährten bzw. neuen Sortimente haben für den Konsumenten eine neue

Alltag und Privatleben	Berufsleben
Feiern mit den Warengruppen Memory, Party	Facility & Hygiene
Anlässe von der Geburt bis zur Rente	Kaffee, Küche & Co.
Mitbringsel – ob Fun oder kleines Geschenk	Wohlbefinden im Büro
Lesen – vom Kinderbuch bis zum Krimi	Security für alle
Geldgeschenke von der Grußkarte bis zur kreativen Gestaltung.	Gesundheit
Kulinarik – in all seinen Varianten	Catering
Herrengeschenke	Planung und Organisation
Spielzeit vom Kartenspiel bis zum Gesellschaftsspiel	Home-Office



Wertschätzung erhalten. Zeigen Sie Ihren Kunden, dass Ihr Unternehmen auf der Höhe der Zeit ist und der Kunde bei Ihnen die entsprechende Kompetenz im Sortiment und in der Beratung findet.

Die Warengruppen brauchen eine klare Aussage. Die Flächen müssen abwechslungsreich und spannend sein. Highlights müssen starke Impulse auslösen und gepusht werden.

Der Händler, der im Sortiment und Beratung den Zeitgeist trifft, wird gegen-

Eine große Auswahl an Spielen für die gesamte Familie signalisiert dem Kunden Kompetenz.

über dem Wettbewerb einen deutlichen Vorsprung erreichen.

In dieser Ausgabe wollen wir Ihnen die Sortimente „Geselligkeit im Alltag und Beruf“ vorstellen.

#### Begriffsdefinition

Wikipedia sagt dazu: „Geselligkeit ist eine von den Zwecken der Alltagsgeschäfte entthobene Grundform des menschlichen Miteinanders und Austauschs, bei der die daran Beteiligten gemeinsamen Werten verpflichtet sind. Sie dient gleichermaßen der Zerstreuung und Unterhaltung wie der Identitätsstiftung und Einbindung in die Gesellschaft.“ Hier kann man bereits das Berufsleben einbeziehen, denn seit der Home Office-Zeit haben viele Menschen die Geselligkeit zu schätzen gelernt.

#### Geselligkeit als Megatrend

„Besser statt mehr“ wird zur Leitdevise von immer mehr individuellen und kollektiven Strategien, die auf höhere Lebensqualität setzen: besser Zeit mit der Familie als mehr Gehalt, besser eine neue Grünfläche in der Stadt als noch ein Einkaufszentrum, lieber weniger und dafür besseres Fleisch auf dem Teller usw. Viele Organisationen suchen derzeit nach validen Maßstäben für die Erfassung individueller Lebensqualität.



UNDER  
COVER

UN  
STOPP  
ABLE

15x  aus recycelten  
PET-Flaschen

Be the difference!

Hergestellt aus recycelten  
PET-Flaschen.  
Mit neoxx gegen Plastik.  
Für unseren Planeten!

Neue Styles 2021

Ergonomische Features

neoxx

www.neoxx-schulrucksack.com

Sortiment	Wertigkeit	Anmerkungen	Chancen
Memory	Erinnerungen festhalten	Fotoalben und -Rahmen spiegeln das menschliche Miteinander wider.	Bei entsprechender Auswahl eine sehr gute Umsatzchance.
Party	Zerstreuung	Partyzubehör für Kinder & runde Geburtstage lassen den Alltag vergessen.	Abgrenzung vom Wettbewerb notwendig.
Anlässe	Einbindung in die Gesellschaft und menschliches Miteinander	Von der Geburt bis zum Ruhestand gibt es zahlreiche Anlässe zum Feiern.	Lieber wenige Anlässe präsentieren und Auswahl zeigen als viele Anlässe mit geringer Auswahl.
Mitbringsel	Identitätsstiftend	Passt das kleine Geschenk zum Beschenken?	Abwechslung muss in diesem Sortiment sein
Lesen	Zerstreuung & Unterhaltung	Nicht nur für den Buchhandel. Aktuelles Buch.	Aktueller Lesestoff für Jedermann
Geldgeschenke	Identitätsstiftend & menschliches Miteinander	Hardware ist fast überall vorhanden, daher wird Geld geschenkt, damit der Beschenkte die Wahl hat.	Da die Menschen fast alles besitzen, wird das Geldgeschenk immer bedeutsamer.
Kulinarik	Menschliches Miteinander & Austausch	Unterstützt das menschliche Miteinander beim Feiern, Kochen und Beisammensein.	Abgrenzung vom Feinkost-Laden und als Geschenkvariante sehen.
Herren-geschenke	Identitätsstiftend & menschliches Miteinander	Das Angebot für Herren-geschenke ist gering. Hier können Sie eine Nische besetzen.	Spezialisierung in den zielgruppenspezifischen Preisklassen zieht Kunden an.
Spielezeit	Zerstreuung und Unterhaltung	Gesellschaftsspiel & Kartenspiele stehen hier im Vordergrund	Spezialisierung bei Lieferanten und Themen ist notwendig
Kaffee, Küche & Co	Menschliches Miteinander und Austausch	Hier trifft sich die Menschheit zum Austausch, Gespräch und Zusammensein.	Die Zielgruppe unbedingt beachten. Nicht austauschbar sein
Wohlbefinden	Einbindung in die Gesellschaft	Das Umfeld mit Ruhe, gesundes Klima usw. zählt	Nutzen sie aktuelle Themen, wie z.B. Luftreinigung
Gesundheit	Menschliches Miteinander	Alles was der Gesundheit dient und nicht Medical ist.	Zukünftiges Wachstumsthema
Security	Einbindung in die Gesellschaft	Sicherheit wird neben Gesundheit ein hoher Wert	Zukünftiges Wachstumsthema
Home-Office	Identitätsstiftend	Prognosen sagen bis zu 25% der Büroarbeitsplätze als Home -Office voraus.	Eine zusätzliche Zielgruppe für Bürobedarf.

**Warum sind die Sortimente interessant?**

Die Sortimente müssen die Punkte der Definition und der Megatrends berücksichtigen, dann zeigen sie, dass Sie auf der Höhe der Zeit sind und Sie die Wünsche und Bedürfnisse der Konsumenten erfüllen. Stellen Sie die einzelnen von Ihnen ausgewählten Sortimente entsprechend heraus. Warenpräsentation und Leitsystem sollten dies unterstützen. Die beiden Abbildungen auf Seite 19 zeigen ein Beispiel rund um das Thema „Spielezeit“.

Wie die einzelnen Sortimenten der neuen Wertigkeit zuzuordnen sind und welche Chancen sich ergeben können, zeigt die Auflistung auf dieser Seite.

Nutzen sie das veränderte Einkaufsverhalten der Konsumenten und präsentieren Sie die entsprechenden Sortimente gut sichtbar und mit Erlebnisfaktor. Die kann über zusätzliche Anwendungsinformationen und Verkostungen bis hin zu Personal-Shopping Beratung gehen.

**Dr. Helmut C. Steffens und Stefan Meyer**

Sortiment	Kennzahlen
Memory	1,59 Milliarden € Umsatz bzw. 9,4 Millionen beim Stückverkauf für Fotoalben und für Fotorahmen 960 Millionen € Umsatz.
Party	1,1 Milliarden. € Umsatzwert
Anlässe	13,5 Milliarden € Umsatzwert für alle Anlässe
Lesen (nur Unterhaltungsliteratur für den privaten Kunden)	Ist nach der Sortimentsstruktur zu bewerten. Der Buchmarkt setzt 9,13 Mrd. € um, davon der Buchhandel 4,27 Mrd. €. Belletristik hat einen Anteil von 31,5 5 und Kinder-Jugendbuch von 16,6 %.
Mitbringsel Geldgeschenke Herregeschenke	3 Milliarden Umsatzwert. Je nach Sortimentsstruktur aufzuteilen und zu bewerten. Hierbei sind Geldgeschenke die Nummer 1.
Spielezeit	Dieser Teilmarkt macht 14 % des gesamten Spielemarktes aus und entspricht 450 Mio. €.
Kulinarik	16 Milliarden €, muss je nach Sortimentsstruktur aufgeteilt werden.
Die Berufsleben-Warengruppe ist zu unterschiedlich in der Zusammensetzung, daher sind hier keine verlässlichen Kennzahlen vorhanden.	

Wie die einzelnen Sortimente der neuen Wertigkeit zuzuordnen sind und welche Chancen sich ergeben können, zeigt die Auflistung (oben).



Ein paar Kennzahlen für die Bedeutung der einzelnen Warengruppen im Lebensbereich von Geselligkeit im Alltag und Beruf.

Helmut C. Steffens beschäftigt sich seit über 50 Jahren mit den Handelsstrukturen im PBS-, Buch- und Kreativmarkt. Er führt zusammen mit Stefan Meyer die Handelsberatung Steffens in Stolberg als Senior-Berater. Neben seiner Beratungstätigkeit ist er Autor verschiedener Fachpublikationen. Kontakt: hcsteffens@t-online.de



Christof Rösch, Bereichsleiter Drucken und Kopieren bei Soennecken



Dr. Thomas Titzkus, Geschäftsführer der marketingfaktor

gen. Das Full-Service Dienstleistungsspektrum umfasst eine Vielzahl von Vermarktungsaktivitäten: von der Entwicklung und Umsetzung einer Marketing- oder Vertriebsstrategie über Online- oder Offline-Marketing bis hin zu Vertriebsstrainings, Coachings und Leadgenerierung durch Telefonakquise.

Die marketingfaktor kann unsere Mitglieder dabei unterstützen, Leads und Neukunden zu gewinnen, um systematisch die eigene Vertriebspipeline zu befüllen. Und dies in der Regel erfolgsbasiert“, sagt Christof Rösch, Bereichsleiter Drucken und Kopieren bei Soennecken.

„Uns vertrauen viele namhafte, aber auch zahlreiche mittelständische Unternehmen bereits seit vielen Jahren“ sagt Thomas Titzkus. „Dies liegt sicherlich auch daran, dass wir Marketing und Vertrieb integriert und stets durch die Brille der Umsatz- und Ergebniswirksamkeit der jeweiligen Maßnahmen betrachten. Und wenn unsere Kunden ihre Mitarbeiter zu uns ins Training schicken, gelingt es uns nicht nur, sie für die Telefonakquise zu begeistern. Die Teilnehmer generieren auch echte Termine bei potenziellen Neukunden, so dass sich die Trainings stets refinanzieren.“

[www.soennecken.de](http://www.soennecken.de)

## Exklusive Kooperation gestartet

Die Soennecken eG und die marketingfaktor GmbH starten eine exklusive Kooperation bei Vertriebsdienstleistungen. Die geschlossene Rahmenvereinbarung bietet Soennecken-Mitgliedern die Möglichkeit, auf einzelne Vertriebsdienstleistungen der marketingfaktor zurückzugreifen - exklusiv und zu besonderen Konditionen.

Dazu zählt zum Beispiel die Leadgenerierung und Neukundengewinnung

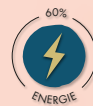
durch seriöse Telemarketing-Kampagnen, oder auch professionelle Vertriebsstrainings und -coachings durch Dr. Thomas Titzkus, Geschäftsführer der marketingfaktor und Dozent für Sales Management an der Hochschule Niederrhein. Die marketingfaktor zählt zu den führenden mittelständischen Marketing- und Vertriebsagenturen im B2B-Umfeld. Sie ist spezialisiert auf die Vermarktung erklärungsbedürftiger Produkte, Dienstleistungen und Lösun-



# Aus Liebe zur Natur!

Bastel dich happy mit 100% Altpapier!

RECYCLINGPAPIER MIT DEM BLAUEN ENGEL SPART IM VERGLEICH ZU FRISCHFASERPAPIER:



# Paperworld und Ambiente gemeinsam im April 2021

Der aktuelle Pandemieverlauf führt dazu, dass die Messe Frankfurt bis einschließlich März 2021 keine eigenen physischen Messen am Standort Frankfurt veranstalten wird. Das Unternehmen ordnet den Messekalender im Frühjahr neu und setzt dabei auf neue Synergien und digitale Ergänzungen.

Während in China seit Krisenbeginn bereits wieder 13 große Messen des Unternehmens an verschiedenen Standorten stattfinden konnten, sind solche Vorhaben in Deutschland aktuell nicht realisierbar. Im Hinblick auf Covid-19 gehören zwar Messehallen zu den sichersten überdachten Gebäuden, in denen sich Menschen aufhalten können, ohne einem erhöhten Infektionsrisiko ausgesetzt zu sein. Es kann in hoher Frequenz Frischluft zugeführt werden, und in Verbindung mit den vielfältigen Einzelmaßnahmen im Hygienekonzept wären geschäftliche Begegnungen auf dem Frankfurter Messegelände möglich.



Doch vor dem Hintergrund der erneuten Verschärfung behördlicher und vor allem auch firmeninterner Reiserestriktionen führt der aktuelle Pandemieverlauf leider zu einer zunehmenden Verunsicherung seitens der Messekunden.

Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt, sagt: „Wichtig für unsere Kunden ist

Die Paperworld, Christmasworld und Ambiente finden nicht wie gewohnt statt. Die „International Consumer Goods Show - Special Edition“ bündelt das Konsumgüterangebot der Messe Frankfurt auf einer gemeinsamen Veranstaltung vom 17. bis 20. April 2021 [Foto zeigt die Messehalle 3]. Die Creativeworld setzt allerdings als physischer Treffpunkt in 2021 einmalig aus.

unsere frühzeitige Entscheidung, denn jetzt müssten die Investitionen für die Messebeteiligungen ausgelöst werden. Die Messe Frankfurt wird konsequent dabei bleiben, im engen Schulterschluss mit den Kunden die Interessen der ausstellenden Industrien in den Mittelpunkt der Entscheidungen zu stellen.“ Auf die verschärften Reiserestriktionen reagiert die Messe Frankfurt daher mit einer Neuplanung des Messefrühjahres 2021 in Frankfurt wie folgt:

## **Paperworld, Christmasworld & Ambiente**

Einmalig finden vom 17. bis 20. April 2021 die Messen Ambiente, Christmasworld und Paperworld als gemeinsame Veranstaltung unter dem Namen „International Consumer Goods Show - Special Edition“ in Frankfurt am Main statt. Die Präsenzveranstaltung wird durch gezielte digitale Angebote der Consumer Goods Digital Days ergänzt. Hier werden auch die rein digitalen Angebote der Creati-

veworld zu finden sein, die 2021 als physischer Treffpunkt einmalig aussetzt. Aufgrund der Zusammenlegung, des neuen Termins und des hybriden Charakters der Veranstaltung ergeben sich unter den aktuell vorherrschenden Pan-



Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt



Julia Uherek, Group Show Director Consumer Goods, Messe Frankfurt Exhibition GmbH.



Auf der Nordstil konnte die Messe Frankfurt bereits Schutz- und Hygienemaßnahmen testen. Die Nordstil fand vom 5. bis 7. September 2020 in Hamburg, als erste Veranstaltung der Messe Frankfurt in Deutschland überhaupt, wieder statt - alles unter sicheren Rahmenbedingungen.

demie-Bedingungen neue geschäftsfördernde Synergie-Effekte für die gesamte Branche.

Julia Uherek, Group Show Director Consumer Goods, Messe Frankfurt Exhibition GmbH: „Wir wissen, dass für den Großteil unserer Kunden - Aussteller und Besucher - eine internationale Messeteilnahme 2021 immens wichtig ist, denn die trendorientierten Orderzyklen der Konsumgüterbranche erfordern eine jährliche Veranstaltung zum Jahresbeginn. Möglich wird diese Zusammenlegung der drei internationalen Fachmessen durch die situationsbedingte Konzentration der Veranstaltungen. Diese Kombination bietet 2021 die

Chance, an nur einem Termin zu einem Zeitpunkt die wesentlichen internationalen Kontakte zu knüpfen und Trends zu ordern.“

„Wir setzen uns mit ganzer Kraft für sichere und erfolgversprechende Messen in 2021 ein und haben dafür unter anderem ein umfassendes Hygiene- und Sicherheitskonzept erarbeitet. Doch wir müssen feststellen, dass zum aktuellen Zeitpunkt viele internationale Messteilnehmer nicht nach Deutschland einreisen können. Uns ist ebenfalls bewusst, dass jetzt Standbauunternehmen, die Verschiffung der Waren, Flüge und Hotels gebucht und beauftragt werden müssen. Dieser Notwendigkeit

fühlen wir uns mehr denn je verpflichtet“, erklärt Julia Uherek weiter.

#### Nextrade wird ausgeweitet

Als erster digitaler B2B-Marktplatz für Home & Living führt die Plattform Nextrade Angebot und Nachfrage der gesamten Branche zusammen - und schafft damit einen großen Mehrwert für beide Seiten. Seit 2019 nutzen Kunden der Ambiente, Tendence und Nordstil das Portal ([www.nextrade.market](http://www.nextrade.market)) erstmalig auch Kunden der Heimtextil, Christmasworld und Creativeworld zur Verfügung, um die physische Messteilnahme zu verlängern und ganzjährige Orders zu ermöglichen.

#### Neuplanung weiterer Messen

Die Heimtextil 2021 wird von Anfang Januar auf den 4. bis 7. Mai 2021 verlegt und findet dann parallel zur Techtexil und Texprocess 2021 in Frankfurt statt. Die ISH (Weltleitmesse für Wasser, Wärme, Klima) wird vom 22. bis 26. März 2021 als rein digitale Veranstaltung stattfinden und eine Vielzahl an Angeboten bereitstellen.

[paperworld.messefrankfurt.com](http://paperworld.messefrankfurt.com)  
[christmasworld.messefrankfurt.com](http://christmasworld.messefrankfurt.com)  
[creativeworld.messefrankfurt.com](http://creativeworld.messefrankfurt.com)  
[ambiente.messefrankfurt.com](http://ambiente.messefrankfurt.com)  
[www.messefrankfurt.com/hygiene](http://www.messefrankfurt.com/hygiene)

# Mach's ohne.\*

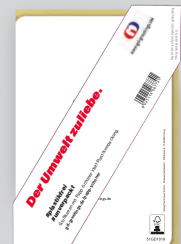
## Der Umwelt zuliebe.



[www.gd-greetings.de](http://www.gd-greetings.de)



vorne



hinten

\* Jetzt gibt es unsere Top 100 Grußkarten auch mit kleberfreiem Papp-Schoner. Alles weitere gerne persönlich oder unter [gd-greetings.de/papp-schoner](http://gd-greetings.de/papp-schoner)

#plastikfrei  
#unverpackt



## Der Grüßkartenverband

Interview mit Mathias M. Janssen, AVG

# „Grüßkarten helfen, soziale Distanz zu überwinden“

Die AVG ist eine freiwillige Arbeitsgemeinschaft der wichtigsten Hersteller und Verleger von Glückwunschkarten in Deutschland. Anlässlich der Verleihung der „Goldenen Grüßkarte“ - in diesem Jahr wegen der Corona-Pandemie nur virtuell - sprachen wir mit Mathias M. Janssen.

[Am 3. September wurden die Preise der „Goldenen Grüßkarte 2020“ im Deutschen Theater in München ohne Publikum verliehen. Die Gründe dafür sind bekannt - was hat Sie dabei beeindruckt und was hat Ihnen weniger gefallen?](#)

**Janssen:** Als wir die Preisverleihung von März auf September verschoben haben,

war uns noch nicht klar, dass wir die Sieger nicht so glamourös wie im vergangenen Jahr im Deutschen Theater hochleben lassen können. Im Laufe der Monate sahen wir die Live-Veranstaltung jedoch dahinschwinden und benötigten eine Alternative. Eine schlichte Bekanntgabe der Gewinner kam für uns nicht in Frage, daher haben wir uns andere Veranstaltungen zum Vorbild genommen und eine Online-Preisverleihung beschlossen.

Die Verleihung der Goldenen Grüßkarte sollte im Livestream so nah wie möglich an die Originalveranstaltung heranreichen. Wir fanden es alle sehr spannend, mit diesem neuen Medium umzugehen. Den Originalveranstaltungsort haben wir bewusst beibehalten, um den Geist der Goldenen Grüßkarte besser zu repräsentieren. Allerdings hätten wir nicht gedacht, dass der technische Aufwand so groß sein würde - überall Technik, Kameras, Mischpulte und Techniker. Das war schon beeindruckend.

Ohne die Reaktionen des Publikums auszukommen zu müssen, war natürlich ungewohnt. Jedoch fand ich persönlich es in meiner Vorstellung schwieriger, als

es am Ende dann war. Unsere charman- te Moderatorin Nele Schenker hat uns ganz schnell in die Welt des Fernsehens mitgenommen und uns ist dadurch, so glaube ich, eine rundum gelungene Preisverleihung geglückt.

[Sie sind einer der Hauptorganisatoren der „Goldenen Grüßkarte“. Rufen Sie uns bitte noch einmal kurz in Erinnerung, warum der Preis überhaupt ins Leben gerufen wurde und wird es eine Fortsetzung geben?](#)

**Janssen:** Die AVG hatte vor drei Jahren die Idee, der Grüßkarte im PBS-Markt eine neue und dauerhafte Aufmerksamkeit zu geben. Ziel des Wettbewerbs war es, einen Branchenevent zu schaffen, bei dem Verlage, Lieferanten und Kunden zusammenkommen und sich austauschen.

Im Zentrum steht das Produkt Grüßkarte. Für die Finalisten-Verlage und deren Produkte erreichen wir eine breite mediale Aufmerksamkeit.

Und ja, es wird weitergehen. Wir freuen uns schon auf den dritten Wettbewerb, der bereits in vollem Gange ist. Der Ein-



Mathias M. Janssen, zweiter Vorstand der AVG (Arbeitsgemeinschaft der Hersteller und Verleger von Glückwunschkarten) und Verlagsleiter beim Verlag Dominique GmbH, Inning am Ammersee.





Noch bis zum 19. Oktober 2020 können sich Interessenten zur Teilnahme am AVG Card Award 2021 registrieren: [www.diegoldenegrußkarte.de](http://www.diegoldenegrußkarte.de)

sendeschluss ist bereits in wenigen Wochen, am 19. Oktober 2020.

[Welchen Stellenwert hat die Grußkarte heute allgemein und welche Rolle spielt sie im Sortiment des Fachhandels?](#)

**Janssen:** Die Grußkarte ist ein zentraler Bestandteil unserer Kultur. Handgeschriebene Zeilen auf einer Grußkarte gehen ganz besonders ans Herz und schaffen Verbundenheit. Sie drücken die persönliche Wertschätzung für den Beschenkten aus, eine Wertschätzung, die jeder gerne bekommt und die in digitaler Form über WhatsApp oder Mail so nicht zu erreichen ist. Daher ist es die Aufgabe aller Beteiligten, also der Verlage und des Handels, in dessen Sortiment die Grußkarte einen sehr hohen Stellenwert hat, diese Kultur aufrecht zu erhalten, zu fördern und mit gemeinsamen Aktionen dem Endverbraucher wieder näher zu bringen.

[Wie gut hat die Grußkarte die Corona-Zeit überstanden, wo doch überall verstärkt der Kontakt über digitale Medien gepflegt wurde - sowohl privat als auch beruflich?](#)

**Janssen:** Wir haben festgestellt, dass während des Lockdowns so viele Osterkarten verkauft wurden wie seit langem nicht mehr. Ostern ist zwar eine Randdevis, die Verkaufszahlen zeigen uns aber, dass Grußkarten als Ausdruck der Wertschätzung und als Alternative zu den digitalen Medien ihre Position haben. Sie helfen, soziale Distanz zu überwinden.

Und so hat die Grußkarte im Allgemeinen die Corona-Zeit durchaus gut überstanden. Der Erfolg ist jedoch über die Handelsschienen sehr unterschiedlich.

In der Zeit des Lockdowns waren leider die Schreibwarengeschäfte sowie artverwandte Geschäfte sehr benachteiligt. Auch im Lebensmittelhandel waren Einbußen im Bereich der Karte zu verspüren, jedoch nicht im gleichen Maße wie im Fachhandel. Natürlich gab es Verschiebungen innerhalb einzelner Devisen. Hochzeitskarten beispielsweise waren im Absatz natürlich schwächer, Kommuniions- und Konfirmationskarten wurden zeitversetzt verkauft.

[Sehen Sie die digitale Preisverleihung in diesem Jahr deshalb auch als Chance - mit YouTube haben Sie doch die Möglichkeit, ein viel breiteres und jüngerer Publikum zu erreichen?](#)

**Janssen:** Tatsächlich haben wir durch die Live-Übertragung ein viel breiteres Publikum erreicht, als wir je gedacht hätten. Corona hat und wird vieles in unserer Gesellschaft verändern. Durch den offenen Umgang mit den neuen Medien werden sich neue Chancen für uns alle ergeben, wir müssen sie nur sehen und jeder muss sie für sich interpretieren und umsetzen.

[Welchen Rat geben Sie als zweiter Vorstand der AVG \(und möglicher künftiger Vorsitzender\) Ihren Mitgliedern in Zeiten der Pandemie mit auf den Weg?](#)

**Janssen:** In allem Schlechten steckt etwas Gutes. Es ist unsere Aufgabe als Verlage und Handelspartner gleichermaßen, sich auf die neuen Gegebenheiten einzustellen und daraus etwas Neues entstehen zu lassen. Wir als AVG werden unsere Mitglieder in der Zukunft durch interessante Veranstaltungen und Aktionen unterstützen. Die Details hierzu werden derzeit erarbeitet.

[Der Verband hat sich zur Aufgabe gemacht, die Glückwunschkarte „in jeder Weise“ zu fördern. Wo sehen Sie den AVG und die angeschlossenen Mitglieder in fünf Jahren?](#)

**Janssen:** Unser Ziel ist es, über alle Handelsschienen hinweg, die Grußkarte in ihrem Stellenwert zu stärken und auszubauen. Eine starke Konkurrenz im Markt fördert die Stärke des Einzelnen. Als AVG haben wir deshalb soeben die Arbeitsgruppe Visionen und Zukunft ins Leben gerufen. Ziel ist es, die AVG für die Aufgaben der Zukunft fit zu machen und unseren Mitgliedern sowie möglichen Mitgliedern eine Vision und einen neuen Nutzen als Mitglied zu geben. Sobald unser Konzept steht, werden wir im Detail darüber berichten.

[Zum Abschluss noch eine persönliche Frage - wie oft schreiben Sie selbst Grußkarten und haben Sie bereits eine neue „Moderatorin“ im Auge, die an Ihrer Seite die Preise der „Goldenen Grußkarte 2021“ präsentieren wird?](#)

**Janssen:** Natürlich schreibe ich zu vielen Anlässen und Gelegenheiten eine Grußkarte. Ich muss aber auch gestehen, dass es schon vorgekommen ist, dass ich zu einer Einladung ohne Grußkarte gegangen bin, da wir keine zu Hause hatten, weil ich die Bitte meiner Frau vergessen hatte, Grußkarten aus dem Verlag mitzubringen. Ich versichere Ihnen, es war jedes Mal der Brüller bei den Partygästen.

Eine Preisverleihung 2021 wird es auf jeden Fall geben. Wer sie moderieren wird, ist noch ein Geheimnis. Lassen wir uns überraschen.

Herr Janssen, vielen Dank!

# Nachhaltiger und gesunder Start ins Schulleben

Gimmicks, Passform oder Optik sind nicht mehr die einzigen Entscheidungskriterien beim Kauf eines Schulranzens. Hersteller wie Step by Step produzieren bereits nachhaltige und faire Schultaschen. Wir befragten dazu Jerome Herdramm-Schroeder, Brand Manager der Marke Step by Step.

**Welche Rolle spielt das Thema Nachhaltigkeit bei Schulranzen und welches Konzept haben Sie dazu entwickelt?**

**Herdramm-Schroeder:** Nachhaltigkeit spielt in der Entwicklung unseres Sortiments eine übergeordnete Rolle und ist für uns unverzichtbar. Wir setzen uns hohe Ziele und versuchen Jahr für Jahr noch besser zu werden.

Deshalb sind wir stetig auf der Suche nach z.B. nachhaltigen Materialien, wie Bio-Baumwolle, Pinatex oder Ocean Plastic. Auch alte PET-Flaschen bekommen ein zweites Leben als z.B. Schulranzen oder Sporttasche. Außerdem verwenden wir eine nachhaltige Imprägnierung, ohne schädliche PFC. Das gesamte Produktsortiment, also vom Schulranzen bis hin zur Lunchbox, ist bei Step by Step klimaneutral produziert und transportiert. Als Bluesign Systempartner verpflichten wir uns, verantwortungsvoll und nachhaltig gegenüber Mensch und Umwelt zu handeln. Bedenkliche chemische Substanzen werden von Beginn an von der Produktion ausgeschlossen. Auch menschenwürdige Arbeitsbedingungen, existenzsichernde Gehälter, angemessene Arbeitszeiten sowie die Sicherheit und Gesundheit der Arbeitnehmer sind uns wichtig. Um das zu garantieren, arbeiten wir mit der Fair Wear Foundation zusammen.

Mit all diesen Maßnahmen tragen wir Verantwortung mit nachhaltig durchdachten Schulranzen.

**In den vergangenen Jahren wurden die Schulranzen immer leichter und die Materialien haben sich stark verändert (z.B. recyceltem Plastikmüll). Sind dabei Ergonomie und Qualität noch gewährleistet?**

**Herdramm-Schroeder:** Ergonomie und Qualität sind für uns unabdingbar und beides Kernwerte der Marke Step by Step. Bei der Auswahl von nachhaltigen und besonders leichten Materialien muss für uns selbstverständlich auch die Qualität stimmen. Unsere Produkte werden unter anderem von unserer hausinternen Qualitätssicherung auf Herz- und Nieren geprüft. Deshalb können wir auch aus Überzeugung vier Jahre Garantie auf unsere Schulranzen geben.

Diese innovativen Materialien haben auch auf die Ergonomie keinen negativen Einfluss - hier ist das Herzstück unserer „Easy Grow System“ (höhenverstellbares Tragesystem), welches mit wenigen Handgriffen eingestellt werden kann, während das Kind den Schulranzen auf dem Rücken trägt. Alle unsere Modelle wurden von einem unabhängigen Gremium der AGR geprüft und als besonders rückschonend ausgezeichnet.

**Die Sicherheitsaspekte bei einem Schulranzen zählen zu den wichtigsten Faktoren. Die entsprechende DIN-Norm und das Kaufverhalten der Verbraucher haben nie wirklich zusammengefunden. Wie haben Sie das gelöst?**

**Herdramm-Schroeder:** Auch die Sicherheit unserer Produkte ist uns sehr wichtig. Der Anspruch der Endkunden in Punkto Sicherheit und der Wunsch nach einem DIN-Schulranzen und die tatsächliche Auswahl des Schulranzens gehen auseinander. Um den optischen Anforderungen und dem Thema Sicherheit gerecht zu werden gibt es die „Space Neon“ Serie in unserem Sortiment, die aus fluoreszierenden Flächen und reflektierenden Elementen besteht. Darüber hinaus haben wir aber auch unser

Sicherheitszubehör um die sogenannten Neon Pull-Over erweitert. Diese können optional am Schulranzen angebracht werden und bestehen ebenfalls aus fluoreszierenden und reflektierenden Flächen. Darüber hinaus gibt es selbstverständlich auch LED-Klemmleuchten und Regen- und Sicherheits-hüllen die für erhöhte Aufmerksamkeit im Straßenverkehr sorgen. Zum Start in die dunkle Jahreszeit werden wir schon im Oktober noch weiteres, leuchtendes Sicherheits-Zubehör vorstellen. Was das genau sein wird, will ich heute noch nicht verraten.

[www.stepbystep-schulranzen.com](http://www.stepbystep-schulranzen.com)



Jerome Herdramm-Schroeder, Brand Manager der Marke Step by Step (Eigenmarke der Hama GmbH & Co.KG).



# DIE goldene GRÜßKARTE



## Preisverleihung 2020



Am 3. September 2020 fand die Prämierung der Gewinner der „Goldenen Grußkarte 2020“ statt. Durch die digitale Preisverleihung führte die bekannte Sky-Moderatorin Nele Schenker gemeinsam mit den beiden AVG-Geschäftsführern Werner Lippels und Mathias M. Janssen.

Anzeige



# EDITION GOLLLONG

## GLÜCKSWUNSCHKARTEN POSTKARTEN



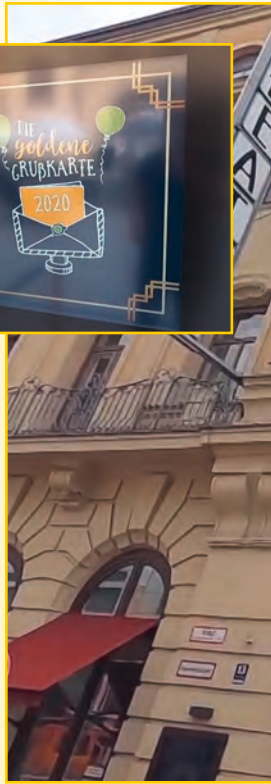
### Teelicht-Karten FÜR WEIHNACHTEN



UND  
TRAUER



Nele Schenker zeigte sich von der Motivvielfalt der Finalisten begeistert.



## Zwischen großer Spannung und purer Freude

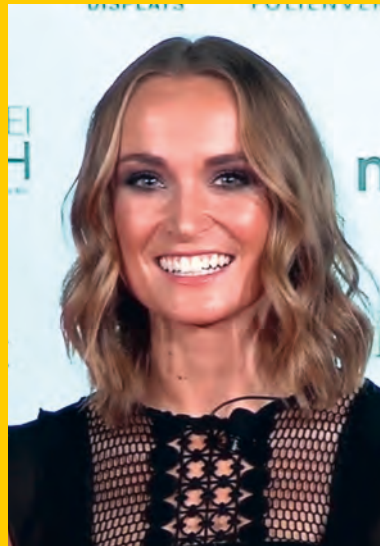
Die Preisverleihung zur zweiten Auflage des AVG Awards „Die Goldene Grußkarte 2020“ mit 43 Nominierungen in neun Kategorien fand in diesem Jahr ohne Präsenz der Gäste statt. Aufgrund der besonderen Umstände erfolgte die Bekanntgabe der Gewinner in digitaler Form.

Als am 3. September 2020 gegen 17:30 Uhr die beiden AVG-Geschäftsführer Werner Lippels und Mathias M. Janssen vor die Kamera traten, lag eine besondere Spannung in der Luft, denn beide sahen in diesem Moment einer Premiere entgegen.

Aufgrund der aktuell geltenden Corona-Auflagen konnte die Prämierung der Gewinner der „Goldenen Grußkarte 2020“ dieses Mal nicht wie geplant im Deutschen Theater in München mit Gästen erfolgen, sondern digital, ohne physische Prä-

senz der Zuschauer. „Auch wenn dies für uns alle eine neue Situation und Herausforderung darstellt, und wir leider auf ein direktes Miteinander verzichten müssen, sehen wir das Positive darin“, ließ Werner Lippels wissen.

Werner Lippels, Nele Schenker und Mathias M. Janssen (von links) dankten den Sponsoren für ihre Unterstützung.





Aufgrund der besonderen Umstände haben die Finalisten die Preisverleihung des AVG Awards „Die Goldene Grußkarte 2020“ in diesem Jahr nur virtuell erlebt. Viele Teilnehmer kamen in kleineren Runden zusammen, um die Bekanntgabe der Gewinner über einen YouTube-Livestream gemeinsam mitzuverfolgen.

Den besonders glamourösen Auftritt der Herren Lippels und Janssen vervollständigte die bekannte TV-Moderatorin Nele Schenker, die gemeinsam mit Werner Lippels und Mathias M. Janssen durch die Veranstaltung führte und immer wieder aufs Neue für gute Unterhaltung und große Spannung sorgte.

In ihrer Eröffnungsrede dankten sowohl Werner Lippels als auch Mathias M. Janssen vor allem den Sponsoren, ohne deren freundlicher Unterstützung die Durchführung des Wettbewerbs nicht möglich gewesen wäre. Auch in diesem Jahr waren die Firmen Berneisch

Graveurbetrieb, Fedrigoni Deutschland, Fluhr Displays, Gmund, Knauer. Die Kuvert Macher, Maropack Folienverarbeitung, Merkle Druck + Service, Druckerei Münch, Papuso, Rössler Papier, der Messe Frankfurt sowie der Fachmagazine PBS Report und Schreibkultur als Sponsoren mit an Bord. Nach dem großen Erfolg des ersten Wettbewerbs in 2019, hatte die Arbeitsgemeinschaft der Hersteller und Verleger von Glückwunschkarten (AVG) erneut alle Verleger deutschsprachiger Grußkarten dazu aufgerufen, ihre Kreativsten und neusten Entwürfe in verschiedenen Kategorien einzureichen und so den Entscheidern der Branche zu präsentieren.

In neun Kategorien wurden die besten Post- und Grußkarten prämiert.



**pbsreport**

Entdecken Sie  
unsere neuen  
Weihnachtsartikel  
und mehr!

Einfach ablösen und das Glück immer bei sich tragen

**ENGEL**



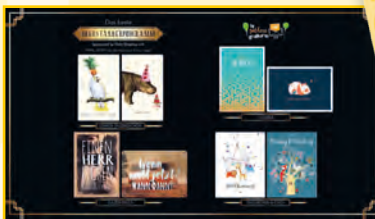
**TRAUMHAFTE  
WEIHNACHTEN  
UND EIN  
GESEGNETES  
NEUES JAHR**

**komma<sup>3</sup>**  
PAPETERIE UND MEHR ...  
[www.kommadrei.de](http://www.kommadrei.de)

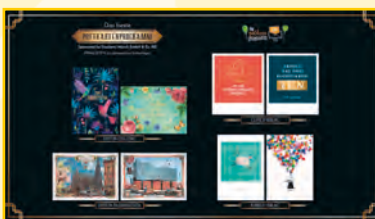
MIT LIEBE HERGESTELLT IN DEUTSCHLAND



Die Jury-Mitglieder trafen sich Ende des vergangenen Jahres in Frankfurt am Main. Nach dieser Zeit des Hoffens und Bangens war die Freude bei den Preisträgern groß.



- Die Finalisten:
- Edition Tausendschön
  - Goldbek Verlag GmbH
  - KE - Kurt Eulzer Druck GmbH & Co. KG
  - Skowronski & Koch Verlag GmbH



- Die Finalisten:
- Edition Gollong GmbH
  - Edition Tausendschön
  - Gutsch Verlag GmbH & Co. KG
  - Korsch Verlag GmbH & Co. KG





Die Finalisten:

- discordia Verlags GmbH
- Edition Gollong GmbH
- Goldbek Verlag GmbH
- Hanra - Klaus Hanfstingl Verlag GmbH



„Wir möchten mit dem Wettbewerb die Wertigkeit und Zukunftsfähigkeit der Grußkarte in den Fokus rücken“, erklärt Werner Lippels dazu und ergänzt: „Händler, Verlage, Zulieferer sowie Medien sollen zusammengebracht und öffentliche Aufmerksamkeit für die gesamte Branche erreicht werden.“ Dass dieser Ansatz überzeugte, beweist nicht zuletzt die rege Teilnahme der Verlage: Die Zahl der Einreichungen stieg im Vergleich zum ersten Jahr um 15 Prozent an. Die „Goldene Grußkarte“ zeigt unseren Handelspartnern, wie innovativ und at-

traktiv die Branche ist“, so Nils Wittler, Geschäftsführer der bsb-obpacher GmbH und einer der Finalisten des Awards 2020.

Die eingesandten Motive wurden von einer unabhängigen 14-köpfigen Jury, bestehend aus Fach- und Großhändlern, Zentraleinkäufern sowie Social-Media-Vertretern anonym und anhand bestimmter Bewertungskriterien - darunter Design, Kommerzialisierung, Qualität, Druck und Veredelung - beurteilt. Ein Treuhänder wertete im Anschluss die Ergebnisse aus.



**Gewinner 2020**  
avg Grußkartenpreis

Das beste Trendkonzept  
Die beste Innovation



**Gewinner 2020**  
avg Grußkartenpreis

Das beste Drehständerkonzept



**Gewinner 2019**  
avg Grußkartenpreis

Das beste Trendkonzept  
Die beste Innovation

In acht von neun Kategorien werden die vier Punktbesten als Finalisten bekannt gegeben. Der Gewinner der neunten Kategorie „Beste Trend-Kollektion“ wurde als Publikumspreis auf der Paperworld 2020 in Frankfurt unter zehn Finalisten ermittelt.

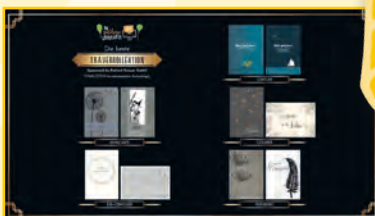
Welche Verlage mit dem begehrten Award „Die Goldene Grußkarte 2020“ prämiert wurden, gaben Nele Schenker, Werner Lippels und Mathias M. Janssen nach und nach bekannt:

Vor und während der Bekanntgabe der Preisträger wuchs die Aufregung der Finalisten immer weiter, und die Freude und der Jubel war groß, als die Gewinner bekannt gegeben wurden. Viele der teilnehmenden Verlage kamen in kleineren Gruppen zusammen, um die digitale Bekanntgabe gemeinsam mit zu verfolgen und sich und ihre hervorragende Arbeit zu feiern. Nach der offiziellen Live-Übertragung ließen die Teilnehmer noch den Abend in kleiner Runde ausklingen.



Die Finalisten:

- AvanCarte GmbH
- bsb-obpacher GmbH
- Korsch Verlag GmbH & Co. KG
- Perleberg GmbH

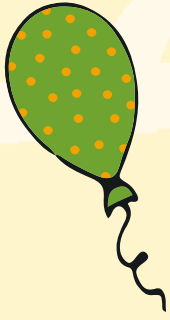


Die Finalisten:

- AvanCarte GmbH
- bsb-obpacher GmbH
- chatlab macht wunderbare Karten
- Goldbek Verlag GmbH
- Perleberg GmbH







**Gewinner 2020**  
des AVG Grußkartenpreises

**DIE BESTE GEBURTSTAGSKOLLEKTION**



Die Finalisten:

- ACTEtre Deutschland GmbH
- Goldbek Verlag GmbH
- Gutsch Verlag GmbH & Co. KG
- Hanra - Klaus Hanfstingl Verlag GmbH



Gutsch Verlag



Hanra Klaus Hanfstingl



Auch das Team von AvanCarte verfolgte die Preisverleihung in kleiner Runde. AvanCarte wurde in der Kategorie „Beste Handmade-Kollektion“ prämiert.



bsb-obpacher gmbh

Glückwunschkarten & Papeterie  
Grüße, die verbinden  
www.bsb-obp.de



Die Finalisten:  
 · AvanCarte GmbH  
 · Goldbek Verlag GmbH  
 · Hanra - Klaus Hanfstingl Verlag GmbH  
 · Sander, Wieler & Co. GmbH



Hanra Klaus Hanfstingl



AvanCarte



Matthias Hanfstingl von Hanra – Klaus Hanfstingl Verlag war mit drei Auszeichnungen einer der großen Gewinner des Abends.



Die Finalisten:  
 · bsb-obpacher GmbH  
 · Goldbek Verlag GmbH  
 · Sander, Wieler & Co. GmbH  
 · Verlag Dominique GmbH





Die Finalisten:

- bsb-obpacher GmbH
- Gutsch Verlag GmbH & Co. KG
- Haferkorn & Sauerbrey
- Hanra - Klaus Hanfstingl Verlag GmbH
- Korsch Verlag GmbH & Co. KG
- KE - Kurt Eulzer Druck GmbH & Co. KG
- nobis design
- Skorpion Glückwunschkartenverlag GmbH & Co.
- Rössler Papier GmbH & Co. KG
- Verlag Dominique GmbH



Wie groß die Freude beim Erstplatzierten der Kategorie „Bestes Trendkonzept“ bei KE – Kurt Eulzer Druck war, zeigt diese Momentaufnahme aus Hennigsdorf. Julia Uherek (rechts), Bereichsleiterin Consumer Goods der Messe Frankfurt war Sponsor dieser Kategorie.



„Auch wenn diese Prämierung anders verlief als ursprünglich geplant, war diese ein voller Erfolg: Durch die digitale Übertragung konnten wir ein noch breiteres Publikum für die ‚Goldene Grußkarte‘ erreichen, und so den Bekanntheitsgrad der gesamten Grußkarten-Branche weiter steigern“, so AVG-Geschäftsführer Werner Lippels. Man darf schon jetzt auf die Veranstaltung im nächsten Jahr gespannt sein.

Diese findet voraussichtlich am 25. März 2021 wiederum live im Silbersaal des Deutschen Theaters in München statt. Schauen Sie sich hier den Live-Mitschnitt der am 3. September 2020 stattgefundenen Preisverleihung in voller Länge an:

[youtu.be/kXPYB12t0Bo](https://youtu.be/kXPYB12t0Bo)  
[www.diegoldenegrusskarte.de](http://www.diegoldenegrusskarte.de)  
[www.avgcard.de](http://www.avgcard.de)



pbsreport

ABC

für Dich



## Weihnachtskarten mit Mehrwert!

- ★ Sternenanhänger aus Alublech und Karton als Geschenk- oder Baumschmuck
- ★ Folienverzierte Sternengirlande zum Aufhängen
- ★ Hübsche Aufstellerkarten für jeden Weihnachtstisch

Kunst- und Glückwunschkarten  
 A. Boss + Co AG  
 CH-3322 Schönbühl · [www.abc-cards.ch](http://www.abc-cards.ch)



Die Textliner und Textmarker von Faber-Castell sind vielseitig einsetzbar und sorgen für tolle Effekte.

# Glänzend kreativ mit Trend-Markern

Kreativität ist von jeher eines der Kernthemen von Faber-Castell und gilt als Schlüsselkompetenz der Zukunft. Als Lebensbegleiter möchte Faber-Castell seine Kunden von jung bis alt mit innovativen Produkten zu kreativen Erlebnissen inspirieren.

Die Herausforderungen der letzten Monate haben gesellschaftliche Strukturen rund um den Globus verändert. Seit Anbruch dieser neuen Realität suchen viele Menschen auch nach Momenten der Entspannung und Beruhigung und widmen sich verstärkt kreativen Ausdrucksmöglichkeiten. So sind Zeichnen und Malen in Lockdown-Zeiten besonders gefragt: Faber-Castell registrierte nicht nur einen großen Bedarf an kreativen Produkten, sondern auch einen Zuwachs von über 300 Prozent bei Downloads von Malvorlagen und Zeichenanleitungen.

Gerade im Herbst und in der Vorweihnachtszeit haben DIY-Projekte wieder Hochsaison. Viele trendige Tools in neuen funkelnden Farben verleihen Selbstgemachtem den letzten Schliff: Neue Highlights im wachsenden Kreativmarkt setzen Textliner, die ehemals als klassische Büro-Artikel positioniert waren. Mittlerweile haben Trendsetter wie Studygrammer, Handletterer und Bullet Journaler die bunten Marker längst für sich und ihre analogen Kreativ-Projekte entdeckt. Die Faber-Castell Textliner mit schimmernder Metallic-Tinte sorgen dabei für eine Extraportion Glitzer. Jetzt wird es erneut gla-

mourös, denn vier neue Töne zaubern funkelnde Akzente aufs Papier: Shimmering Violet, Glorious Red, Precious Green und Magnificent Blue ergänzen das bestehende, sehr erfolgreich eingeführte Sortiment. Die Textliner Metallic überzeugen mit ihrer langlebigen Keilspitze, die in drei Strichbreiten markiert und deren Tinte auf Wasserbasis ideal geeignet ist für alle gängigen Papiere. Erhältlich sind sie ab Dezember 2020 im Vierer-Etui und als besonderer Hingucker auch als Einzelstift im transparenten Display. Ein klares Zeichen für die Umwelt: Das Display besteht aus 100 Prozent Recycling-Kunststoff, die



Die neuen Farbtöne Shimmering Violet, Glorious Red, Precious Green und Magnificent Blue ergänzen das bestehende, sehr erfolgreich eingeführte Sortiment.

Für Zusatzumsatz sorgt unter anderem der 2er-Köcher, der bestückt ist mit farblich gemischten Einzelstiften.



- Für glatte Oberflächen und hell-, dunkle, bunte Papiere geeignet
- Weich- und spritzwasserfest
- Nach Fröhenng bei 160°C im Backofen wasserfest (nicht spülmaschinenfest)
- Kein Plumpen, kein Schüteln notwendig

Dank der langlebigen Spezialspitzen können Textpassagen ganz individuell und präzise in unterschiedlichen Strichbreiten hervorgehoben werden.



Etus aus umweltfreundlichem Karton, und befüllt sind die Marker mit Tinte auf Wasserbasis, die ideal geeignet ist für gängige Papiere.

Echte Glanzstücke für Anwendungen auf nicht-absorbierenden Oberflächen wie Glas, Stein, Karton, Kunststoff und Metall sind die Creative Studio Metallics Marker. Ob zum Beschriften und Stylen von Deko-Stücken für die heimischen vier Wände oder für individuell angefertigte Präsente - diese Marker setzen Selbstgemachtes in Szene. Schon die trendigen Farbnamen wecken Begehrlichkeit: Heart of Gold, Nothing Else Metals, Copper Cabana, Berry Nice, Ice Ice Blue und Wanderlust machen Lust auf neue DIY-Projekte. Die Marker sind auf fast allen Oberflächen anwendbar, wisch- und spritzwasserfest und nach Fixierung im Backofen wasserfest, aber nicht spülmaschinenfest. Ihre 1,5 Millimeter Faserspitze ist mit Tinte auf

Wasserbasis befüllt, die geruchsneutral ist und nicht durchs Papier schlägt. Besonders komfortabel: Es ist kein Schütteln oder Pumpen notwendig, um die Tinte auf die jeweilige Oberfläche zu bringen.

Im Handel sind die Marker in Displays erhältlich, die ideal geeignet sind zur Zweitplatzierung auf Thementischen und im Kassenbereich, zusammen mit den passenden Accessoires, die sich mit den Markern festlich gestalten lassen. Für Spontankäufe und Zusatzumsatz sorgen der 2er Köcher, bestückt mit 60 farblich gemischten Einzelstiften, sowie das kompakte Thekendisplay, das Platz bietet für 60 Einzelstifte sowie farblich gemischte Blisterkarten.

Eine ebenso kreative wie nachhaltige Freizeitbeschäftigung ist das Upcycling von Textilien. Ausrangiertes erlebt dabei ein Revival und wird zum neuen nützlich-

chen Alltagsbegleiter umfunktioniert. Aus kleinen Stoffresten lassen sich im Handumdrehen zum Beispiel Mund-Nase-Masken nähen, aus größeren entstehen zum Beispiel Taschen oder Turnbeutel. Zum echten Einzelstück wird die Eigenkreation mit einem Finishing, denn personalisierte Gegenstände sind als Ausdruck des individuellen Lifestyles sehr populär. Das gelingt ganz einfach mit den Faber-Castell Textilmarkern, die auf vielen Stoffen sehr gut haften und auf Selbstgemachtem Akzente setzen. Die langlebige Keilspitze markiert je nach Stiftführung in drei unterschiedlichen Strichbreiten. Die Farben sind nach einer Trockenzeit von 24 Stunden automatisch fixiert, bei 60 Grad Celsius waschbar und bügelecht. Inspiration zum kreativen Gestalten mit Textilmarkern liefern Tutorials und Videos unter: [www.faber-castell.de/inspiration/all-tutorials](http://www.faber-castell.de/inspiration/all-tutorials)

[www.faber-castell.de](http://www.faber-castell.de)

Mit den bunten Textilmarkern von Faber-Castell lassen sich die verschiedensten Stoffe wunderschön gestalten.





Das Konzept Grip überzeugt durch ein klar durchdachtes Design und eine ausgefeilte Ergonomie. Die stylische Grip Edition wurde nun um die Farbtöne Rosekupfer und Anthrazit erweitert.

Die Grip Edition empfiehlt sich auch als tolle Geschenkidee.



# Stilvolles Schreibtisch-Duo

Auch im Zeitalter von Tastatur und Touchscreen ist die Handschrift keineswegs ein Relikt der Vergangenheit, im Gegenteil: Sie ist so populär wie nie. Mit der neuen Grip Edition in zwei angesagten Tönen präsentiert Faber-Castell jetzt neue Lieblingsschreibgeräte.

Mit handgeschriebenen Zeilen drücken wir unsere besondere Wertschätzung aus und verleihen Nachrichten die persönliche Note. Ein Grund mehr, uns für Schreibgeräte zu entscheiden, die unseren kreativen Prozess unterstützen, die Gedanken fließen lassen - und schon optisch echte Highlights sind.

Eine solche stylische Serie ist die diesjährige Grip Edition Rosekupfer und Anthrazit, die mit schickem Design punktet. Grip Füller und Grip Kugelschreiber mit matter Oberfläche und stabilem Edelstahlclip sorgen in zwei angesagten Tönen für edle Akzente auf dem Schreibtisch: Das warme, metallische Rosekupfer kommt passend zum angesagten Interior-Look und hat mit Anthrazit einen puristischen Partner an seiner Seite, der die Trendfarbe umso schöner strahlen lässt.

Beide Schreibgeräte sehen aber nicht nur gut aus, sondern liegen auch angenehm in der Hand. Für besonderen

Schreibkomfort sorgt beim Füller sowohl die charakteristische, ergonomische Soft-Griffzone als auch die ausgefeilte Tinte-Feder-Kombination, die ihn butterweich über das Papier gleiten lässt. Optisches Highlight der Edition: Als wirkungsvoller Kontrastpunkt ist die Edelstahlfeder, erhältlich in EF, F, M und B, bei beiden Farbvarianten in tiefem Schwarz gehalten. Der Kugelschreiber

ist mit dokumentenechter, nachfüllbarer Großraummine XB ausgestattet und bewältigt selbst intensive Schreibphasen mühelos.

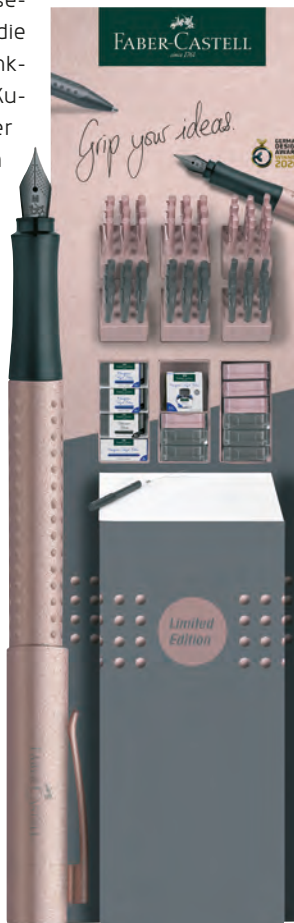
Wie das Schreiben hat auch das Schenken immer Saison. Die Grip Edition hat das Potenzial zum neuen Lieblingsbegleiter und empfiehlt sich daher auch als tolle Geschenkidee. Für die adäquate Verpackung ist gesorgt: Beide Stifte gibt es als Duo im schicken Metall-Etui, das jeweils farblich passend in Rosekupfer und Anthrazit gehalten ist.

Im Handel präsentiert sich die Grip Edition Rosekupfer und Anthrazit als echter Eyecatcher für die trendbewusste Zielgruppe: Das Bodendisplay setzt einen überdimensionalen, Grip Füller in Szene und kann individuell mit Einzelstiften bestückt werden. Zusätzlich bietet es Platz für die Metall-Etuis, das Tintensortiment und einen großen Testblock. Kompakte Aktionsdisplays runden den Auftritt am POS ab.

## Ausgezeichnet: German Design Award 2020 für den Grip Füller

Der Rat für Formgebung hat dem Grip Füller den German Design Award 2020 in der Kategorie „Excellent Product Design“ verliehen. Der Award prämiert innovative Produkte und Projekte, ihre Hersteller und Gestalter, die in der deutschen und internationalen Designlandschaft wegweisend sind. Ausgerichtet wird er vom Rat für Formgebung, der 1953 vom Deutschen Bundestag ins Leben gerufen und vom Bundesverband der Deutschen Industrie gestiftet wurde. Er unterstützt die Wirtschaft dabei, Markenmehrwert durch Design zu erzielen.

[www.faber-castell.de](http://www.faber-castell.de)



Auch am Point of Sale setzt Faber-Castell mit der Grip Edition aufmerksamkeitsstarke Akzente.



Faber-Castell hat einen hohen Qualitätsanspruch an sein Sortiment. Jeder Schritt der Wertschöpfungskette wird genau verfolgt. Auch die beliebten Grip-Stifte wurden klimaneutral produziert.



# Vorbild im Klimaschutz

Die nachhaltigen Produkte aus dem Hause Faber-Castell sind ein wesentlicher Bestandteil der Unternehmensphilosophie und bilden die Eckpfeiler des erfolgreichen Portfolios. Mit neuen nachhaltigen Lösungen erweitert Faber-Castell sein Engagement für die Umwelt.

Klimaneutral produziert, Holz aus nachhaltigen Quellen, mit umweltfreundlichem Wasserlack versehen: Mit den Blei- und Buntstiften leistet Faber-Castell einen Beitrag zum Klimaschutz. Dazu gehören auch die Colour Grip Buntstifte mit ergonomischer Dreikantform und patentierter Grip-Zone. Die leuchtenden Farben sind aquarellierbar und die Minen dank Spezialverleimung besonders bruchfest. Klimaneutral produziert ist auch ein Faber-Castell Klassiker, der seit 20 Jahren im Sortiment ist: Der silberne Grip 2001 Bleistift mit den charakteristischen schwarzen Noppen und ergonomischer Griffzone. Er wird im Stammwerk in Stein hergestellt, erfreut sich im

deutschen Markt nach wie vor eines kontinuierlichen Wachstums und hat sich auch international bei Vielschreibern einen Namen gemacht. Um ihn scharf zu machen, hat sich heute ein ganzes Sortiment, das ständig erweitert wird.

### Nachhaltig markieren:

#### Textliner 46 Pastel

In jedem einzelnen Produkt stecken wertvolle Rohstoffe, aufwendige Entwicklungsprozesse und Produktionsverfahren. Deshalb soll das Produkt möglichst lange halten. Hierfür bietet Faber-Castell eine Vielzahl nachfüllbarer Minen und Tinten in Form von Tintenpatronen, Tintengläsern und Refillfässchen mit

umweltfreundlicher Tinte auf Wasserbasis. Außerdem arbeitet die Faber-Castell Gruppe weltweit weiter daran, den Anteil von Kunststoffen in Verpackungen und Produkten zu reduzieren bzw. durch Recycling-Material zu ersetzen. Jüngstes Beispiel ist das Textliner 46 Pastel Sortiment: Schaft und Kappe sowie das Etui dieser Marker bestehen ab Januar 2021 zu 100 Prozent aus Recycling-Kunststoff, ebenso das zugehörige neue Promotionsdisplay. Ein weiteres klares Zeichen für die Umwelt: Befüllt sind auch diese Textliner mit Tinte auf Wasserbasis.

[www.faber-castell.de](http://www.faber-castell.de)



Auch das Promotionsdisplay wird ab 2021 zu 100 Prozent aus Recycling-Kunststoff bestehen.

Ein klares Zeichen für die Umwelt: Die Tinte des Textmarkers basiert auf Wasser. Jedes Produkt wurde mit wertvollen Rohstoffen gefertigt.





# Starkes Leitthema verbindet

„Together“ markiert eine neue Ära der Christmasworld und Paperworld Trends, deren Produkt- und Stilwelten sich in den weltweiten Konsumtrends immer stärker annähern. Die logische Konsequenz sind drei gemeinsame Trenaussagen - entwickelt vom Stilbüro bora.herke.palmisano.

„Together“ ist aktuell ein starker Begriff und steht für das Zusammenstehen in Krisenzeiten. Die Pandemie hat unsere Welt auf den Kopf gestellt. Der physische Abstand lässt Menschen zusammenrücken. Nachbarn, Freunde und Familien finden sich neu und gestalten gemeinsame Momente. Firmen denken um. Das Home Office wird zur Notwendigkeit. Damit zieht mehr Funktion in die privaten Räume ein, aber auch mehr Emotion in das Arbeitsumfeld. „Wir sind digital vernetzt und jederzeit erreichbar. Doch wir erleben es zunehmend als Luxus abzuschalten und offline zu sein. Die Natur, die uns dafür Rückzug und Ruhe bietet, erleben wir als bedroht und schützenswert. Der Gedanke von Recycling, Upcycling ge-

winnt dadurch immer deutlicher an Dynamik. Das sind Themen, die wir in den Produktwelten der Christmasworld und Paperworld verstärkt sehen werden“, sagt Annetta Palmisano, Designerin beim Stilbüro bora.herke.palmisano, das das neue Format der Christmasworld und Paperworld Trends im Auftrag der Messe Frankfurt entwickelt und gestaltet. Gemeinsam mit ihren Kollegen Claudia Herke und Cem Bora leitet sie die Trendprognosen von den aktuellen Strömungen in Mode, Gesellschaft und Interior Design ab.

## „Together“ läutet neue Ära ein

Die Produkt- und Stilwelten rund um saisonale Dekoration, Festschmuck und gewerblichen Bürobedarf, privat orientier-

ten Papier-, Schreibwaren- sowie Schulbedarf nähern sich in den weltweiten Konsumtrends immer stärker an. Moderne Lebens- und Arbeitskonzepte lösen die klassischen Grenzen immer weiter auf. Nachhaltigkeit und eine generelle Achtsamkeit werden immer mehr als die zentralen Themen begriffen. Sie durchziehen gleichermaßen die Gestaltung von Wohnraum bis zum Home Office, vom Lieblingscafé bis zur zeitgemäßen Bürolandschaft, vom intimen Rückzugsort bis zu den gemeinsamen festlichen Momenten des Jahres. „Auch die Rolle des Handels befindet sich im Wandel: Anstelle von kurzlebigen Designs und unüberschaubaren Kollektionen gilt es, einen passenden, glaubwürdigen und anregenden Produktmix





zusammenzustellen. Erfolgreiche Beispiele liefern weltweit innovative Concept Stores und kreative Händler“, bestätigt Designerin Claudia Herke. So findet weltweit in angesagten Stores ein Durchmischen der Angebote statt: Neue Ware, Second Hand, Mode, Blumen, Dekoration, Papeterie, Café, Wohlfühlen, Arbeiten - alles wird vereint präsentiert. Doch erst durch eine kuratierte Auswahl wird es zum Spiegel für einen neuen, achtsameren Lifestyle, der Kunden anspricht. Die logische Konsequenz sind drei gemeinsame Trendaussagen: „contemplative approach“, „heirloom feelings“, „spirited response“. Die drei gemeinsamen Stilwelten zeigen die Themen, Farben, Materialien, Inspirationen und Styles der kommenden Saison.

**„contemplative approach“ - Natur als Inspirationsquelle**

In dieser Stilwelt rückt das Material in den Mittelpunkt der Gestaltung. Nachwachsendes wie Kork, Borke, Jute, Gräser und Holz bestimmt zusammen mit Metall, Marmor und Stein den unprätentiösen Look. Die Werkstoffe bleiben naturbelassen, werden grob geschnitzt, gebrochen, verwebt oder rudimentär bearbeitet. Haptik ist wichtig. So betonen neben den rustikalen Oberflächen auch fein polierte, hand-schmeichelnde Finishes die Schönheit der Natur. Alte Handwerkskünste leben wieder auf. In der saisonalen Dekoration wirken Ton und Keramik mit rauem, sandigem Aussehen echt und erdend. Dessins und Motive liefert der Wald in Hülle und Fülle, darunter Eichen, Rinde, Blätter, Nüsse, Zapfen und Früchte. Die Farbpalette unterstreicht die zurückhaltende Stimmung und die hapti-

schen Materialien - dazu gehören dunkle Wachholderbeere, Lichtgrün, Rehbraun, Rotbuche, mattes Grün, Moos, Basaltgrün und ein warmer, heller Steinton. Die einzelnen Töne erscheinen tief, satt, beinahe pflanzlichen Ursprungs. Charakteristische Maserungen und Muster der natürlichen Materialien ergänzen das stimmige Bild.

**„heirloom feelings“ - neue Nostalgie bestimmt das Design**

Dieser poetische, junge Stil eröffnet eine optimistische Sichtweise. In der Gestaltung ist viel Künstlerisches, Verspieltes bis hin zu sachlicheren Interpretationen in zarter Farbigkeit zu entdecken. Auffällig ist eine heitere, beschwingte Flora. Es sprießen Blüten, Streublumen, Mille Fleur und Ranken sowie Rüschen, kleine grafische Dessins, Krawatten- und Schachbrettmuster. Prägnant wirken dazu die vielen romantischen Tapisseries als gestalterische Zitate einer goldenen Epoche. Die Freude am Verzieren spiegelt sich in allen Produkt- und Lebensbereichen: von der festlichen Dekoration über Geschenkpapiere, Grußkarten bis hin zum stilvollen Arbeiten und Schreiben. Die Farbreihe reiht empfindsame, optimistische Töne aneinander. Der Fächer reicht von einem samtigen Hasengrau, zartem Lindgrün, Wolkenweiß über dunklen Topas zu einem romantischen Rosenton, heller Mandel zu rotem Ton und zart-luftigem Himmelblau. Die Materialien spiegeln die feinsinnige Haltung: Porzellan, Glas, edle Papiere, Handgeschöpftes sowie überraschende Neuinterpretationen alter Handwerkskünste. Dazu passt das delikate Zusammenspiel von Transparenz, Gold- und Messingglanz.

**„spirited response“ - Nachhaltigkeit im Fokus**

Nicht Trend, sondern Notwendigkeit. Diese Stilwelt stellt attraktive Alternativen und unkonventionelle Lösungen vor, in denen Zero Waste, Kreislaufwirtschaft, Up- und Recycling im Zentrum stehen. Dabei rückt die Gestaltung des Homeoffice für Job und Schule in den Mittelpunkt. Das Design zeigt sich handwerklich, kreativ, vergnügt, farbenfroh und unkompliziert. Stark wirken organische Formen und plakative, illustrative Dessins, die an die 60er-Jahre erinnern. Von Hand geschrieben oder gezeichnete Printmotive, kindliche Skizzen und Ideen mit Improvisations-Charakter runden den originellen Style ab. „spirited response“ zeigt ein vitales Miteinander von alltäglicher Arbeit und festlichen Dekorationen. In der Farbpalette verbinden sich kräftige Töne mit zufälligen Melangen, die durch unterschiedliche Recyclingprozesse entstehen. Aus Papiermüll wird Pappmaschee, und aus alten Stoffen oder Schnüren werden kreative Werkstoffe für neue Objekte. Kontrastierende Holzreste verbinden sich zum markanten Blickfang und aus Blumenabfällen entstehen außergewöhnliche Papiere und Geschenkverpackungen. Die Farben sorgen für positive Energie.

Einmalig finden vom 17. bis 20. April 2021 die Messen Ambiente, Christmasworld und Paperworld als gemeinsame Veranstaltung unter dem Namen „International Consumer Goods Show - Special Edition“ in Frankfurt am Main statt. [paperworld.messefrankfurt.com](http://paperworld.messefrankfurt.com)





Wichteltaler mit neuen Motiven - kleine Kärtchen mit einem hochwertigen Messing-Glas Accessoires. Die Rückseite bietet Platz für persönliche Worte.



Neue Motive bei den Weihnachtsgutscheinen - die perfekte Geschenk- Umverpackung für Gutscheine Tickets, Geld und mehr.



Die Weihnachtskarten- Serie „Goldenes Fest“ besticht durch hochwertige Gold- glimmerveredelung.



Neue Motive Naturzauber - alle Motive sind von Hand gezeichnet, mit Veredelung und einer Naturkordel versehen.

Neue Motive Einladungskarten - ansprechend und kreativ zugleich.



# Neuheiten aus der Kartenwelt

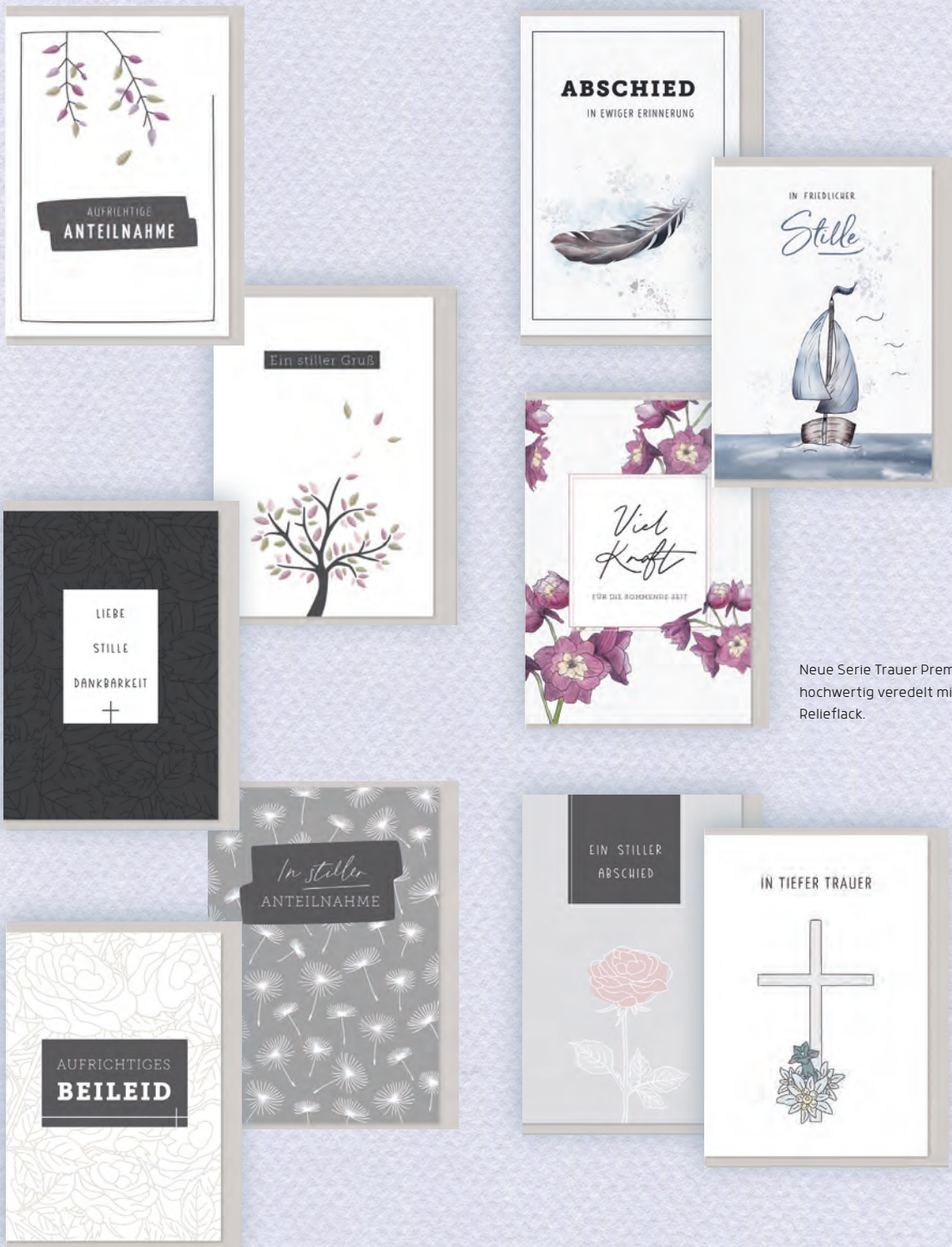
Es sind gerade die außergewöhnlichen, frischen und eigenen Designs, mit denen der Komma<sup>3</sup> Verlag immer wieder aufs Neue begeistert. Aktuell präsentiert der Kartenhersteller aus Bochum unter anderem seine neuen Weihnachtsartikel und viele weitere Grußkarten-Serien.

Komma<sup>3</sup>, das ist der Grußkartenverlag der etwas anderen Art, voller Ideen, mit vielen Visionen und einer großen Portion Liebe. Das Team von Komma<sup>3</sup> entwickelt wundervolle und traumhafte Glückwunschkartenkonzepte und zauberhafte Geschenkartikel. Es sind die

Details und gewissen Extras, die alle Komma<sup>3</sup> Produkte auszeichnen, wie auch die aktuellen Neuheiten zeigen:

Zum Fest der Liebe hat der Komma<sup>3</sup> Verlag aus Bochum dieses Jahr seine neue Weihnachtskarten-Serie „Golde-

nes Fest“ herausgebracht. Diese neue Serie besticht durch die Verwendung von eigenen Fotomotiven und die hochwertige Goldglimmveredelung. Abgerundet werden die Karten durch goldene Umschläge mit zartem Schimmerereffekt.



Neue Serie Trauer Premium - hochwertig veredelt mit Reliefflack.

Bei den beliebten Weihnachtsgut-scheinen und Wichteltalern gibt es jeweils wieder sechs neue Motive zur Auswahl.

Neben den Weihnachtsneuheiten wartet der Verlag diesen Sommer auch im Bereich Trauerkarten mit zahlreichen Neuheiten auf. Neu und besonders stilvoll präsentieren sich die neuen „Trauer Premium“-Karten

von Komma<sup>3</sup>. Sie sind mit einem Reliefflack veredelt und mit einem Einleger und silbergrauen Umschlägen ausgestattet. Zum Start gibt es zehn Motive. Ebenso sind bei den Trauerkarten Blanko und Danksagungen neue Motive erhältlich.

Auch bei den Einladungskarten präsentiert Komma<sup>3</sup> neue Motive. Bei der erfolgreichen Serie Naturzauber sind

acht weitere zauberhafte Motive hinzugekommen.

Alle Produkte werden mit viel Liebe zum Detail gestaltet und ausschließlich in Deutschland produziert. Der Verlag ist selbstverständlich FSC zertifiziert. Viele weitere Grußkarten und Geschenkideen mit individualisierbaren Konzepten gibt es auch online bei Komma<sup>3</sup> zu entdecken. [www.kommadrei.de](http://www.kommadrei.de)



Brandaktuell und mit wunderschönen Motiven präsentieren sich die neuen Weihnachtskarten des ABC Glückwunschkartenverlags.

## Weihnachts-Karten mit Mehrwert

Weihnachten ist Kartenzeit. Auch der Schweizer ABC Glückwunschkartenverlag bereitet sich mit einem umfassenden Neuheiten-Portfolio auf die bevorstehende Weihnachtssaison vor. Traumhaft winterlich und festlich präsentieren sich die neuen Kartendesigns.

In der Weihnachtszeit gibt es viele Rituale, die uns wichtig sind und uns gerade in der jetzigen Zeit noch bedeutender werden lassen. Da bieten sich die wunderschön kreierten Weihnachtskarten vom Schweizer Grußkartenproduzenten ABC besonders an, die großen Sehnsüchte nach Kontakten, Gefühlen und Vertrau-

tem zu stillen und das schöne Ritual, an einem kalten verschneiten Wintertag seinen Liebsten eine Karte zu schreiben. Das war so und soll wieder so sein - so präsentiert ABC wundervolle Weihnachtskarten in verschiedenen Designs. In den klassischen Weihnachtsfarben Rot, Grün und Weiß, aufregend glitzernd, stilvoll

mit Prägung oder winterlich gemalte Städtekarten, individuell und einzigartig, passend für jedermann. Lassen auch Sie sich von der Vielfalt der Winterkarten inspirieren, die in den kalten Tagen die Herzen erwärmen. Die Weihnachtskollektion ist ab sofort erhältlich.

[www.abc-cards.ch](http://www.abc-cards.ch)



**Teelicht-Karten**  
mit Begleitkärtchen und Kuvert  
FÜR STIMMUNGSVOLLE TAGE IN DER WEIHNACHTSZEIT

Mit den neuen Teelicht-Karten werden die Weihnachtsgrüße im Handumdrehen zum hübschen Teelichthalter für die Advents- und Weihnachtszeit.



# Stimmungsvolle Momente

Die wunderschönen Teelicht-Karten der Edition Gollong sind nicht nur sehr beliebt, sondern zudem äußerst praktisch: Zu Weihnachten oder auch als Trauerbegleiter übermitteln sie nicht nur liebe Grüße, sondern halten auch gleich ein kleines Geschenk in sich verborgen.

einen festlichen Charakter. Ob als Tischdeko oder auf der Fensterbank, ob kindlich oder für Erwachsene - überall setzen die Teelicht-Karten markante und warme Akzente.

vermittelt die Folienprägung eine besondere Wertigkeit.

Für ein Lichtermeer an tröstenden Augenblicken sorgen auch die Trauer-Teelicht-Karten. Durch die ausgestanzten Teile leuchten sie im Teelicht und spenden so dem Trauernden in der schweren Zeit Licht und Trost. Die Edition Gollong bieten diese ganz besonderen Trauerkarten ebenfalls mit einem Begleitkärtchen und passendem Umschlag an. Auch hier

Weiterhin präsentiert die Edition Gollong eine umfangreiche Kollektion an Trauerkarten. Das Portfolio ist vielfältig: Es reicht von der Fotokarte bis zu aufwändigen Karten mit Folienprägungen. Trauerkarten aus Natur- oder Pergamentpapier ergänzen das Programm. Jede Karte ist mit Herz gestaltet und gedenkt dem geliebten Verstorbenen auf würdevolle Art und Weise.

[www.edition-gollong.de](http://www.edition-gollong.de)



Die Trauer-Teelicht-Karten spenden Trost und Wärme. Sie sind wunderschön illustriert und mit einer hochwertigen Folienprägung versehen.

Mit den würdevollen und edlen Trauerkarten der Edition Gollong kann man vom geliebten Menschen Abschied nehmen.

Es sind die besonderen Designs und die kreative Motivvielfalt, die die Produkte aus dem Hause Gollong so besonders machen. Zur bevorstehenden Herbst- und Weihnachtszeit präsentiert das Unternehmen zahlreiche Papeterie-Produkte mit dem gewissen Etwas: Neu im Programm und ein Highlight zu Weihnachten bilden die Teelicht-Karten mit Begleitkärtchen und passendem Kuvert. Durch die ausgestanzten Elemente leuchten sie dezent und verbreiten so in der Vor- und Weihnachtszeit stimmungsvolle Gemütlichkeit. Die Folienprägungen verleihen den Karten



## Griechische Inseln 2021

Harenberg



Sehnsuchtskalender 53 Postkarten

## Norwegen 2021

Harenberg



Sehnsuchtskalender 53 Postkarten

## USA 2021

Harenberg



Sehnsuchtskalender 53 Postkarten

## Ostseeküste 2021

Harenberg



Sehnsuchtskalender 53 Postkarten

# Sehnsuchtsorte und Traumziele

Die Sehnsucht nach Sonne, Meer und weiten Stränden oder neuen Entdeckungen ist ungebrochen. Nach dem Motto „die wahren Abenteuer sind im Kopf“ wecken die Reisekalender von Athesia schöne Erinnerungen und Sehnsüchte für kommende Reiseziele.

Reisen in der Phantasie - das geht immer! Ob an der Wand oder auf dem Schreibtisch, die Motive der Sehnsuchtskalender des Athesia Kalenderverlags laden mit herrlichen Landschaften, weiten Himmeln, geheimnisvollen Burgruinen zum Reiseabenteuer ein,

auch wenn das gerade live nicht möglich sein sollte.

### Sehnsuchtskalender - das Original von Harenberg

Von den Alpen und Island über New York und Neuseeland bis Vietnam und Süd-

afrika stehen aktuell 29 unterschiedliche Traumziele in der Reihe der Sehnsuchtskalender zur Auswahl. Vor über 25 Jahren erfand Bodo Harenberg dieses attraktive Kalenderformat. Seitdem ist die Reihe mit einer treuen Anhängerschaft zu einer eigenen Marke

# Japan 2021

Harenberg



Sehnsuchtskalender 53 Postkarten

Juni 25. Woche 21.6.-21.7.

24.6. ☉

21 Montag Sommeranfang  
22 Dienstag  
23 Mittwoch  
24 Donnerstag  
25 Freitag  
26 Samstag  
27 Sonntag



Shibuya-Kreuzung in Tokio

AWL Images/P

August 31. Woche 22.7.-21.8.

8.8. ●

2 Montag  
3 Dienstag  
4 Mittwoch  
5 Donnerstag  
6 Freitag  
7 Samstag  
8 Sonntag



Pilger im Yoshino-Kumano-Nationalpark, Wakayama

mauritus images/John Warburton-Lee

Manchmal genügt ein einziger Blick auf idyllische Landschaftsbilder, um in Gedanken an exotische Orte zu wandern. Im aktuellen Sortiment von Harenberg finden sich die unterschiedlichsten Reismotive.

im Kalenderprogramm von Harenberg geworden - und sie wächst jährlich weiter. Neu im Programm für 2021 ist „Japan“ mit seinen geheimnisvollen Tempelanlagen und pulsierenden Metropolen, bietet dieser Kalender herausragende Aufnahmen aus dem Land der Kirschblüte. Neben den internationalen Destinationen präsentiert Harenberg in dieser Reihe aber auch beliebte heimische Ziele wie „Bayern“, „Berlin &

Potsdam“, „Nordseeküste“, „Sylt“ und „Ostseeküste“ oder auch den Sehnsuchtskalender „Deutschland“ mit seinen vielfältigen Landschaften und interessanten Orten. Zumal Urlaub in Deutschland in diesem Jahr gefragt ist denn je, ganz nach dem Motto „Warum in die Ferne schweifen!“

Die Sehnsuchtskalender zeichnen sich aus durch hochwertige Farbfotografien.

Jeder Kalender hat 54 Blatt (gleich 54 Seiten) im Format 16 x 17,5 Zentimeter mit 53 leicht heraustrennbaren Postkarten zum Verschicken an die Lieben oder zum Sammeln und Erinnern an aufregende Reisen. Die Kalender können aufgehängt oder aufgestellt werden.

[www.athesia-verlag.de](http://www.athesia-verlag.de)  
[www.harenberg-kalender.de](http://www.harenberg-kalender.de)



Die Glitzer Filzstifte eignen sich unter anderem zum Kreieren kleiner Kunstwerke auf Papier und zum Verzieren von Grußkarten oder Geschenkanhängern.

## Glitzernde Highlights zum Selbermachen

Kinder lieben alles, was glänzt und glitzert. Mit den neuen Metallic oder Glitzer Filzstiften sowie der Glitzer Spielknete lädt Eberhard Faber dazu ein, wunderschöne Kunstwerke zu kreieren. Die besonderen Effekte verleihen den Produkten das gewisse Etwas.

Metallic Stifte sind das Wundermittel, um triste Karten aufzupeppen. Wer liebt es nicht, wenn es glänzt und glitzert? Gerade der Kontrast zwischen matten Papieren und dem metallischen Glanz von Metallic Stiften, machen aus jedem normalen Gruß einen Hingucker.

### Metallic Filzstifte - ideale Bastelbegleiter

Die Metallic Filzstifte sind ideal für fast alle Oberflächen (Papier, Karton, Glas, Kunststoff, Metall, Stein). Die Farben

sind wisch- und spritzwasserfest und nach Fixierung bei 160 Grad Celsius im Backofen wasserfest (nicht Spülmaschinenfest). Die geruchsneutrale Tinte ist auf Wasserbasis und schlägt nicht

durchs Papier. Die Stifte müssen vor dem Malen nicht erst geschüttelt oder angepumpt werden, sondern sind sofort einsatzbereit. Die Metallic Filzstifte von Eberhard Faber sind gerade in der Weihnachtszeit die idealen Bastelbegleiter, um Geschenkanhänger, Weihnachtsbaumkugeln oder klei-

Die Metallic Filzstifte von Eberhard Faber laden zum bunten Gestalten von verschiedensten Oberflächen ein.



Made in Germany





ne Teelichter selbst gestalten und personalisieren zu können.

### Glitzer Filzstifte - neue Geschenketus und Farben

Die Glitzereffekte der Filzstifte lassen das Herz jedes jungen Künstlers höherschlagen. Sie sind ideal, um glitzernde Highlights in den kleinen Kunstwerken zu schaffen und eignen sich ebenfalls zum Verzieren von Grußkarten, Geschenkanhängern oder Ta-

gebüchern. Die attraktiven Geschenketus mit 16 oder sogar 24 Farben sind die perfekten Mitbringsel beim nächsten Kindergeburtstag oder zu Weihnachten.

### Glitzer Spielknete - ein sinnliches Erlebnis

Knete ist ein tolles Spielzeug: Beim Rollen, Drücken, Quetschen spüren Kinder ihre Kraft, und sie erweitern ihre motorischen Fähigkeiten. Weil Knete so wunderbar

formbar ist und diese auch noch glitzert, regt sie die Fantasie der Kleinen an: Was lässt sich nicht alles mit Knete anstellen? Schon die Aller kleinsten können mit besonders weicher Knete ihre ersten Formversuche starten. Die wiederverschließbaren Kunststoffbecher schützen die Knete vor dem Austrocknen.

[www.eberhardfaber.de](http://www.eberhardfaber.de)



Die Spielknete fördert vor allem die motorischen Fähigkeiten. Wie schön, wenn das Endprodukt dann noch glitzert und funkelt.

Pentel bietet zwölf Effektfarben an, die perfekt aufeinander abgestimmt und miteinander kombinierbar sind.



Pentel bietet die Pastell Gelstifte in einem attraktiven Display an.



Die Pentel Hybrid Dual Metallic Gelstifte changieren in acht verschiedenen Glitzer-Farben und machen jedes Deko-Objekt zu einem kleinen Kunstwerk.

## DIY-Deko mit Special Effekt

Für die beginnende Bastelsaison unterstützt Pentel kreative Ideen mit großer Farbvielfalt. Die Gel-Tintenroller des japanischen Schreibgeräte-Herstellers umfassen Metallicfarben, Pastellfarben und Glitzerfarben, darunter auch vier neue Glitzerkombinationen.

Geeignet zur Dekoration auf Grußkarten, im Bullet Journal, im handgeschriebenen Brief, im Ausmalbuch und als Handlettering-Kunstwerk: Funkelnde Effekte passen immer. Besonders die funkelnden Farbnuancen des Glitzer-Gelstifts „Hybrid Dual Metallic“ liegen im Trend und setzen Highlights beim Schreiben, Zeichnen und Gestalten. Der Glitzer-Gelstift hat einen Überraschungseffekt mit einer zweifarbigen, changierenden Tinte, die ihre Schreibfarbe beim Wechsel von hellem auf dunkles Papier verändert, damit eine Vielzahl von Nuancen entstehen können. Der Clou: Die Glitzerpartikel funkeln in der jeweiligen Schreibfarbe - für einen unvergleichlich strahlenden Effekt. Die zwölf Effektfarben sind aufeinander abgestimmt, miteinander kombinierbar

und in 0,5 Millimeter Strichstärke erhältlich. Tipp: Glitzer-Gelstifte sind auch wunderbar für kleine Deko-Objekte geeignet.

Beim Basteln mit dunklem und farbigem Papier sind zusätzlich Pentel Pastellfarben und Gelstifte in Weiß oder mit Metallic-Effekten großartige Tools. Kräftig deckend und mit hoher Strahlkraft sind die Klassiker im Pentel Sortiment immer eine gute Wahl für die kommende Bastelsaison.

Für die einfache Integration in bestehende Shopsysteme bietet Pentel seine Produkte neben kompakten, farblich sortierten POS-Displays auch in umweltfreundlichen Produktsets an.

[www.pentel.de](http://www.pentel.de)



Dank hervorragender Deckkraft wirken die strahlenden Pastell Gelstifte von Pentel großartig auf farbigen und dunklen Papieren.



# Ganz schön nachhaltig und bunt

HAN bekennt Farbe zu 100 Prozent Nachhaltigkeit. Mit der neuen Recyclingserie „Re-Loop“ beginnen „schöne Aussichten“ für alle, die auf Nachhaltigkeit wert legen, aber dabei auf ein trendiges, modernes, frisches Design nicht verzichten wollen.

„Mit der neuen ‚Re-Loop‘ Schreibtisch-Serie schreitet HAN konsequent voran in eine nachhaltige, verantwortungsvolle Zukunft“, sagt Jens Magdanz, Vertriebs- und Marketingleiter bei HAN. „Wir sind stolz“, erklärt Magdanz weiter, „dass wir trotz der unsäglichen Corona-Situation die Zeit sinnvoll nutzen konnten, um nach der Blauer Engel-zertifizierten ‚Karma‘-Serie, die wir vor vielen Jahren quasi als Pioniere entwickelten, nun ein zweites, junges Eco-Programm auf den Weg gebracht haben. Übrigens die einzige 100-prozentige Recycling-Serie, die aus dem Stand in zehn Trendfarben gelauncht wird. - und das ‚Made in Germany‘! Ressourcenschonend, ganz ohne weite Transportwege und für jedermann transparent nachprüfbar, was in einer globalisierten Welt auch nicht immer selbstverständlich ist.“

„Re-Loop“ wird aus 100 Prozent recyceltem Kunststoff hergestellt. Die umfassende Schreibtisch-Serie besteht aus Briefablagen, Köcher, Stehsammler und Papierkörben. Mit der Einteilung in fünf office-orientierte Farben und fünf plakative Farben werden bewusst sowohl Business-Verwender als auch private Kunden angesprochen. Ob Young Of-

fices, Homeoffices oder Jugendzimmer, „Re-Loop“ macht überall eine frische, lebensfrohe, ökologisch positive Figur.

„Und das ist nur der Anfang“, verrät Jens Magdanz, „unsere Eco-Offensive geht weiter, denn auch bei ‚Karma‘ folgen in Kürze neue Farben, die die Serie umfangreich auffrischen werden. Darüber hinaus arbeiten wir mit Hochdruck an neuartigen Verpackungen, die unserem Bekenntnis zu einem verantwortungsvollen Handeln vollends entsprechen sollen.“

Die neue „Re-Loop“-Serie wird ab sofort werhältlich sein.

[www.han-online.com](http://www.han-online.com)





Den Pelikan ilo gibt es in den vier frischen Farbkombinationen Rot, Weiß, Blau und Anthrazit. Ergänzt wird das ilo Produktportfolio mit bunter Tinte, passendem Tintenlöscher und Notizheft in A6 [Abbildungen zeigen noch nicht farbverbindliche Oberflächen].

# Pure Schreibfreude für Teenager

Bühne frei für ilo - incredible joy! Am 1. Januar 2021 launcht Pelikan sein neues Design-Schreibgerät für Teenager. Der kurze Name ilo steht für Freude. Genauso ikonisch und auf das Wesentliche fokussiert, hat Pelikan den Füllhalter gestaltet und mit höchstem Schreibkomfort ausgestattet.

Jede Menge Aufsätze, Recherchen und Studien - im Alter von zwölf bis 17 Jahren schreiben Teenager mehr als je zuvor. Für diese besondere Herausforderung hat Pelikan jetzt den ilo entwickelt. Der neue coole Füllhalter sorgt dafür, dass sich die Hand unbeschwert bewegen kann, während sie Worte zu Papier bringt. So gelingt es Teens mit dem ilo unendlich leicht, voll in ihre Gedankenwelt einzutauchen und einen ungebremsten Schreibfluss zu erleben.

## Der beste Füller für Vielschreiber

Die besonders schmale Form und das geringe Gewicht machen den ilo zur perfekten Wahl für alle, die mehr schreiben wollen. Ermüdungserscheinungen? Fehlansätze! Dank seiner einzigartigen Soft-Touch-Griffzone entlastet der neue Pelikan Füllhalter den Mittelfinger und verhindert die sonst üblichen Druckstellen. Bei so viel Fingerfreundlichkeit ist pure Schreibfreude ab ab 1. Januar 2021 garantiert.

## Moderne Optik im frischen Look & Feel

Der Pelikan ilo fasziniert durch seine moderne Design Struktur in den vier trendigen Farbkombinationen Rot, Weiß, Blau und Anthrazit. Dabei nimmt die Hauptfarbe die einzigartige Oberflächenstruktur auf, während die Akzentfarbe für das gewisse Extra sorgt. Mit seiner schlanken und ansprechenden Optik sowie bester Funktionalität vereint der Füllhalter zuverlässige Markenqualität mit trendigem Design und erfüllt höchste Anforderungen von Teenagern.

## Durchdachte Details

Der Pelikan ilo besticht nicht nur durch seinen ikonischen Look, sondern auch durch besondere Produkteigenschaften: Aufgrund der neuen Soft-Touch-Griffzone mit zusätzlicher angenehm weicher Fläche auf der Unterseite des Griffstücks liegt der Füllhalter sehr bequem in der Hand. Durch die praktische Ausrichtung der Griffzone ist der ilo für Links- und Rechtshänder gleichermaßen geeignet. Der funktionelle Clip an

der Kappe bietet zudem einen Wegrollschutz. Die Feder des ilo mit Iridiumkorn besteht aus robustem Edelstahl und unterstützt ein sauberes und präzises Schriftbild. Sie ist in den Stärken M und F erhältlich. Für einen schnellen Einblick auf den aktuellen Tintenstand sorgt das große transparente Sichtfenster.

## ilo am POS

Für einen aufmerksamkeitsstarken Auftritt am POS bietet Pelikan passende Keildisplays an. In seiner hochwertigen Kissenschachtel mit Aussparung ist der Füllhalter sofort sichtbar und weckt Kaufinteresse. Der besondere Clou der neuen Verpackung: Durch eine clever integrierte Eurolochung kann der ilo sowohl im Promotion-Display als stehende Packung oder als Hängeware perfekt präsentiert werden. Das abgestimmte ilo Produktsortiment sorgt so mit Leichtigkeit für mehr Umsatzschwung und einen gelungenen Start ins Jahr 2021.

[www.pelikan.com](http://www.pelikan.com)



www.blauer-engel.de/2200

„Blauer Engel“ für den Breeze: Das Gehäuse wird aus recyceltem Post-Consumer Kunststoff hergestellt. Alle vier mit dem Blauen Engel zertifizierten Varianten des Tintenrollers Breeze.

## Blau trägt jetzt „Blauer Engel“

Schneider hat für den Tintenroller Breeze bereits Mitte 2018 das deutsche Umweltzeichen „Blauer Engel“ erhalten. Das Gehäuse wird aus recyceltem Post-Consumer Kunststoff hergestellt. Nun darf sich der blaue Schaft in die Reihe der zertifizierten Farben einreihen.

Seit dem 5. Juni 2018 zeichnet sich der Tintenroller Breeze durch das bekannteste deutsche Umweltzeichen, den „Blauen Engel“, aus. Dieses Umweltzeichen ist das älteste und bekannteste der Welt und bei Verbrauchern weitläufig bekannt. Die Kriterien für Schreibgeräte wurden erst im Januar 2016 veröffentlicht. Schneider war damit das erste Unternehmen, das die Richtlinien für den „Blauen Engel“ für Schreibgeräte erfüllte. Die Zertifizierung mit dem Blauen Engel gilt nicht automatisch für ein eingereichtes Modell, sondern jede Schaftfarbe und Tintenfarbe wird von der RAL einzeln auf Inhaltsstoffe etc. geprüft und analysiert. Nun konnte die Farbrange noch erweitert werden und zu den bereits zertifizierten grauen, weißen und pinken Patronenrollern darf sich nun auch noch der blaue Schaft in die Reihe der zertifizierten Farben einreihen.

Das Gehäuse des Breeze wird aus recyceltem Post-Consumer Kunststoff hergestellt. Dieser stammt von Konsumgütern, welche nach dem Gebrauch dem Wertstoffstrom zurückgeführt werden. Die Wiederverwertung von Kunststoffen schont Umwelt und Ressourcen. Und zudem kann Recycling so schön sein: die strahlend reinen Farben lassen es dem Breeze nicht anmerken, dass es sich um ein Produkt aus Recycling-Kunststoff handelt. Deshalb findet der Breeze in modischen Farben bei einer breiten Zielgruppe Gefallen.

Der Breeze zeichnet sich zudem durch ein cleveres Nachfüllsystem aus. Er ist mit einer Roller-Patrone ausgestattet, die sich unendlich oft auswechseln lässt. Eine weitere Reserve-Patrone findet im Gehäuse Platz. Jede Patrone hat außerdem eine neue Spitze. Das

bedeutet, dass die Spitze nicht verschlissen wird, was maßgeblich zur Lebensdauer des Stifts beiträgt. Für die Zertifizierung des „Blauen Engels“ werden die Produkte ganzheitlich betrachtet. So wurde auch die schadstofffreie wasserbasierte Tinte auf Unbedenklichkeit geprüft und die Verpackung aus Altpapier genau unter die Lupe genommen.

Der lässige Patronenroller Breeze ist jedoch nicht nur nachhaltig, sondern in jeglicher Hinsicht griffig - denn er liegt dank seiner ergonomischen Form und der gummierten Oberfläche bequem in der Hand und schreibt angenehm weich. Er ist für Links- und Rechtshänder gleichermaßen geeignet. Erhältlich ist er nun also in vier modernen Farben: Grau, Rosa, Weiß und Blau.

[www.schneiderpen.com](http://www.schneiderpen.com)



Der EasyFit Schulranzen ist auch in der GlowEdition erhältlich. Knalliges Neongelb und fluoreszierende Bereiche verbessern die Sichtbarkeit im Straßenverkehr.

# Heldenstarke Begleiter für Kindergarten und Grundschule

Bei Scooli gibt es in der kommenden Saison viel Neues zu entdecken: Scooli präsentiert das neue Schulranzen-Modell EasyFit, eine Glow-Edition für verbesserte Sichtbarkeit im Straßenverkehr und drei neue Designs der niedlichen Kinderrucksäcke der Produktlinie Mini-Me.

Der EasyFit Schulranzen ist ab Anfang 2021 in zwölf angesagten Styles verfügbar. Die Modelle „Sweet Beetle“ und „Jurassic World“ begeistern mit coolem Erscheinungsbild.



Der neue Schulranzen EasyFit kommt ab Januar 2021 auf den Markt. Er begeistert durch seine neue schlanke Passform. Mit seiner schlanken Passform ist der EasyFit auch für zierliche Schulkinder ein guter Begleiter. Ausgestattet mit Reflektoren der Marke Oralite, sorgt der EasyFit für Sichtbarkeit im Straßenverkehr. Die Oralite Reflektoren befinden sich an der Fronttasche, seitlich am Deckel und an den Tragegurten. Der EasyFit ist knapp 1.000 Gramm leicht und durch seine ergonomischen Eigenschaften, passt sich der Schulranzen optimal an den Kinderrücken an.

Die ergonomischen Eigenschaften, wie zum Beispiel die Lageverstellriemen, das ergonomisch geformte Rückenpolster

und der abnehmbare Brustgurt, sorgen für Entlastung des Kinderrückens. Die Scooli Schulranzen wurden für die ergonomischen Eigenschaften mit dem Prüfsiegel „Ergonomisches Produkt“ vom Institut für Gesundheit und Ergonomie e.V. (IGR) ausgezeichnet. Die Brot-dose ist ganz einfach in der Fronttasche verstaut. Zudem kommt der EasyFit im 5-teiligen Set: Schulranzen EasyFit, Turnbeutel, Schlumperetui, abnehmbare Schlüsselanhänger und gefülltes Schüleretui mit hochwertigen Dreikant-Buntstiften von Eberhard Faber. Die Buntstifte liegen durch ihre dreieckige Form besonders gut in der Hand.

Der EasyFit Schulranzen ist ab Anfang 2021 in zwölf angesagten Styles verfügbar. Unter den Jungs Lizenz-Themen präsentiert sich ganz neu, die Brand Jurassic World. Der Schulranzen begeistert in einer Night-Vision- und cooler Schuppenoptik. Die beliebten Superhelden von



Der Mini-Me Kindergartenrucksack wartet in 2021 mit drei neuen Motiven auf: Anton der Astronaut, Daisy Dear und Lotti Ladybug lassen die Kinderherzen höher schlagen.

Avengers, sowie Dragons bieten weiterhin heldenhafte Rückendeckung. Die Klassiker Spider-Man und Star Wars erscheinen in neuen moderne Styles. Das Ever-Seller Thema Autos wird mit dem neuen Scooli Design Speed Racer super in Szene gesetzt.

Für die Mädchen wird 2021 zu den beliebten Eigendesigns Butterfly und Pegasus, der Sweet Beetle kommen. Der süße Marienkäfer auf seinem zarten Gänseblümchen wird Mädchen in einem leuchtenden Rot begeistern. Auch die angesagten Brands Spirit und die Eiskönigin 2 werden in der kommenden Kollektion mit dabei sein. Der Minnie Mouse Schulranzen erscheint im neuen Look in trendigen Pastellfarben rosa und hellblau.

**Die Glow Edition - DIN 58124 konform**

Leuchtende Rückendeckung gibt es mit dem EasyFit Schulranzen in der Glow Edition. Zehn Prozent retroreflektierendes Material von Oralite an der Vorder- und Seitenfläche sowie am Schultergurt sorgt für eine verbesserte Sichtbarkeit im Straßenverkehr. Dazu kommt 20 Prozent fluoreszierendes Material mit knalligen Farben an der Vorder- und Seitenfläche. Außerdem erfüllen die EasyFit Schulranzen alle weiteren Eigenschaften der DIN 58124, wie zum Beispiel das ergonomisch gepolsterte Rückenbett, robuster Korpus, und regenwasserdichte Beschichtung. Die Glow Edition kommt im 6-teiligen Set, Schulranzen EasyFit inklusive Turnbeutel, Schlammperetui, ab-

nehmbaren Schlüsselanhänger, coolem Patch zum Ankletten und gefüllten Schüleretui mit Buntstiften von Eberhard Faber. Die Schulranzen kommen in zwei leuchtenden Styles. Level für Level geht es weiter mit dem neuen Style Level UP. Durch das knallige Neongelb und die Gaming Bausteine wird der Schulranzen zu einem Highlight. Auffällig ist auch das Design Hearbeat im leuchtenden Pink und zartem Flieder.

**Mini-Me - praktisch und richtig süß**

Der Mini-Me Kindergartenrucksack von Scooli ist ab 2021 in drei neuen niedlichen Motiven erhältlich. Anton der Astronaut nimmt die Kinder auf dem Weg zum Kindergarten mit ins Weltall. Zwischen Spaceshuttle und Planeten erleben die Kinder galaktische Abenteuer mit dem Mini-Me Kindergartenrucksack Anton Astronaut. In leuchtendem Koralle präsentiert sich Daisy Dear, das kleine süße Reh. Perfekt für Erlebnisse im Wald und im Kindergarten. Rot mit süßen Punkten zeigt sich Lotti Ladybug, der Marienkäfer. Die Kindergartenrucksäcke sehen nicht nur tierisch toll aus, sondern bieten durch ein großes Hauptfach und einer Vortasche viel

Stauraum für die Brotzeitdose, das Lieblingskuscheltier und andere Alltagschätze. Die rückenfreundlichen Eigenschaften, wie die gepolsterte Rückseite und die höhenverstellbaren Tragegurte, sorgen für ausgezeichneten Tragekomfort. Ein abnehmbarer Brustgurt verhindert, dass die Träger verrutschen. Der Mini-Me überzeugt mit seinen robusten und wasserfesten Materialien, die jedem Abenteuer standhalten.

[www.undercover-germany.de](http://www.undercover-germany.de)



Neue Kollektion mit vielen Highlights (v. l.): ErgoFlex Buttons „Nature Love“, ErgoFlex Buttons „Blue Fairy“, ErgoFlex MAX Buttons „Dragon Eye“, ErgoFlex Superlight „Green Goal“



## Kleines Raumwunder

Schule kann so leicht sein, denn die Schulranzen und Schulrucksäcke von DerDieDas zählen zu den leichtesten unter den Schultaschen. Mit dem neuen ErgoFlex von DerDieDas ist es trotz schlanker Form gelungen, Leichtigkeit mit mehr Volumen zu kombinieren.

Leichtigkeit ist seit jeher die herausragende Eigenschaft, die man mit DerDieDas verbindet. Und das bleibt auch so, denn alle aktuellen Modelle wiegen deutlich weniger als 1.000 Gramm. Damit einher geht natürlich ein Thema, das die Schulranzen und Schulrucksäcke von DerDieDas ebenso ausgezeichnet einlösen, mehrfach bestätigt vom unabhängigen Verein Aktion Gesunder Rücken (AGR) - die Ergonomie.

### Buttons zum Anklippen an bunte Bänder

Beim neuen Ergo-Flex ist den Entwicklern etwas scheinbar Paradoxes gelungen: mehr Volumen trotz schlanker Form. Der Schulrucksack fasst jetzt inklusive Vor- und Seitentaschen 22 Liter und wiegt dennoch nur ca. 800 g. Den ErgoFlex und ErgoFlex MAX gibt es mit den beliebten Buttons, die an die farblich abgestimmten Bänder - neben per-

sönlichen Lieblings-Accessoires - angeklippt werden können. Im Set werden je drei Buttons mitgeliefert, darüber hinaus gibt es viele weitere zum Sammeln, Wechseln und Tauschen. Der Freiheit bei

der individuellen Gestaltung sind also keine Grenzen gesetzt.

Der Umweltgedanke wird bei DerDieDas ohnehin ganz groß geschrieben: Als bluesign® System Partner ist es das Ziel, den ökologischen Fußabdruck beim Produktionsprozess so weit wie möglich zu verkleinern. Für alle Modelle von Der-

DieDas werden Außengewebe und Innenfutter aus recycelten PET-Flaschen hergestellt. Und der Nachhaltigkeitsgedanke spielt auch im Kleinen eine Rolle. Zum Zubehör gehören jetzt Qualitätsstifte von Staedtler®, die aus dem Holzwerkstoff Wopex hergestellt sind, für den auch kleine Teile von Bäumen aus nachhaltiger deutscher Forstwirtschaft verwendet werden. Sie sind sehr stabil und liegen besonders gut in der Hand.



[www.derdiedas.de](http://www.derdiedas.de)



Aufwendig gestaltete Deckelklappe oder Individualisierung durch Funny Snaps®? Scout Kunden haben bei allen Modellen die Wahl.



## Schmal aber stark

Welcher Schulranzen ist ideal für zierliche Kinder? Eine Frage, die PBS-Händlern immer wieder gestellt wird. Eine passgenaue Antwort lautet ab dieser Saison: „Der neue Scout Sunny II“. Der Nachfolger des erfolgreichen Scout Sunny steht seinem Vorgänger in nichts nach.

Die schmale Bauform passt kleineren und/oder zierlicheren Kindern besonders gut - und begleitet durch das mitwachsende Gurtsystem beim Größerwerden. Neu am Sunny II ist jedoch: Aus dem rucksackähnlichen Modell wurde ein fester Ranzen. Denn ein stabiler Korpus wird aktuell von vielen Eltern (und auch Kindern) bevorzugt - macht er doch das Befüllen und Zugreifen und auch das Ordnen halten im Schulalltag leichter.

Auch die Ergonomie des Sunny II wurde weiterentwickelt: Der glasfaserverstärkte Ranzenrücken und der speziell ausgeformte Hüftgurt in neuer Breite sorgen für optimale Lastenverteilung. Darüber hinaus punktet der Sunny II mit viel Funktionalität im Schulalltag: Vorne befindet sich eine integrierte, flexible Vortasche. Die Seitentaschen machen sich ganz flach, wenn sie nicht gebraucht werden.

Und das Magnetschloss schließt beim Druck auf die Deckelklappe praktisch von selbst.

### Drei Scout Modelle mit viel Platz für Individualität

Insgesamt hat Scout nun drei Modelle im Programm: Den neuen Sunny II, den robusten Scout Genius und das Raumwunder Scout Alpha. Allen gemeinsam sind die beliebten „Funny Snaps®“, mit denen der Schulranzen kinderleicht und immer wieder anders individualisiert werden kann. Hier stehen 7 neue, in allen Modellen erhältliche Motive zur Auswahl, zum Nachkaufen und Austauschen sind weitere „Funny Snaps®“ Sets im Programm. Um der Kreativität der kleinen Kunden Raum zu geben, wurde die Motivgestaltung deutlich ruhiger - ein Pluspunkt auch in Hinblick auf die Trageakzeptanz. Wer die klassische Optik einer Motiv-Deckelklappe bevorzugt, wird im neuen

Scout Programm ebenfalls fündig: Alle Modelle sind alternativ zu den „Funny Snaps®“ auch mit aufwendig gestalteten Deckelmotiven erhältlich.

### Nachhaltigkeit konsequent umgesetzt

Ab der Saison 2021 bestehen Außenge-webe und Futter aller Scout Modelle aus wiederverwerteten PET-Flaschen. Die Reduktion der Umweltbelastung liegt der Steinmann Gruppe am Herzen - auch deshalb ist das Unternehmen bluesign® System Partner. Dass alle Scout Ranzen am Ende ihres langen Produktlebens recyclingfähig sind, versteht sich dabei von selbst. Mindestens genauso wichtig ist dem erfolgreichen Schulranzenhersteller das Engagement für Menschenrechte und gegen Kinderarbeit, Diskriminierung und Korruption - unter anderem in der UN-Initiative Global Compact.

[www.scout-schulranzen.de](http://www.scout-schulranzen.de)



Die gesamte Kollektion Step by Step 2020/2021 wird klimaneutral produziert.

## Durchdachte Nachhaltigkeit

Step by Step präsentiert 2020/21 die weltweit erste Schulranzen- und Vorschulrucksack-Kollektion aus Bio-Baumwolle. Entwickelt wurden die Serien zusammen mit dem WWF. Ziel dabei ist es, Kindern das Thema Artenschutz näher zu bringen und ein gesteigertes Bewusstsein für Artenvielfalt zu schaffen.

Bei der Schulranzen-Marke Step by Step wird Nachhaltigkeit bis ins Detail durchdacht. Für den Hersteller steht fest, Nachhaltigkeit bedeutet weitaus mehr, als nur Schultaschen aus 100 Prozent recycelten PET-Materialien zu produzieren. Deshalb wird darüber hinaus bei allen Produkten eine nachhaltige Imprägnierung ohne schädliche PFC verwendet und großer Wert auf eine ressourcen- und umweltschonende Herstellung gelegt. Um das zu garantieren ist Step by Step bereits seit September 2018 bluesign-Systempartner. Auch für faire, menschenwürdige Arbeitsbedingungen setzt sich die Marke ein und arbeitet deshalb eng mit der Fair Wear Foundation zusammen.

Doch damit nicht genug - auch 2020/2021 sieht sich Step by Step wieder als Vorreiter und präsentiert die weltweit erste Schulranzen- und Vorschulrucksack-Kollektion aus Bio-Baumwolle! Die limitierten Editionen Cloud WWF und KID WWF werden aus biologischer Baumwolle hergestellt

und fördern damit eine nachhaltige Landwirtschaft. Bio-Baumwolle ist ein ökologischer Rohstoff, der ohne Einsatz von toxischen Chemikalien oder Pestiziden angebaut wird. Dadurch wird die Umwelt und die Arbeiter auf den Plantagen gesundheitlich geschützt.

Die WWF-Serie wurde, wie der Name schon sagt, mit einer der größten und er-

fahrensten Naturschutzorganisationen der Welt entwickelt. Gemeinsam mit dem WWF möchte Step by Step das Thema Artenschutz Kindern näher bringen und ein gesteigertes Bewusstsein für die Bedeutung der Artenvielfalt schaffen.

### Material aus Ananas-Fasern

Auch die wechselbaren Motive, namens „Magic Mags“ bestehen aus ei-



Weiterhin im Sortiment bleibt auch die erste Schulranzen-Serie aus Ocean Plastic: „Cloud Ocean“.

Mit dem WWF als Partner hat Step by Step die erste Schulranzen- und Vorschulrucksack-Kollektion aus Bio-Baumwolle entwickelt.

nem ressourcenschonenden, nachhaltigen und veganen Material, mit dem Namen Piñatex. Dieses besteht aus Ananasblatt-Fasern. Bei der Bewirtschaftung von Ananas Plantagen bleiben Blätter der Ananaspflanze übrig, aus denen Fasern gewonnen werden, die als Grundlage für das sogenannte Piñatex-Material dienen.

### NFC-Chip eröffnet Blick in eine spannende Tierwelt

Die „Magic Mags“ bestehen aus zwei Applikationen und einem Anhänger. Sie sind einzeln erhältlich, zieren jedoch auch den Rucksack für Vorschule- und Freizeit „Kid WWF“ sowie die beiden Schulranzen „Cloud WWF“ mit Affen, Elefanten und Tigern. Der im Anhänger integrierte NFC-Chip eröffnet online eine spannende Welt voller Hintergrundinformationen zur jeweiligen Tierwelt. Dadurch wird ein spielerischer Zugang zum Thema Tier- und Artenschutz aufgebaut, denn Umweltbildung und Sensibilisierung für die Artenvielfalt beginnen bereits im Kindesalter. Gemeinsam möchten Step by Step und der WWF Aufmerksamkeit für die bedrohten Tierarten schaffen, denn nur gemeinsam können gesellschaftliche Veränderungen zum Schutz der Arten vorangetrieben werden.

### Klimaneutrale Produktion

Ein ebenfalls bemerkenswerter Schritt: Die gesamte Kollektion 2020/2021 wird klimaneutral produziert. Step by Step ist damit nach eigenen Angaben der einzige Hersteller, der diesen Weg so konsequent verfolgt.

Mit Hilfe der Klimaexperten von ClimatePartner werden alle CO<sub>2</sub>-Emissionen - von Schulranzen bis hin zur Lunchbox und von der Produktion über die Verpackung bis hin zum Transport - berechnet. Wo immer es möglich ist, vermeidet Step by Step CO<sub>2</sub>-Emmissionen.



Auf dem Vorschul- und Freizeitricksack „Kid WWF“ sowie auf den beiden Schulranzen „Cloud WWF“ befinden sich attraktive Tiermotive, in Form von Elefanten, Tiger und Affen.

nen. Alle unvermeidbaren Emissionen werden über ein anerkanntes Klimaschutzprojekt ausgeglichen und unterstützen so den Erhalt der „grünen Lunge“ unserer Erde.

### Schulranzen-Serie aus Ocean Plastic

Weiterhin im Sortiment bleibt auch die erste Schulranzen-Serie aus Ocean Plastic: „Cloud Ocean“. Dafür wird bis zu ein Kilogramm Plastikmüll pro Schulranzen-Set aus dem Meer gefischt und so viel wie möglich weiterverarbeitet. Der „Cloud Ocean“ erstrahlt in der neuen Kollektion mit frischen Farben und „Magic Mags“ mit

Wackelmotiven, welche aus recycelten PET-Flaschen bestehen.

Bei dieser Vielzahl an Maßnahmen wird sofort klar, das Thema Nachhaltigkeit ist bei Step by Step durchdacht und ein fester Bestandteil der Markenwerte. Bereits jetzt wird mit Hochdruck an weiteren Fortschritten für die Kollektion 2021/2022 gearbeitet. Eins ist klar: Bei dem Produktsortiment der Marke Step by Step können sich Eltern sicher sein, die beste Entscheidung für ihr Kind und die Umwelt getroffen zu haben.

[www.stepbystep-schulranzen.com](http://www.stepbystep-schulranzen.com)

# Virtuelle Partnerkonferenz

HP zeigte auf der HP Reinvent 2020 neue Angebote und Nachhaltigkeitsinitiativen, mit denen Partner in einem dynamischen, sich schnell verändernden Umfeld - wie aktuell mit der COVID-19-Pandemie und deren Folgen - Kundenerwartungen und -anforderungen erfüllen können.

Die jährliche weltweite Partnerkonferenz von HP - erstmals nur online übertragen - stand unter dem Motto „Amplify your Future Together“. Im Fokus der Veranstaltung standen die sich verändernde Industrielandschaft sowie transformative Trends, die unseren Alltag momentan beeinflussen.

Zahlreiche Themen, etwa rund um die sich wandelnde Customer Journey, die digitale Transformation, den zunehmenden Einfluss der sogenannten Prosumer, die Zukunft von Bildung und Arbeit, und Cybersecurity in der neuen Normalität standen auf der Agenda. Darüber hinaus motivierte HP seine Partner, sich dem langjährigen Engagement für mehr Nachhaltigkeit und Gleichberechtigung anzuschließen.

Neben dem HP Führungs-Team - darunter Enrique Lores (President & Chief Executive Officer) und Christoph Schell (Chief Commercial Officer - Foto) - sprachen verschiedene Experten zu den HP Partnern, etwa Ajay Banga (CEO, Mastercard), Stephanie Mehta (Editor in Chief, Fast Company), Paul Polman (Mitbegründer & Chairman, Imagine), Bonin Bough



Christoph Schell, Chief Commercial Officer, HP

(Autor und Unternehmer), Tien Tzuo (CEO, Zuora) und Bob Bigman (Deputy Chief Information & Security Officer, State Dept.). Michael Guschlbauer (Vorstand, Bechtle AG) beteiligte sich im Rahmen der Podiumsdiskussion.

Neben verschiedenen neuen Rechnern und Monitoren, die auf die neue Arbeitswelt zwischen Heimarbeitsplatz und Büro ausgerichtet sind - wie beispielsweise der Mini-Desktop HP Elitedesk 805 G6 mit AMD-Prozessor, der nur wenig Platz benötigt - und im Rahmen der Reinvent-Partnerkonferenz vorgestellt wurden, erweitert HP auch sein Angebot rund um das Drucken, um künftig die verschiedenen Arten des Arbeitens zu unterstützen. Dazu gehört etwa die Laserjet-Enterprise-400-Serie, nach Angaben von HP der kleinste hauseigene Drucker auf Enterprise-Niveau.

Bereits seit längerer Zeit hat HP das Thema Nachhaltigkeit in die Geschäftsstrategie und den Betrieb integriert. Künftig wird es eine zentrale Komponente des Partnerprogramms HP Amplify Impact sein. HP stellt am 1. November auf das neue Channel-Partner-Programm um. Ziel ist es, die globale Partner-Community zu mehr Engagement in Sachen Nachhaltigkeit sowie Gleichberechtigung zu motivieren. Ein wichtiger Schritt zur langfristigen Veränderung der IT-Branche.

HP Amplify Impact ist das erste Assessment- und Trainings-Programm seiner Art für Partner. Es bietet eine Vielzahl von Tools und Ressourcen. Teilnehmende Partner erhalten jedes Jahr eine Zertifizierung und Auszeichnung über die Teilnahme. HP hat sich das ehrgeizige Ziel gesetzt, bis 2025 mindestens 50 Prozent seiner weltweiten Vertriebspartner in das freiwillige Programm auf-



HP gibt seinen Partnern neue Drucker-Produkte, -Services und -Lösungen - speziell für das Arbeiten in der neuen Normalität - an die Hand.

zunehmen. Künftig liege daher der Fokus bei der Zusammenarbeit nicht mehr allein auf der Performance und somit dem Umsatz. Dieser bleibe auch weiterhin wichtig, erklärte Susanne Kummetz, Director Consumer und Commercial Channel bei HP Deutschland. Mit „Amplify“ soll in Zukunft ebenso die Zusammenarbeit - Collaboration - sowie die Bereitschaft, in Know-how und verkaufsrelevante Fähigkeiten - Capabilities - zu investieren, belohnt werden.

[www.hp.com/de](http://www.hp.com/de)



Susanne Kummetz, Director Consumer und Commercial Channel bei HP Deutschland



Zahlreiche Kundenbeschwerden und negative Bewertungen wurden den Fälschern in Berlin schließlich zum Verhängnis. (Fotos: Brother)

# Klarer Punktsieg gegen Fälscher

Bei zwei Razzien konnte Brother International Europa Ltd gemeinsam mit deutschen Behörden in Berlin gefälschte Verbrauchsmaterialien und Verpackungen sicher stellen. Die gefälschten Brother Produkte wurden zum Teil über den Amazon Marketplace verkauft.

Gegen Ende des Jahres 2019 erhielt Druckerhersteller Brother mehrere Kundenbeschwerden und negative Bewertungen seiner Produkte, die auf dem Marktplatz von Amazon verkauft wurden. Nach monatelangen Ermittlungen entdeckte Brother ein Netzwerk von Fälschungsverkäufern. Dies führte in Zusammenarbeit mit den deutschen Behörden in Berlin zu einer äußerst erfolgreichen Razzia. Bei der Razzia Ende 2019 wurden tausende gefälschte Brother-Verpackungskartons mit gefälschten Hologrammen beschlagnahmt. Unter anderem wurde festgestellt, dass es ei-

nen klaren Hinweis auf weitere beteiligte Verkäufer in diesem kriminellen Netzwerk gab.

Anfang 2020 führte Brother in Zusammenarbeit mit den deutschen Behörden eine zweite erfolgreiche Lagerdurchsuchung durch. Hierbei wurden tausende weitere gefälschte Produkte beschlagnahmt, darunter Paletten mit gefälschten Flachverpackungen und Einzelhandelskartons, gefälschte Etiketten und andere Verpackungsmaterialien mit Brother-Markenzeichen.

Ein Sprecher von Brother: „Der Kunde steht bei Brother überall und zu jeder Zeit an erster Stelle. Zum Schutz der Kunden setzen wir uns daher dafür ein, Fälschungen online aufzuspüren, indem wir mit unseren Partnern und den Strafverfolgungsbehörden eng zusammenarbeiten.“

Brother ist Mitglied von ICCE, der Imaging Consumables Coalition of Europe, Middle East and Africa. ICCE wurde 1997 gegründet und ist eine maßgebliche

und respektierte globale Organisation, die den Kampf gegen die Kriminalität im Bereich des geistigen Eigentums bei der Kennzeichnung von Verbrauchsmaterialien anführt. Die Zusammenarbeit zwischen Strafverfolgungsbehörden und ICCE-Mitgliedern ermöglicht die effektive Zusammenführung und den Austausch von Informationen, um im Kampf gegen Fälscher erfolgreich zu sein.

Um Produktfälschungen zu erkennen, empfiehlt der Hersteller seinen Kunden und Partnern, Produkte nur bei seriösen Lieferanten und Händlern zu kaufen sowie auf spezielle Merkmale auf der Verpackung und die Druckqualität zu achten.

Es bestehe außerdem die Möglichkeit, die Produkte auf Echtheit zu überprüfen. Weitere Informationen dazu unter [www.brother.de/verbrauchsmaterial/original-brother-verbrauchsmaterial/anti-counterfeit](http://www.brother.de/verbrauchsmaterial/original-brother-verbrauchsmaterial/anti-counterfeit). Besteht ein Fälschungsverdacht, kann dies über die ICCE-Website ([www.icce.net](http://www.icce.net)) oder direkt bei Brother gemeldet werden.

[www.brother.de](http://www.brother.de)



Mit der Brother Support Center App können die Produkte schnell auf ihre Echtheit überprüft werden.



# „My home is my office“

Perfekte Ausstattung für das Homeoffice: Avery Zweckform bringt ein „Office & Home“-Sortiment mit Zehn-Blatt-Packungen auf den Markt. Es umfasst Bestseller aus den Bereichen Universal-, Adress- und Ordner-Etiketten sowie neue Recycling-Etiketten.

Das Homeoffice hat sich spätestens seit dem Corona-Lockdown zur Alternative zum konventionellen Büroalltag entwickelt. Mit der Möglichkeit von zu Hause aus zu arbeiten, erhalten Angestellte - auch ohne Pandemie - in schwierigen Lebenssituationen eine bessere Vereinbarkeit von Privat- und Berufsleben.

Doch wie sieht es mit dem Equipment im neu

entdeckten Homeoffice aus? Für die professionelle Ausstattung der heimischen Büros mit Etiketten bringt Marktführer Avery Zweckform jetzt eine neue Range auf den Markt. Zum „Office & Home“-Sortiment gehören 38 verschiedene Etiketten-Packungen in praktischen Homeoffice-Größen mit je zehn Bögen Inhalt plus ein Starter-Set mit 15 Etikettenbögen in acht verschiedenen Formaten.

Damit zeigt sich Avery Zweckform erneut als zukunftsorientiertes Unternehmen. Denn laut Umfrage des Fraunhofer-Instituts für Arbeitswirtschaft und Organisation gehen 90 Prozent der Betriebe davon aus, dass auch in Zukunft ein deutlich größerer Teil der Mitarbeiter im Homeoffice arbeiten wird.

### Große Bestseller - kleine Packungsgröße

Die Notwendigkeit lag auf der Hand: Kaum jemand benötigt am Arbeitsplatz zu Hause 25 bis 100 Etikettenbögen einer Sorte und einzelne, aus dem Büro mitgenommene Bögen zerknicken schnell ohne den Schutz der Packung. Mit den praktischen Zehn-Blatt-Größen rüstet Avery Zweckform Office-Professionals auch in den eigenen vier Wänden ideal aus. Egal ob farbig oder weiß, groß oder klein, Ordner- oder Versandetiketten: Alle Bögen lassen sich perfekt sowohl von den heimischen Laser- und Tintenstrahldruckern als auch mit den großen Bürodrukern und -kopierern bedrucken - gestochen scharf, ohne Verwischen und immer ohne Druckerstau.

### Nachhaltigkeit im Homeoffice

Kleinere Mengen, weniger Verschwendung: Auch für das Homeoffice legt der



Etikettenprofi, der in diesem Jahr als CO2-neutrales Unternehmen ausgezeichnet wurde, größten Wert auf Umweltverträglichkeit. Alle Papieretiketten sind nach dem Avery Zweckform „Think & Care“-Prinzip FSC-zertifiziert. Die Recyclingetiketten sind sogar aus 100 Prozent Altpapier hergestellt.

### Unterstützung der Handelspartner

Avery Zweckform begleitet die Markteinführung des neuen Sortiment mit der groß angelegten „My home is my office“-Kampagne, bei der über Online- und Printmedien Millionen Kontakte in allen wichtigen Zielgruppen erreicht werden. So will der Markenhersteller verstärkte Nachfrage am POS generieren und seine Handelspartner beim Abverkauf unterstützen.

[www.avery-zweckform.com](http://www.avery-zweckform.com)

# „Offizielle“ Leistungsträger für das moderne Büro

Inapa Deutschland geht mit seinem neuen Office-Papiersortiment „tecno“ an den Start. Verfügbar ist das Sortiment in vielen verschiedenen Ausführungen. Mit „tecno“ liefert der Papiergroßhändler Office-Papiere, die immer perfekt auf die Anwendungen zugeschnitten sind.

Aus den Office-Papieren der Papyrus und der bekannten inapa tecno Range der Papier Union ist das neue „tecno“ Sortiment geworden. „tecno“ bewegt das Office - und das in jeder Disziplin. Einen Eindruck von Leistung, Vielfalt und Dynamik des neuen Office-Papiersortiments vermitteln bereits die Bildmotive der Verpackungen. Ob Leistungsschwimmerin, Hürdenläuferin, Skater, Street-Baletttänzerin oder Footballstar, klar ist, um was es Inapa Deutschland geht: Meisterschaft in jeder Disziplin. Geschwindigkeit, gute Laufeigenschaften gepaart mit Belastbarkeit.

So zeigen sich „tecno“ Office-Papiere in jeder Hinsicht herausragend: von der stilsicheren Geschäftskorrespondenz über Präsentationen mit starken Farbgrafiken bis hin zu schnellen täglichen Ausdrucken und einem präzisen Rechnungsdruck. Aktuell gehen vom gesamten „tecno“ Office-Papiersortiment die ersten Qualitäten deutschlandweit an den Start: „tecno speed“, „tecno premium“, „tecno universal“, „tecno superior“, „tecno dynamic“, „tecno formula“ und die Recyclingpapier-Variante „tecno polar“. Das Gesamtsortiment wird in den kommenden Wochen komplettiert.



„tecno“ ist die neue Marke im Office Markt - ob holzfrei weiß, Recycling oder farbige Papiere



Das leistungsstarke Office-Papiersortiment „tecno“ steht für Vielfalt, Qualität und hervorragende Eigenschaften und zeigt sich in einem frischen, dynamischen Design.

## Das ganze tecno Office-Papiersortiment im Überblick und als Test-Set

Informationen zu allen „tecno“ Papierqualitäten gibt es jetzt schon im Internet unter [inapa.de/tecno](http://inapa.de/tecno) als Produktsteckbrief und im Inapa Gesamtkatalog. Zusätzlich stehen Test-Sets bereit, solange der Vorrat reicht - bestellbar online oder direkt bei den persönlichen Inapa Ansprechpartnern in der Hamburger Zentrale oder in den jeweiligen Niederlassungen. Bereits der Produktsteckbrief verdeutlicht kompakt und schnell die vielfältigen Fähigkeiten, die tecno in den verschiedenen Office-Disziplinen unter Beweis stellt. Von Flächengewichten in leichtfüßigen 75 g/qm bis kraftvollen 200 g/qm geben die neuen Office-Helden alles. Gleich für welche Anwendung, ob Inkjet- oder Laserdrucker, Kopierer oder Multifunktionsgerät, schwarzweiß oder mehrfarbig, die Office-Spitzensportler aus dem „tecno“ Sortiment bestehen souverän jede Herausforderung.

[www.inapa.de/tecno](http://www.inapa.de/tecno)



Die G&G SW-Laserdrucker-Modelle P4100DW und M4100DW mit einer zusätzlichen Scannereinheit (rechts).



## Einstieg in den Druckermarkt

Die Ninestar-Gruppe hat zwei neue Laserdrucker-Modelle für den deutschen Markt angekündigt. Mit den Schwarz-Weiß-Druckern nimmt das Unternehmen die Home-Office-Anwender ins Visier. Unter der Marke G&G wird auch Hardware im Bereich Etiketten-Drucker angeboten

Ninestar will mit seiner Marke G&G noch in diesem Jahr neuen Schwung in den weltweiten Druckermarkt bringen. „Gerade für das Homeoffice sind gerade jetzt preiswerte und robuste Drucker gefragt. Ninestar hat darauf reagiert und plant für den deutschen Markt zwei Geräte auf den Markt bringen, die fast keine Wünsche offen lassen“, kündigt Tonerdumping-Geschäftsführer Daniel Orth an. Wer zwischen 1000 und 10000 Seiten pro Monat druckt, für den lohnt sich schon die Anschaffung eines G&G Druckers P4100DW.

Der Schwarzweiß-Laserdrucker der zum Jahresende auf den Markt kommen soll, unterstützt doppelseitiges Drucken und schafft 33 Seiten pro Minute. Neben der komfortablen Anbindung per WLAN kann der P4100 auch sehr einfach per Smartphone angesteuert werden. Es gibt einen Einzelblatteinzug, der Papierstärken bis 200 Gramm unterstützt und ein Papierfach für 250 Blätter. Das Papierausgabefach fasst rund 120 Seiten Seiten. Auch ein Netzwerkkabel-Stecker oder ein USB-Kabel lassen sich an das kompakte Gerät anschließen. Der G&G P4100DN wird für knapp 200 Euro angeboten.

Das zweite Modell, der „G&G M4100DW“, verfügt zusätzlich über einen Scanner.

Und das entweder über einen integrierten Flachbett-Scanner oder über einen automatischen Papiereinzug. „Das Besondere bei diesen Druckern sind die niedrigen Folgekosten“, hebt Daniel Orth hervor.

Obwohl es sich bei den G&G Tonern in diesem Fall um ein Original-Produkt handelt, „sind die Seitenkosten relativ niedrig“ ergänzt Orth. Der kleine 3000 Seiten-Toner, der GT410, kostet knapp 50 Euro. Der GT410X wird knapp 70 Euro kosten und 6000 Seiten drucken. Der GT410XX ist nur dem Multifunktionsgerät, dem M4100DW vorbehalten und kostet knapp 90 Euro und damit kann man dann 11000 Seiten drucken. Dazu kommen dann noch Kosten für die Trommel, die knapp 100 Euro kostet und für 25000 Seiten ausgelegt ist. Im Lieferumfang der Drucker befindet sich bereits eine Trommel zusammen mit einem 3000-Seiten-Starter-Toner. „Für Fachhändler und Distributoren bieten wir Spezialpreise und Drucker-Toner-Trommel-Bundles an“, sagt Daniel Orth.

Im Mittelpunkt des G&G-Angebotes steht weiterhin ein umfangreiches Sortiment an Schriftbändern und Etiketten sowie entsprechende Geräte.

„Die Nachfrage nach alternativen Verbrauchsmaterialien ist hier in den vergangenen Monaten so stark gestiegen, dass wir unser Produktionskontingent drastisch aufstocken mussten“, freut sich Michael Büttner, Sales und Marketing Manager. Zur Zeit bietet das Berliner Unternehmen hierzulande unter der Marke G&G über 100 Artikel für Geräte der Marken Brother, Dymo und Casio an. Das Angebot soll sukzessive ausgebaut werden. „Es gibt beispielsweise antibak-



Michael Büttner (l.), Sales und Marketing, sowie Daniel Orth, Geschäftsführer und Inhaber (Tonerdumping, Berlin).





Thermal Label Printer

Antibakterielle Schriftbänder für den Einsatz in Krankenhäusern und medizinischen Einrichtungen. G&G bietet dazu die passende Hardware an, u.a. Beschriftungsgerät mit schnell trocknender Tinte.

tierielle Schriftbänder oder Plastikarmbänder für Krankenhäuser, Seidenbänder für Geschenkverpackungen, VIP-Bänder für Veranstaltungen und vieles mehr“, ergänzt Büttner. Gleichzeitig soll das Angebot an passender Hardware im

Bereich Etikettendrucker und Beschriftungsgeräte erweitert werden.

Ninestar zählt nach eigenen Angaben zu den weltweit führenden Herstellern von alternativem Druckerzubehör. Zur chinesischen Konzerngruppe gehören unter anderem die Marken Lexmark, Pantum, G&G, Static Control, Apexmic. Ninestar verbindet schon seit einigen Jahren eine enge Geschäftsbeziehung mit dem Berliner Unternehmen Tonerdumping. Die Berliner betreiben neben ihrem Onlineshop außerdem 20 statio-

Etiketten Drucker



näre Ladengeschäfte in Berlin, Brandenburg, Hamburg sowie Salzburg. Am 26. Januar 2020 haben Ninestar und Tonerdumping auf der Paperworld in Frankfurt ein Memorandum of Understanding unterzeichnet mit dem Ziel, die Partnerschaft zwischen beiden Unternehmen im G&G-Markengeschäft weiter zu stärken.

[www.gg-image.de](http://www.gg-image.de)

## Große Herbst-Kampagne

Fellowes Brands hat mit einer groß angelegten, Kategorie übergreifenden Marketingkampagne den Jahresendspurt eingeläutet. Unter dem Motto „Den

Unterschied machen“ erhalten Händler ein umfangreiches Marketing-Toolkit um die Produktkategorien Aktenvernichter, Workspace Solutions (ergonomisches Ar-

beitsplatzzubehör) sowie Archivierungs- und Aufbewahrungslösungen im letzten Quartal des Jahres zu bewerben.

Neben attraktiven Rabatt- und Zugabeangeboten für den Endkunden sind in die Kampagne auch Wohltätigkeits- und Nachhaltigkeitsinitiativen integriert. So spendet Fellowes für jede Cash Back Registrierung zwei Euro an die Aktion Kindertraum und andere Kinderhilfeprojekte in der DACH Region.

Der Kunde hat bei der Registrierung zudem die Möglichkeit, einen Anteil seiner Rückerstattung zusätzlich zu spenden. Durch den Kauf eines Bankers Box Produkts aus Wellpappe können Kunden an der ganzjährigen Plant-A-Tree Aktion teilnehmen: In Zusammenarbeit mit Tree Nation pflanzt Fellowes im Namen der registrierten Kunden Bäume und unterstützt damit globale Aufforstungsprojekte auf der ganzen Welt.

Das umfangreiche Marketingpaket zur Kampagne umfasst neben einer Produktbroschüre auch Flyer, Webbanner, Infografiken, Bildmaterial und Social Media Toolkit. Weitere Informationen erhalten Händler von ihrem jeweiligen Fellowes Account Manager. Alle Aktionen gelten noch bis 31. Dezember 2020.

[www.fellowes.com](http://www.fellowes.com)

Bis zu  
**€50**  
CASHBACK

Bis zu  
**20%**  
SPAREN



**Einen Baum pflanzen**  
beim Kauf ausgewählter BANKERS BOX® Produkte












**GIVE™**  
Verpflichtet, der Gemeinschaft etwas zurückzugeben

**Verlag**  
Zarbock Media GmbH & Co. KG

**Anschrift**  
Sontraer Straße 6, 60386 Frankfurt am Main  
Telefon 0 69 / 42 09 03-0  
Telefax 0 69 / 42 09 03-70  
E-Mail [verlag@zarbock.de](mailto:verlag@zarbock.de)  
Internet: [www.pbsreport.de](http://www.pbsreport.de)

**Druck**  
Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG  
Sontraer Straße 6, 60386 Frankfurt  
Telefon 0 69 / 42 09 03-0  
E-Mail [team@zarbock.de](mailto:team@zarbock.de)



Titelbild: Faber-Castell

**Geschäftsführung**  
Dipl.-Ing. Ralf Zarbock



**Redaktion**  
Pietro Giarrizzo (V.i.S.d.P.) / gia  
Telefon 0 69 / 42 09 03-79  
Handel/Industrie, Digital Business,  
Bürobedarf u. -technik  
[pietro.giarrizzo@zarbock.de](mailto:pietro.giarrizzo@zarbock.de)



Sabine Baumstark / sab  
Telefon 0 69 / 42 09 03-85  
Schule, Freizeit, Papeterie, Grußkarten  
[sabine.baumstark@zarbock.de](mailto:sabine.baumstark@zarbock.de)



Ann-Katrin Jaeger / jae  
Telefon 0 69 / 42 09 03-58  
Lifestyle, Kreativ- und Hobbysortimente  
[ann-katrin.jaeger@zarbock.de](mailto:ann-katrin.jaeger@zarbock.de)



**Mediaberatung**  
Armin Schaum  
Telefon 0 69 / 42 09 03-55  
[armin.schaum@zarbock.de](mailto:armin.schaum@zarbock.de)



**Anzeigendisposition/Aboservice**  
Daniel Weil  
Telefon 0 69 / 42 09 03-72  
[daniel.weil@zarbock.de](mailto:daniel.weil@zarbock.de)



**Erscheinungsweise:**  
Monatlich. Zusammenlegung einzelner Hefte zu Doppelheften vorbehalten.

**Bezugspreise**  
Einzelheft - außerhalb des Abonnements - 9,- Euro (inkl. MwSt.) zuzüglich Versandkosten. Jahresabonnement 102,- Euro (inkl. MwSt.) inkl. Porto- und Versandkosten. Luftpostgebühren werden gesondert berechnet. Bestellungen: Bei allen Buchhandlungen und bei ZARBOCK MEDIA. Das Abonnement verlängert sich jeweils um ein weiteres Jahr, falls nicht 8 Wochen vor Ende des Bezugsjahres Kündigung erfolgt. Gerichtsstand und Erfüllungsort ist Frankfurt am Main.

**Anzeigenpreislise**  
Nr. 50 vom 1.10.2019/53. Jahrgang

Bei Nichterscheinen infolge Streiks oder Störung durch höhere Gewalt besteht kein Anspruch auf Lieferung. Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in dieser Zeitschrift berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Warenschutzgesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürfen. ISSN-Nr. 0344-726 X



Informationsgemeinschaft  
zur Feststellung der Verbreitung  
von Werbeträgern e.V. (IVW)

Erklärung gemäß § 5 des Hess. Pressegesetzes:  
Zarbock Media GmbH & Co. KG, Sontraer Straße 6,  
60386 Frankfurt am Main

# Termine



14. bis 18. Oktober 2020  
**Buchmesse Special Edition**  
[www.buchmesse.de](http://www.buchmesse.de)

14. bis 16. Oktober 2020  
**InsightsX-Online**  
[www.insights-x.com](http://www.insights-x.com)

16. bis 22. November 2020  
**Big Buyer Digital**  
[www.bigbuyer.info](http://www.bigbuyer.info)

16. bis 18. Januar 2021  
**Nordstil, Hamburg**  
[nordstil.messefrankfurt.com](http://nordstil.messefrankfurt.com)

12. bis 14. Februar 2021  
**Trendset**  
[www.trendset.de](http://www.trendset.de)

2. bis 4. März 2021  
**Paperworld Middle East, Dubai**  
[www.epocmessefrankfurt.ae](http://www.epocmessefrankfurt.ae)

6. bis 8. März 2021  
**ILM Int. Lederwarenmesse, Offenbach**  
[www.ilm-offenbach.de](http://www.ilm-offenbach.de)

17. bis 20. April 2021  
**Int. Consumer Goods Show, Special Edition  
Paperworld, Christmasworld & Ambiente**  
[paperworld.messefrankfurt.com](http://paperworld.messefrankfurt.com)

20. bis 28. April 2021  
**drupa, Düsseldorf**  
[www.drupa.de](http://www.drupa.de)

29. bis 30. April 2021  
**duoSymPos, Berlin**  
[www.duo.de](http://www.duo.de)

6. bis 8. Mai 2021  
**PBS Forum Büroring, St. Wolfgang/A**  
[www.bueroring.de](http://www.bueroring.de)

## Oktober 2020

- Schul- und Schreibtrends 2021
- Beleuchtungskonzepte und Ergonomie
- Coworking, Meeting und Konferenz
- Kreativität und Spiele
- Sicherheit Zuhause und am Arbeitsplatz

**Die nächste Ausgabe des PBS Report  
erscheint am: 23. Oktober 2020  
(Anzeigenschluss 9. Oktober 2020).**

**Aktuelle Termine und Meldungen  
finden Sie auf unserer Internetseite:  
[www.pbsreport.de](http://www.pbsreport.de)**

Erfahren Sie mehr über die Premiumpartner des Handels im Showroom auf  
[www.pbsreport.de](http://www.pbsreport.de)

**MAUL**



**STAEDTLER**



**NAVIGATOR**  
Office Paper Solutions



**LEITZ**



**AMOS**  
*Steupel & Schilder*



**ONLINE**

Germany · since 1991



**schreib  
kultur**  
*LifeStyle*



**FABER-CASTELL**  
since 1761



**Schule OK!**  
Alles für Schüler



**LAMY**

Design. Made in Germany.



**IDEAL**

pure air. pure life.



**Pentel**



**avg** Der  
Grüßkartenverband





FABER-CASTELL  
since 1761



Creative Studio