

pbsreport.de | Januar 2019

pbsreport

magazin für büro & papeterie

14 | Händler des Jahres

Preisverleihung auf
der Paperworld

16 | Soennecken

Wachstum
hält weiter an

24 | Paperworld

Ideen und Trends
hautnah erleben

40 | AVG

Branchenwettbewerb:
„Die Goldene Grußkarte“



Die neue Generation der Whiteboards

Mit großflächigem Breitbildformat hat Leitz Acco Brands unter der Marke Nobo eine neue Generation Whiteboards auf den Markt gebracht. Die Widescreen-Whiteboards mit schlanken Sechs-Millimeter-Rahmen gibt es in drei hochwertigen Oberflächen. **Lesen Sie mehr ab Seite 38.**



IN EINER WELT, IN DER
INNOVATIONEN NEUE
MAßSTÄBE SETZEN,



WÄHLEN SIE NAVIGATOR.

Seien Sie mutig. Und erschaffen Sie Dinge, von denen andere nicht zu träumen wagen. Der Mut, Grenzen zu überschreiten, treibt Ihren Geschäftserfolg an. Auch unser Erfolg bei Navigator als eine der führenden Marken für Premiumpapier beruht auf dieser Einstellung. Entscheiden Sie sich immer für Navigator und gestalten Sie aktiv die Zukunft.

NAVIGATOR. WE KNOW, YOU GROW



EU Ecolabel:
PT/011/002



The mark of
responsible forestry

Alle Navigator-Produkte, mit Ausnahme von 160 g/m², sind mit dem EU Ecolabel ausgezeichnet.



PRODUCED
IN PORTUGAL BY
THE NAVIGATOR
COMPANY



Das PBS Report-Redaktionsteam: Sabine Baumstark, Ann-Katrin Jaeger und Pietro Giarrizzo.

Kompakte Paperworld

Die Paperworld vom 26. bis 29. Januar rückt mit großen Schritten immer näher. In diesem Jahr erwarten uns einige generelle Neuerungen. Die sicherlich auffälligste dabei ist der Umzug der Remanexpo von der Halle 6.0 in die Halle 5.1 – dieser Bereich rückt damit endlich auf die Ebene der Via Mobile. Nicht nur, dass dieser durchaus wichtige Bereich der Paperworld nun direkt an die Hauptlaufwege über das Messegelände angebunden ist, vielmehr sind die Anbieter von wiederaufbereitetem Druckerzubehör für die Besucher nun optimal zu erreichen. Eine Aufwertung eines wichtigen Teilbereichs der Branche, zumal hier gerade heiß über Newbuilt-Kartuschen diskutiert wird, die im hohen Maße mit dem verbotenen toxischen Flammschutzmittel Decabromdiphenylether (DecaBDE) belastet sind. Die Kollegen der „DI – Digital Imaging“ hatten erstmals im September darüber berichtet. Wie wichtig die Präsenz auf einer Leitmesse wie die Paperworld ist, hat Jan-Michael Sieg, CEO der KMP AG, auf den Punkt gebracht: „Wir möchten Präsenz zeigen – und zwar nicht statt, sondern ergänzend zu unseren digitalen Maßnahmen. Letztendlich geht es bei Geschäftsbeziehungen zwischen Lieferanten, Händlern und Kunden immer auch um Vertrauen, welches man am besten in persönlichen Gesprächen aufbauen kann. Auf der Paperworld haben Qualitätshersteller wie wir eine Plattform, um zu argumentieren – wo wir im Internet bei sekundenschnellen Preisvergleichen vielleicht nur auf Platz 2 oder 3 landen würden.“

Im Stationery-Bereich hat sich ebenfalls etwas getan. Die Produktbereiche Schenken, Verpacken und Feiern (mit Papeterie, Grußkarten, Kleinlederwaren, Accessoires, Servietten, Tischdekoration und Designs) ziehen von der Halle 5.1 und 6.1 gemeinsam in die Halle 3.1. Dadurch finden die Fachbesucher alle Lifestyle-Produkte für den Stationery-Handel kompakt auf einer Hallenebene.

Wir wünschen uns, dass Handel und Hersteller die Paperworld sowie Creativeworld verstärkt als Plattform nutzen, um gemeinsam über künftige Strategien im Markt nachzudenken. Die Messe bietet dazu viele Möglichkeiten: Hier nur zwei neue Events, die ins Leben gerufen wurden, sich an sehr unterschiedliche Zielgruppen richten und wichtige Zukunftsthemen beleuchten. Beim Wissensforum „Lernen der Zukunft“ in der Halle 4.0 B20 dreht sich alles um aktuelle und zukunftsweisende Lernkonzepte sowie das lebenslange Lernen. Es gibt Fachvorträge vom 27. bis 29. Januar mit den Schwerpunkten Digitalisierung und Flexibilisierung des Lernens, Gestaltung von attraktiven Lernräumen und Schulen, vernetztes Lernen sowie Lernen International. Zusätzlich wird am Samstag, 26. Januar, eine „Thinkathon“-Challenge veranstaltet. Die zweite Neuheit ist die Präsentation „New Envelope – Verpackung für den E-Commerce“ in der Halle 3.0 C31. Sie wird vom Verband der deutschen Briefumschlag-Industrie erstmals im Rahmen der Paperworld präsentiert.

Besuchen Sie uns an unserem angestammten Platz im Foyer der Halle 4.1, Stand FOY80 (direkt neben der PBS Network/PBS easy). Zunächsts allerdings viel Vergnügen beim Lesen dieser Ausgabe





Januar
2019

20 Zum Vorteil der Mitglieder

Mit einer Satzungsänderung hat sich die Inter-ES neu aufgestellt. Sie wirbt nun aktiv um neue Mitglieder und Marketinggruppen. Wolfgang Möbus, Geschäftsführer der Kooperation, erklärt uns im Interview die Hintergründe und seine Sicht des Marktes.

34 Starke Veränderungskraft

Sigel ist in Aufbruchstimmung und präsentiert die neue strategische Unternehmensausrichtung. Dazu gehören ein neuer Markenauftritt und eine Reihe neuer Produktthemen. Dr. Joachim Roth, Geschäftsführer der Sigel Holding: „Hinter uns liegt eine intensive Zeit, in der wir unser Unternehmen komplett neu ausgerichtet haben.“

Inhalt

Editorial

- 3 Kompakte Paperworld

Szene

- 6 Meldungen aus der PBS-Branche

Handel und Forum

- 14 PBS Report – Händler des Jahres 2019
16 Soennecken – Wachstumstrend hält an
17 Soennecken – Hauptkatalog mit erweiterten Sortimenten
18 ILM Witer Styles – Order und Networking im Fokus
20 Wolfgang Möbus, Inter-ES, im Interview – „Alles zum Vorteil unserer Mitglieder“
24 Paperworld – Ideen und Trends hautnah erleben
26 Paperworld – Antworten für die Bürowelt von morgen
28 Creativeworld – Kreative Trendvielfalt
30 Ambiente – Modernste Technologie macht stationär erfolgreich

Unternehmen und Profile

- 32 PBS Markenindustrie/Produkt des Jahres – Sieben Siegertypen und die Geschichten dahinter
34 Sigel – Starke Veränderungskraft
36 Schwan-Stabilo – Leuchtmarkierer in pastell erobern die Märkte

Titel

- 38 Leitz Acco Brands – Die neue Generation der Whiteboards

Papeterie und Lifestyle

- 40 AVG – Die Goldene Grußkarte 2019
48 Taurus Kunstkarten – Spaß beflügelt die Innovation
50 Komma³ Verlag – Hola, mi nombre es Chica!
51 Perleberg – Lettering with love
52 ABC Glückwunschkartenverlag – WOW-Effekt garantiert
53 Kunst und Bild – Liebe Grüße
54 Airpaq – Von der Schrott-Ideezum Top-Rucksack
55 Meori – Glanz, Plüsch und Gloria
56 Durable – Informationen fixieren
56 Balma, Capoduri & C. – Farbe setzt sich durch
57 Moses Verlag – Leuchtende Schönheiten
58 Folia – Markant und voll im Trend

Schule und Freizeit

- 60 Schwan-Stabilo – Neuheiten für Schule
62 Scout – Stabilität trifft neue Lässigkeit
63 Jüscha – Platz für Neues und Bewährtes
64 Undercover – Angesagte Modelle für Kindergarten und Schule
66 Lifestyle Scout – Trendprodukte im Überblick



80 Soziale Netzwerke unter der Lupe

Die Studie „Social. Smart. Simple – Wie Händler über Social Media, Apps und Delivery-Services die Customer Experience erhöhen“ von ECC Köln und Hermes analysiert Nutzungsfrequenz und Imageprofil der bekanntesten genutzten Social-Media-Kanäle.

Büro und Technik

- 68 HSM – Datenschutztag auf europäischer Ebene
- 70 Leitz Acco Brands – Neue Produktline trägt den Namen „Leitz IQ“
- 72 Fellowes Brands – Baumpflanz-Initiative in Europa gestartet
- 73 Novus Dahle – Lösungen für konzentriertes Arbeiten
- 73 Fellowes – Flexible Sitz-Steh Workstation
- 74 Ideal – Gesund durch die Erkältungszeit
- 75 Maul – Viel Lichtwissen für den qualifizierten Handel
- 76 Bene – Für Individualisten
- 76 Flokk – Sitzlösung für Bürolandschaften
- 77 König + Neurath – Neue Maßstäbe bei Flexibilität und Design
- 77 Koleksiyon – Von Architekten entworfen

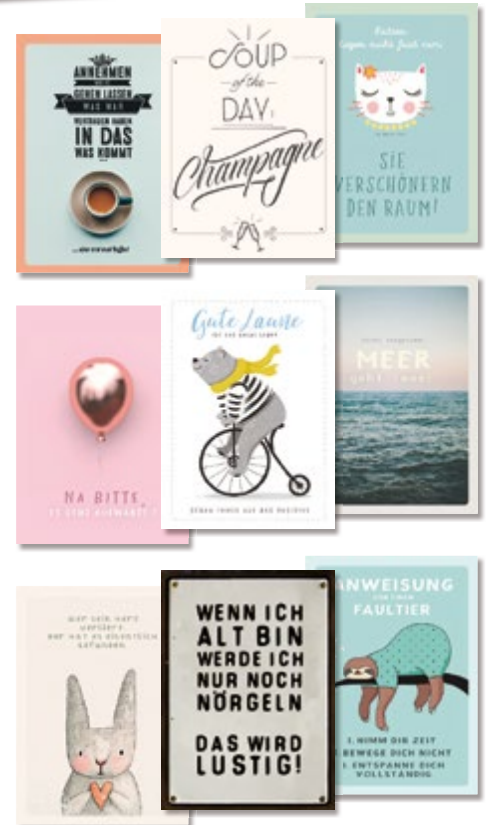
Digital Business

- 78 GG-Image – Lösungen für den POS
- 79 Peach – Joint Venture mit Druckerhersteller
- 80 ECC Köln – Die beliebtesten Sozialen Netzwerke unter der Lupe

Obligatorisches

- 82 Impressum

- FILMELDUNG -
-UPCARDS IN ALLER MÜNDE-
-BALD IN JEDEM HAUSHALT-



AUSKLAPPEN,
AUFSTELLEN
UND FREUEN



Erfahren Sie mehr über die Premiumpartner des Handels im Showroom auf
www.pbsreport.de



Adveo Deutschland

Restrukturierung auf gutem Weg



Sven Pelka, Geschäftsführer Adveo Deutschland

Die Restrukturierung von Adveo Deutschland befindet sich auf einem guten Weg. Wie Adveo-Geschäftsführer Sven Pelka zum Jahresauftakt mitteilte, konnte auch die Verfügbarkeit und damit die Lieferfähigkeit der Waren wieder deutlich verbessert werden. „Wir haben mit einer engagierten Mannschaft unser umfassendes Reorganisationsprogramm konsequent vorangetrieben und unsere operativen Zahlen entwickeln sich positiv. So positiv, dass wir mit mehreren interessierten Investoren verhandeln, wie wir die Zukunft gestalten können“, erklärte Sven Pelka.

Der erfahrene Restrukturierungsexperte und Generalbevollmächtigte Jan Metzner von Elsässer Restrukturierung führt weiter aus: „Unverändert sind wir fest davon überzeugt, dass Adveo Deutschland sanierungsfähig, im Kern ein

gesundes und wettbewerbsfähiges Unternehmen ist. Kunden und Lieferanten unterstützen uns tatkräftig. Nach aktuellem Stand der Restrukturierungsanstrengungen sowie des strukturierten Investorenprozesses erwarten wir, dass der Geschäftsbetrieb nach Eröffnung eines Insolvenzverfahrens Anfang Februar 2019 fortgeführt werden wird.“

Zur Anzahl der interessierten Investoren, deren Modellen zur Fortführung von Adveo Deutschland und dem Stand der Gespräche wollte das Adveo Management wegen jeweils vereinbarter Vertraulichkeit und im Interesse eines erfolgreichen Investorenprozesses derzeit keine weiteren Angaben machen.

Die Geschäftsführung der Adveo Deutschland GmbH hatte Mitte November des vergangenen Jahres beim zuständigen Amtsgericht in Gifhorn Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens in Eigenverwaltung gestellt. Der Antrag war geboten, nachdem die spanische Muttergesellschaft seit Mitte Oktober 2018 einem außergerichtlichen Gläubigerschutz nach spanischem Recht in Form eines Moratoriums zu deren weiteren Sanierung unterstand.

www.adveo.com

Adveo Group

US-Finanzinvestor gibt Angebot ab

Die Adveo-Group hat mit Sandton Capital Partners eine Vereinbarung über den Verkauf von Vermögenswerten und von Tochtergesellschaften – Adveo France, Adveo Italia, Adveo Belgium und Adveo Global Services – in Höhe zwischen 13,3 bis 15,5 Millionen Euro getroffen. In einer Mitteilung an die spanische Börse bestätigte der Großhändler Anfang Januar, dass ein verbindliches Angebot des US-Finanzinvestors Sandton vorliege. Adveo France, Adveo Italy, Adveo Belgium und Adveo Global Services sollen demnach zu einem Kaufpreis von knapp 17,6 Millionen

US-Dollar übernommen werden. Das Angebot umfasst allerdings nicht die Tochtergesellschaften in Spanien, Deutschland und Portugal sowie die weitere internationale Adveo-Gruppe.

Nach Abschluss der Transaktion erhält die Adveo Group International einen Sofortkredit in Höhe von 5,5 Millionen Euro, um die Liquidität zu erhöhen. Ebenso hat sich der Finanzinvestor dazu verpflichtet, die verbleibenden Finanzschulden in Höhe von 150 Millionen Euro zu übernehmen.

www.adveo.com

meori

Die neue meori Home Collection
Wohlfühlrends für zu Hause
und unterwegs



Feiern Sie mit uns 5 Jahre meori!

Wir freuen uns auf Sie:

Paperworld

(Halle 3.1, Stand E04)

Ambiente

(Halle 11.0, Stand H39)

Sigel

Langjährige Mitarbeiter geehrt

Die Sigel GmbH ehrte bereits am 13. November 2018 zahlreiche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die dem Unternehmen über viele Jahre die Treue gehalten haben.

Eine liebe Tradition bei Sigel ist der Ehrenabend, bei dem langjährige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für ihre Treue zum Unternehmen geehrt werden. So wurden auch dieses Jahr zehn Jubilare zu einem feierlichen Abendessen in das Blumenhotel in Rain am Lech eingeladen. Dabei wurden zwei Mitarbeiter für zehn Jahre, fünf Mitarbeiter für 25 Jahre und drei Mitarbeiter für 40 Jahre bei Sigel ausgezeichnet. Zusammen macht das 265 Dienstjahre im Unternehmen. Au-

ßerdem wurden drei Kollegen in den wohlverdienten Ruhestand verabschiedet.

„Wir sind sehr stolz, viele langjährige und erfahrene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in unserem Unternehmen zu haben“, sagt Geschäftsführer Dr. Joachim Roth. „Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit bei Sigel liegt aktuell bei 19 Jahren. Das finde ich überdurchschnittlich und außergewöhnlich.“ Und Daniel Petrasch, Leiter Finanzen, Personal, Einkauf, ergänzt: „Ich denke, die langjährige Betriebszugehörigkeit und die hohe Loyalität sprechen für unsere Unternehmenskultur bei Sigel.“

www.sigel.de



(v.l.): Die Sigel Jubilare: Alfred Wanner, Alfred Mayr, Gertraud Naumann, Manfred Seitz, Michael Wirkner, Christian Redl, Wolfgang Eberle, Dr. Joachim Roth (Geschäftsführer Sigel Holding und Sigel GmbH), Daniel Petrasch (Leitung Personal, Finanzen, Einkauf).

Krug + Priester

Arbeitsjubilare ausgezeichnet

Die Würdigung langjähriger Betriebsangehöriger hat beim Balingener Unternehmen Krug + Priester schon eine sehr lange Tradition. Die Geschäftsführung hatte zur Ehrung der Arbeitsjubilare des Jahres 2018 in die Business- und Event-Location Cubus in Balingen eingeladen. Beachtliche 320 Arbeitsjahre können die Jubilare des Jahres 2018 beim Balingener Unternehmen Krug + Priester gemeinsam vorweisen. Die beiden Geschäftsführer Dr. Ralf Krohn (Abb. unten ganz links) und Daniel Priester (ganz rechts) nahmen die Ehrung der Jubilare vor. In einer feierlichen Abendveranstaltung konnten drei Mitarbeiter für ihre Unternehmensehre von 40 Jahren und acht Mitarbeiter für 25-jährige Betriebszugehörigkeit geehrt werden.

In ihrer Laudatio gewährten die beiden Geschäftsführer Daniel Priester und Dr. Ralf Krohn Rückblicke auf

die wirtschaftlichen Begebenheiten sowie geschichtlichen Ereignisse der Eintrittsjahre der Jubilare. Gleichmaßen ließen sie die Leistungen von Mitarbeitern und Unternehmen Revue passieren.

„Eine außergewöhnlich lange und vor aber auch erfolgreiche Zeit, in der Sie die positive Entwicklung unserer Firma maßgeblich unterstützt und zum Erreichen unserer guten Marktstellung entscheidend beigetragen haben. Für das Geleistete möchten wir Ihnen unseren aufrichtigen Dank und unsere herzliche Gratulation aussprechen.“ Für viele Mitarbeiter begann der Werdegang bei dem schwäbischen Hersteller von Aktenvernichtern, Schneidemaschinen, Luftreinigern und Komponenten mit einem Ausbildungsplatz und entwickelt sich nicht selten zu einer Lebensstellung.

www.krug-priester.com





Nedac
Dirk Hanke
verlässt Horn

Hahnemühle Fineart
Wechsel in der
Geschäftsführung

Nach zehn Jahren als Geschäftsführer der Hahnemühle Fineart GmbH ging Friedrich Nebel zum 14. Dezember 2018 in den Ruhestand. Sein Nachfolger ist Jan Wölfle, bislang in leitenden Funktionen in Marketing, Vertrieb, Service bei HP Inc. in Europa und global tätig. Er wurde von den Gesellschaftern der Hahnemühle Fineart GmbH zum Geschäftsführer bestellt.

Nebel hat die Unternehmensgruppe in den Jahren seiner Tätigkeit erfolgreich konsolidiert und die Hahnemühle bei gleichzeitig kontinuierlichem Umsatz- und Ertragswachstum auf deren Kernkompetenzen in den Geschäftsbereichen Digital Fineart, Traditional Fineart und Filtration fokussiert.

Wölfle will das 1584 gegründete Traditionsunternehmen kontinuierlich weiterentwickeln und optimal für die Chancen der Digitalen Transformation positionieren.

www.hahnemuehle.com

Nach über zehn Jahren bei der Marke Horn verlässt der Vertriebsleiter Dirk Hanke die Nedac GmbH zum 31. Januar. Hanke war als Prokurist über acht Jahre für die gesamten Vertriebsaktivitäten bei der Albert Horn Söhne GmbH und maßgeblich für den Ausbau des LEH-Geschäftes und die erfolgreiche Belieferung neuer Vertriebskanäle verantwortlich.

Nach der Schließung der eigenen Produktion und der Übernahme des Vertriebes der Albert Horn Söhne GmbH durch die holländische Nedac Sorbo Mascot-Gruppe zum 1. Juli 2018 begleitete er die erfolgreiche Integration der Nachfolgefirma Nedac GmbH in die Nedac Sorbo Mascot-Gruppe. Zuvor war Dirk Hanke nach über zehn Jahren als Vertriebsleiter bei der Schreyer GmbH mehrere Jahre als International Sales Director bei der Kunert AG beschäftigt. Dirk Hanke verlässt die Nedac GmbH auf eigenen Wunsch.

www.nedac.com



Athesia Kalenderverlag
Lamber wurde
Geschäftsführerin

Paulette Lamber, 39, wird mit Wirkung zum 1. Januar 2019 zur Geschäftsführerin der Athesia Kalenderverlag GmbH in Unterhaching bestellt. Sie verantwortet zusammen mit Jürgen Horbach, 65, dem bisherigen Alleingeschäftsführer, die Geschäfte des Athesia Kalenderverlags. Horbach wird noch weitere drei Jahre Geschäftsführer des Athesia Kalenderverlags bleiben.

Paulette Lamber ist nach beruflichen Anfängen in der Werbung seit 2010 beim Athesia Kalenderverlag (damals noch KV&H Verlag), wo sie insbesondere das internationale Lizenzgeschäft zur Marktführerschaft brachte. Seit drei Jahren ist sie als Geschäftsleitungsmitglied für die Programme aller Marken, Harenberg, Heye, Weingarten und seit 2018 auch Eiland, die Lizenzen und den Bereich Puzzle verantwortlich. Damit sind beim Athesia Kalenderverlag schon frühzeitig personelle Weichen für die Zukunft gestellt.

www.athesia-kalender.de



EDITION GOLLONG

GLÜCKWUNSCHKARTEN POSTKARTEN



Finalist 2019
 des avg Grußkartenpreises



gaëlle boissonnard
 collection

GELBKARIERT Handlettering 2019



Schneider Schreibgeräte

Slider auf Werbetour

Bis Mitte November waren die Linienbusse im Schneider-Look zu sehen. Insgesamt waren sie drei Monate lang in Darmstadt, Dresden, Essen, Freiburg, Hannover, Karlsruhe, Kassel, Köln und Münster unterwegs. In den letzten Jahren ließ sich Schneider immer wieder originelle Kampagnen einfallen, um die beliebtesten Stifte, die durch ihr außergewöhnlich weiches und gleitendes Schreibgefühl überzeugen, zu präsentieren. Instagram-Nutzer wurden durch einen Hinweis auf dem Bus zur Teilnahme an einem attraktiven Gewinnspiel animiert. Unter dem Hashtag #schneiderbus konnten auf der Social-Media-Plattform Instagram, Bilder vom Schneider-Bus gepostet werden. Unter allen Posts verlost Schneider 3 x 500 Euro. Für die originellsten Bilder wurden zusätzlich 30 Slider-Überraschungspakete vergeben. Zahlreiche bunte Bus-Bilder wurden so in den letzten drei Monaten in den sozialen Netzwerken geteilt und gepostet und können bei Instagram unter #schneiderbus eingesehen werden.

www.schneiderpen.com

PBS Deutschland

Neue App erleichtert Inventur

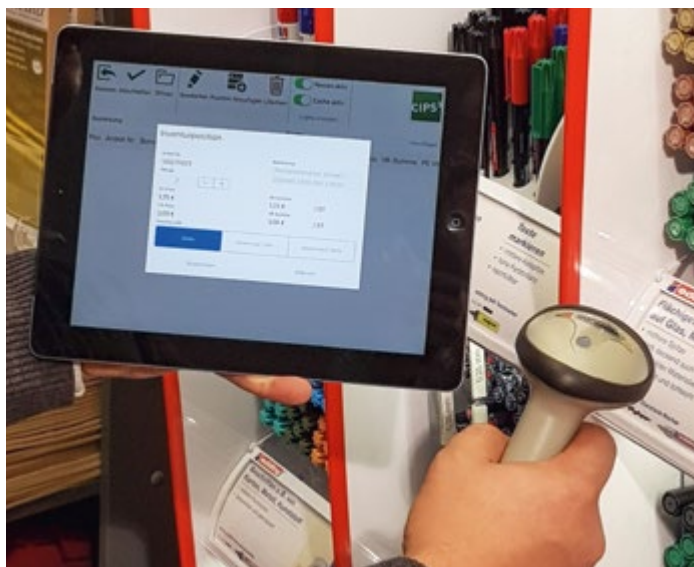
Die unter Mitwirkung von Fachhändlern entwickelte mobile Inventur-App des Systemgroßhändlers PBS Deutschland ermöglicht eine schnellere Durchführung der Stichtagsinventur.

Seit einem Jahr hat sich die Inventur-App in der Praxis bewährt. Dahinter steht die Erfahrung von über 30 Fachhändlern, die mit weniger Personalaufwand viel Zeit und Kosten gespart haben. Durch den mobilen Erfassungsprozess werden einige Inventur-Schritte ersetzt wie die handschriftliche Erfassung der Warenbestände, die Eintragung der Warenbestände in Zähllisten sowie die manuelle Datenübertragung in das Warenwirtschaftssystem.

Mit dem Wegfall manueller Inventur-Schritte entfallen gleichzeitig mögliche Fehlerquellen.

Zur Durchführung der mobilen Inventur benötigt der Fachhändler keine teuren MDE-Geräte. Die Inventur-App von PBS Deutschland läuft auf allen gängigen Tablet-Plattformen (iOS, Android, Windows 10). Soweit der Fachhändler schon ein Tablet besitzt, entfallen jegliche Investitionskosten für die Hardware. Die Software in Form der Inventur-App stellt PBS Deutschland seinen CIPS-Systempartnern ohne Zusatzkosten zur Verfügung.

www.pbsdeutschland.de



Legamaster

Neuer Katalog sofort verfügbar

Neue Produkte, griffigeres Papier und ein frisches Design – dem Katalog für klassische, visuelle Kommunikationsprodukte der Legamaster GmbH wurde ein neues Look and Feel verpasst. Auf über 120 Seiten bietet der Katalog einen kompletten Überblick über das klassische Legamaster Produktsortiment. Neu dabei sind die XL-Whiteboards der Space-up Serie, mit denen ganze Wände als Schreib- und Magnetfläche genutzt werden können.

Außerdem enthalten sind weitere Produktneuheiten, wie die Emoticon-Magnete für agiles Projektmanagement und die Moderationswand Premium in der Trendfarbe Anthrazit. Bestehende Legamaster Fachhändler erhalten ihren Katalog in den nächsten Tagen automatisch per Post. Einzelne Exemplare können mit einer E-Mail an info@legamaster.de angefordert werden.

www.legamaster.de



Messe Frankfurt

Historischer Umsatz

Die Messe Frankfurt ist im Geschäftsjahr 2018 weiter gewachsen. In Summe ergeben sich bei den relevanten Kenngrößen neue Bestmarken – ein Beleg für die sehr dynamischen und innovationsgetriebenen Aktivitäten der Unternehmensgruppe. Beim Umsatz erwartet die Messe Frankfurt rund 715 Millionen Euro. Zu den mehr als 490 weltweiten Veranstaltungen unter dem Dach des Unternehmens kamen annähernd 102.000 Aussteller sowie rund 4,5 Millionen Besucher.

Erfreut über diese hervorragenden Kennziffern zeigte sich Peter Feldmann, Aufsichtsratsvorsitzender der Messe Frankfurt und Oberbürgermeister der Stadt Frankfurt. „Als Mehrheitsgesellschafter sind wir stolz, ein Unternehmen wie die Messe Frankfurt

in unserem Beteiligungsportfolio zu haben.“ Schon immer habe die historisch enge Verbindung der Stadt Frankfurt und der Messe Frankfurt die beiderseitige Entwicklung beflügelt, nicht zuletzt durch die wirtschaftlichen Effekte, die die Veranstaltungen in Frankfurt und in der Region auslösen. Am Standort Frankfurt wurden 2018 mit rund 385 Millionen Euro rund 54 Prozent des Gesamtumsatzes erzielt. „Allein in Deutschland hat die Messe Frankfurt annähernd 424 Millionen Euro erwirtschaftet. Dies ist ein neuer Rekord und entspricht in etwa dem Umsatz, den die nächstgrößeren deutschen Wettbewerber in der Vergangenheit als Gesamtumsatz generiert haben“, hob Feldmann hervor.

www.messefrankfurt.com

Bitkom

Bezahlen mit dem Smartphone

Bitkom erwartet mit dem Start von Apple Pay einen Schub für mobiles Bezahlen. Bereits heute gibt es zahlreiche Angebote von Tech-Unternehmen, Banken, Sparkassen und Startup. Die Mehrheit der Bundesbürger erwartet einen Durchbruch für das elektronische Bezahlen in den kommenden Jahren. Bereits heute geht nur noch jeder fünfte Bundesbürger (21 Prozent) davon aus, dass auch in 20 Jahren hierzulande Bargeld noch das dominierende Zahlungsmittel sein wird. Jeder Dritte (35 Prozent) glaubt dagegen, dass es damit bereits spätestens in zehn Jahren vorbei ist. „Nach Google Pay sind mit dem Start von Apple Pay in Deutschland zwei internationale Player für das mobile Bezahlen auch im deutschen

Markt aktiv“, sagt Julian Grigo, Bereichsleiter Digital Banking und Financial Services beim Digitalverband Bitkom. Daneben gibt es auch bei Sparkassen und Banken eigene Initiativen. Nach einer Bitkom-Umfrage sagen drei von fünf Smartphone-Nutzern (59 Prozent), dass sie ihren Einkauf nie mit dem Smartphone bezahlen. Während in Nachbarländern wie Dänemark das Bezahlen mit dem Smartphone schon seit Jahren weit verbreitet ist, sind viele Bundesbürger noch zurückhaltend. Bitkom setzt sich für eine gesetzlich garantierte Wahlfreiheit der Kunden an der Kasse ein. „Wir wollen, dass man überall mindestens eine gängige elektronische Bezahlmöglichkeit nutzen kann.“

www.bitkom.org



**STABILO®
EASYbuddy**

Jetzt in
3 neuen
Farben



**STABILO®
EASYbirdy**



**STABILO EASY
Schulfüller
ALLER ANFANG IST LEICHT.**

HDE

Ausbildungsberuf übertrifft Erwartungen

Im neu geschaffenen Ausbildungsberuf Kauffrau/Kaufmann im E-Commerce wurden für das Ausbildungsjahr 2018/2019 knapp 1 400 Verträge abgeschlossen. Damit wurden die Erwartungen deutlich übertroffen, der Handelsverband Deutschland (HDE) ging bislang von an die 1 000 Auszubildenden aus.

„Die hohe Zahl an Vertragsabschlüssen übertrifft alle Prognosen. Das macht deutlich, wie groß der Bedarf der Unternehmen ist. Die Einführung des Ausbildungsberufs Kaufleute im E-Commerce ist eine Erfolgsgeschichte für den Handel“, sagt HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth. Viele Verträge wurden auch noch nach dem Stichtag 30. September abgeschlossen. Teilweise wurden auch bereits geschlossene Ausbildungsverträge für andere Berufe auf den neuen und vermutlich für den Betrieb passgenaueren Ausbildungsberuf umgeschrieben.

Die Zukunft des neuen Berufs sieht Genth dementsprechend positiv: „Das Interesse an dem neuen Beruf wächst stetig. Der Kaufmann im E-Commerce könnte schon in wenigen Jahren zu den Top-20-Ausbildungsberufen zählen.“ An der Einführung des neuen Berufs war der HDE federführend beteiligt und hat ihn bundesweit in über 90 Informationsveranstaltungen interessierten Unternehmensvertretern, Lehrkräften und Berufsberatern vorgestellt. In dem neugeschaffenen Kaufmann im E-Commerce sieht der HDE das Potenzial, viele neue Nachwuchskräfte für den Einzelhandel zu begeistern. Denn der Kaufmann im E-Commerce ist ein moderner und digitaler Beruf. „Die Digitalisierung im Einzelhandel stellt neue Anforderungen an das Personal. Mit dem Kaufmann im E-Commerce werden die Auszubildenden systematisch für eine Karriere im Online-Handel qualifiziert“, erklärt Genth weiter.

www.einzelhandel.de



Andreas Meyer und
Dr. Florian Langenscheidt (v.l.)

Avery Zweckform

Marke des Jahrhunderts

Der Büroproduktehersteller Avery Zweckform ist zum dritten Mal in Folge als „Marke des Jahrhunderts“ ausgezeichnet worden und gehört damit weiterhin zu den besten Marken Deutschlands. Ausgewählt wurden die „Ikonen der deutschen Wirtschaft, die Standards auf ihrem Gebiet gesetzt haben“, erklärt Verleger Dr. Florian Langenscheidt.

Im Palais Frankfurt überreichte Dr. Florian Langenscheidt im Namen der „Deutschen Standards“-Jury am 14. November 2018 die begehrte Auszeichnung an Andreas Meyer, Marketing Director Avery Zweckform.

Prämiert wurde insbesondere das Avery Zweckform Etikett – „ein Evergreen, der von seinem Erfinder Avery Zweckform kontinuierlich weiterentwickelt wird und dessen Einsatzbereiche extrem vielseitig sind“, so die Zusammenfassung der Deutschen Standards. Avery Zweckform übernehme ei-

ne Pionier-Rolle und schaffe es, dank seiner hohen Innovationsfrequenz „die Traditionsmarke als Leuchtturm für den Konsumenten relevant und lebendig zu halten“.

„Wir sind stolz, dass wir den Hat-trick geschafft haben und erneut zur Ersten Liga der deutschen Markenhersteller gehören“, freut sich Andreas Meyer. „Und wir bleiben auch weiterhin unserem Anspruch treu, den Klassiker Etiketten immer wieder neu zu erfinden – mit innovativen Technologien, Anwendungsfeatures und höchsten Qualitätsstandards.“ So bringt der Hersteller aktuell eine Etiketten-Weltneuheit auf den Markt und katapultiert die Etiketten damit in die dritte Dimension. Ausgestattet mit einer revolutionären, zum Patent angemeldeten 3D-Technologie laufen die neuen Etikettenbögen absolut gerade und staufrei durch den Drucker.

www.avery-zweckform.com

Edding

Colour Happy Big Box gewinnt Award

Ausgezeichnet: Die Colour Happy Big Box von edding wurde als „Winner“ mit dem renommierten German Design Award 2019 in der Kategorie Packaging ausgezeichnet.

Die Colour Happy Big Box hat die Jury überzeugt. Das Set enthält alles, was anspruchsvolle Mal-Enthusiasten zum Handlettering, Malen und Zeichnen benötigen: eine Auswahl aus 69 perfekt aufeinander abgestimmten Stifttypen mit unterschiedlichsten Spitzen, Farben und Strichbreiten, darunter ein Pastellstift und ein Colour-Mixer, der bis zu 190 Farbverläufe ermöglicht. Die innovative Box überzeugt mit moderner Optik und

überrascht mit ihren inneren Werten. Unter der farbenfrohen Banderole kommt die schlichtgehaltene, dezent weiße Schachtel aus festem Karton zum Vorschein und präsentiert ihr umfangreiches Innenleben: Sie bietet die volle Übersicht, reicht den Stift, der gerade gebraucht wird und hält Ordnung auf kompaktem Raum.

„Wie sich die Box mit den vier Fächern wie eine Blüte öffnet und die Stifte zur Entnahme anbietet, macht Spaß und inspiriert zum Ausprobieren. Die grafischen Muster machen das Design der Box noch lebendiger“, so die Jurybegründung.

www.edding.de



EHRlich.
GUT.
GELUNGEN.

milan[®]



InterES

Handels- und Dienstleistungs GmbH & Co. KG

WIR. VERBESSERN. ERTRÄGE.

Jetzt Mitglied werden

... beim Einkaufs- und Marketingverband für alle erfolgreichen PBS-Unternehmen, die ihren Ertrag verbessern wollen!

Umfangreiche Lieferanten-Vereinbarungen

Zentrale Einkaufsbündelung

Mitarbeit in Fachgruppen

Kataloge, Prospekte, Monatsangebote, Werbeflyer

Zentraler Informationsdienst

Vertriebsunterstützendes, zielgruppenorientiertes Marketing

Eigenmarke milan[®] für mehr Alleinstellung & wachsende Kundenbindung

Zentralregulierung mit Delkreder-Haftung

Erfahrungsaustausch mit Kollegen

Portal-Lösung der eigenen Umsatzentwicklung im Vergleich zur Gruppe

Beleglose Rechnungsbearbeitung mit testierter Archivierung

► WIR. VERBESSERN. ERTRÄGE.

Nutzen Sie unsere Leistungsbausteine zu Ihrem Vorteil!

► Minimaler Invest – maximale Rendite.

Besuchen Sie uns auf der
paperworld Halle 3.0 Stand B56A



metropolregion nürnberg
KOMMEN. STAUNEN. BLEIBEN.

Zögern Sie nicht, mit uns Kontakt aufzunehmen – wir sind für Sie da!

InterES Handels- und Dienstleistungs GmbH & Co. KG · Edisonstr. 15 · 90431 Nürnberg · ☎ 0911/61 30 42 · www.inter-es.de

Herzlich Willkommen zur
Preisverleihung„Händler des Jahres 2018“
Gewählt von der Leser-Jury des PBS Reportpbs
magazin für büro & privat

Von rechts: Michael Samardjiev und Lisa Marquardt – „Händler des Jahres 2018“ sowie Pietro Giarrizzo und Ann-Katrin Jaeger bei der Preisverleihung im vergangenen Jahr auf der Paperworld.

Händler des Jahres 2019

Unsere Leser-Jury wählte inzwischen zum siebten Mal in Folge aus unserer Kandidatenliste den diesjährigen Gewinner „Händler des Jahres“. Die Auszeichnung wird wieder anlässlich der Paperworld in Frankfurt feierlich verliehen.

Am Sonntag, dem 27. Januar, ist es wieder soweit. Dann wird auf der Leitmesse Paperworld, der in der PBS-Branche begehrte Preis „Händler des Jahres“ verliehen. Initiator dieser Auszeichnung der PBS Report. Der Preis wurde aus der Taufe gehoben, um den Fachhandel, der nach wie vor eine wichtige Säule der PBS-Branche bildet, wieder stärker in den Fokus zu rücken. Unsere Leser wurden wie immer dazu aufgefordert, in einer Online-Abstimmung Anfang Januar ihren persönlichen Favoriten für den Preis „Händler des Jahres 2019“ zu bestimmen.

Nominiert waren alle PBS-Händler, die im vergangenen Jahr bereits zum „Händler des Monats“ durch die Veröffentlichung im Heft gekürt wurden. Zu den entscheidenden Abstimmungskriterien zählen das innovative Auftreten des Unternehmens am Markt, eine ausgeprägte Kundenorientierung und ein nachhaltiges, unternehmerisches Handeln.

Im vergangenen Jahr konnte den Pokal das Fachhandelsgeschäft Papiri in Ober-Ramstadt, Stadtteil Modau, mit nach Hause nehmen. Michael Samardjiev und Lisa Marquardt – „Händler des Jahres 2018“

haben beide zum Wohle der Familie und ihrer Kinder ihre Berufe aufgegeben und ein Schreibwarenfachgeschäft übernommen. Michael Samardjiev führte lange Jahre einen Gastronomiebetrieb und Lisa Marquardt arbeitete in der Modebranche. Als Seiteneinsteiger eignete sich das junge Fachhandelspaar schnell entsprechendes Wissen an.

Der Gewinner der Auszeichnung „Fachhändler des Jahres 2018“ hat bei der Online-Abstimmung wieder deutlich gezeigt, dass das Internet und die Sozialen Medien auch beim Fachhandel



HÄNDLER DES JAHRES

Die Leser wählten im vergangenen Jahr Papiri auf Platz 1 – wer „Händler des Jahres 2019“ wird, geben wir am 27. Januar auf der Paperworld in Frankfurt, 3.0 Händler-Areal, ab 15 Uhr, bekannt.

längst angekommen sind. Auf den zweiten Platz schaffte es das Fachgeschäft Dodt Buch und Papier in Bisingen sowie auf Platz drei die Buchhandlung Taube in Marbach.

Wer in diesem Jahr das Rennen macht, entscheidet sich am 21. Januar. Dann wird unsere Leserjury bereits zum siebten Male in Folge per Online-Votum darüber abgestimmt haben, wer „Händler des Jahres“ wird.

Die Abstimmung erfolgte wie schon in den vergangenen Jahren im Internet auf www.pbsreport.de.

Dort wurden alle Kandidaten noch einmal ausführlich präsentiert: Fritz Schimpf in Tübingen, Viehausen in Erkelenz, Guthmann Bürobedarf in Gelnhausen, Cordula Fanger in Frankfurt, Papier Fischer in Ettlingen, Papier pur in Speyer, Breuninger Lieblingsdinge in Künzelsau und Office52 aus Schwerte. Auch in dieser Runde gingen PBS-Händler aller Kategorien an den Start. Der Titel „Fachhändler des Jahres 2019“ wird anlässlich der Paperworld in Frankfurt verliehen (27. Januar, Halle 3.0, B56, Händler-Areal, ab 15 Uhr).

www.pbsreport.de





18. Lieferantentag in Overath

Wachstumstrend hält an

Mit hervorragenden Zahlen präsentierte sich die Soennecken eG am Lieferantentag. Bis Ende Oktober konnte der Gesamtumsatz um 6,8 Prozent gesteigert werden. Bei LogServe (plus 17,5 Prozent) liegt die Genossenschaft weit über dem Plan.

Das gute Ergebnis bei LogServe sei insbesondere auf gestiegene Umsätze der bestehenden Mitglieder zurückzuführen. „Wir erreichen unseren Umsatz durch sorgfältige, solide Arbeit“, sagte Vorstandssprecher Dr. Benedikt Erdmann. „Unsere Händler können sich auf unsere Qualität und Termintreue verlassen“.

Großen Anteil an den guten Ergebnissen hat auch der Sortimentsausbau in den vergangenen Jahren. „Dieser ist Teil unserer langjährigen Strategie, dem Büro-kunden eine Rundum-Versorgung zu ermöglichen, betonte Vorstand Dr. Rainer Barth. Die logistische Performance bleibt dabei unverän-

dert ausgezeichnet, trotz sich ändernder Auftragsstruktur und logistischem Aufwand. So stehen 42 Prozent mehr Umsatz über die vergangenen vier Jahre 70 Prozent mehr Pakete gegenüber.

Um komplexe Lösungen geht es auch im Bereich Einrichtung. In diesem will Soennecken zukünftig noch aktiver als Dienstleister im Hintergrund auftreten. Dabei dreht sich alles um die Frage, wie die Menschen heute und in Zukunft arbeiten. „Wir müssen wissen, was den Kunden bewegt“, sagte Torsten Buchholz, dessen Geschäftsbereich Büroeinrichtung mit knapp zehn Prozent Umsatzplus wächst. Mit arbeitsteiligen Netzwerken sollen auch komplexe Aufträge gemeinsam mit den Händlern umgesetzt werden können. „Wir sehen uns dabei als Dirigent, der orchestriert und zusammenbringt“, sagte Buchholz.

Das Büro der Zukunft konnten die Teilnehmer des Lieferantentages hautnah im neuen WorkLab erleben. Mit Aussagen wie „Das ist ja mal was ganz anderes“ oder „So macht Arbeiten Spaß!“ honorierten sie Konzept und Umsetzung



für eine neue Arbeits- und Kommunikationskultur.

Überzeugt hat auch das Konzept für Ortloff. Hier stieg nicht nur der Umsatz, sondern auch die Kundenzahl. „Ortloff ist erfolgreich durch eine konsequente aktive online und offline-Verzahnung – diese Vorgehensweise werden wir weiter ausbauen“, sagte Margit Becker, Geschäftsfeldleiterin Einzelhandel.

Der Lieferantentag ist 2018 sozusagen volljährig geworden. Zum 18. Mal trafen sich die Industrievertreter bei Soennecken. „2001 war der Grund eine wirtschaftliche Schiefelage der Genossenschaft“, erinnerte Benedikt Erdmann. „Heute ist die Soennecken einer der wenigen verlässlichen Anker am Markt.“

www.soennecken.de

„Großen Anteil an den guten Ergebnissen hat auch der Sortimentsausbau“, sagte Vorstand Dr. Rainer Barth (l.), Dr. Benedikt Erdmann.

Soennecken-Vorstandssprecher Dr. Benedikt Erdmann



Soennecken eG

Hauptkatalog mit erweiterten Sortimenten

Im nunmehr zweiten Jahr bringt die Soennecken eG für sich und ihre Mitglieder ihren Hauptkatalog unter dem Titel „BÜRO Inspiration“ heraus. Er ist der Nachfolger des langjährigen „BüroBests“ und wurde auch für die Auflage 2019 wieder um neue starke Sortimentsbereiche erweitert. Das Nachschlagewerk rund um den Bedarf im Büro umfasst ein Artikelspektrum von 18.500 Produkten, das auf 1.044 Seiten präsentiert wird.

Im Fokus des Ausbaus standen in diesem Jahr insbesondere die drei Sortimentsbereiche Catering & Food, Hygiene & Reinigung sowie der Technikbereich. Damit trägt die Soennecken eG den Bedürfnissen der Menschen rund um den Büroalltag Rechnung. „Um dabei den Nerv der Zeit zu treffen, basieren die ausgewählten Artikelgruppen auf detaillierten Marktanalysen“, berichtet Jens Melzer, Bereichsleiter LogServe und Prokurist bei der Soennecken.

Da die neuen Sortimentsbereiche besondere Anforderungen an die Verpreisung stellen, wurden die Artikelgruppen intensiv in Zusammenarbeit mit den Sortimentsberatern der Soennecken bearbeitet. „Wir sind stolz, mit den jüngsten Sortimentserweiterungen und ihrer Präsentation im Hauptkatalog 2019 einen weiteren entscheidenden Schritt in Richtung Komplettversor-

ger rund um's Büro für uns und die Mitglieder gemacht zu haben“, sagt Jens Melzer. „Wir gehen damit dem Markt voraus und haben die Antwort auf die neuen Bedürfnisse im Büro schon parat, wenn der Wunsch beim Endkunden entsteht.“

Die Soennecken verzeichnen auch in diesem Jahr wieder Umsatzwachstum, das weit über dem Marktwachstum liegt, was nicht zuletzt auch auf die strategische Ausrichtung als Komplettversorger zurückzuführen sei. Das Handling dieses Umsatz- und Artikelwachstums werde insbesondere durch die neue Multifunktionshalle möglich, die Soennecken im Herbst dieses Jahres in Betrieb genommen hat. Der zweite Lagerstandort in Melsdorf nahe Kiel werde diese Entwicklungen weiter unterstützen.

„Der Austausch mit den Händlern ermöglicht uns neue Einblicke und bringt den Händlern Impulse für Ihre tägliche Arbeit“, erklärt Kai Holtkamp, Geschäftsfeldleiter Strecken- und Systemhandel. „Zudem lernen wir dadurch, welche zusätzlichen Leistungen die Händler zukünftig von ihrer Genossenschaft benötigen. Wir nutzen damit den ureigenen Gedanken der Genossenschaft, dass die Gemeinschaft einfach mehr schaffen kann als jeder alleine.“

www.soennecken.de



ILM

INTERNATIONAL
LEATHER GOODS FAIR
OFFENBACH

THE PLACE FOR NEW TRENDS

WINTER STYLES 2019
FEBRUARY 16 – 18

SUMMER STYLES 2019
SEPTEMBER 7 – 9

WWW.ILM-OFFENBACH.DE



Eindrücke von der ILM (oben).

Order und Networking stehen im Fokus

Die Internationale Lederwarenmesse öffnet vom 16. bis 18. Februar in Offenbach ihre Tore und damit drei Wochen früher als gewohnt. Zur ILM Winterstyles 2019 werden Besucher aus mehr als 50 Ländern erwartet. Die Messe wächst international weiter.

Vom 16. bis 18. Februar findet in Offenbach die ILM Winter Styles 2019 statt. Damit beginnt die Internationale Lederwarenmesse drei Wochen früher als gewohnt. Der frühe Termin wurde bewusst gewählt. Geschäftsführer Arnd Hinrich Kappe setzt damit Signale in Richtung Internationalität: „Wir erwarten zur ILM Winter Styles zahlreiche Besucher aus mehr als 50 Ländern aus den Kategorien Leder, Schuh und Textil und wollen für alle Besucher der

ILM optimale Bedingungen schaffen.“

Der Termin der ILM wurde in enger Abstimmung mit den für die Branche wichtigen Messen im In- und Ausland festgelegt. Kappe betont: „Durch die enge Anbindung an die international bedeutende Schuhmesse Micam ermöglichen wir es den Einkäufern aus Übersee ihre Reise nach Europa wirtschaftlich und Zeit sparend zu planen.“ Zwischen dem Ende der Micam und

dem Start der ILM in Offenbach liegen nur zwei Tage.

Auf der ILM Winter Styles werden rund 300 Aussteller aus über 25 Ländern ihre Kollektionen für Herbst/Winter 2019/20 präsentieren. Auch zur kommenden Messe sind die Hallen mit rund 13.000 Quadratmetern Fläche komplett belegt. Der internationale Mix an Taschen, Accessoires und Reisegepäck macht den Erfolg der ILM aus. Neue, spannende Labels werden



in Offenbach ebenso vertreten sein wie langjährige Aussteller mit namhaften Marken und international begehrte Lifestyle Brands.

Die ILM ist vor allem eine Arbeits- und Orderplattform. Darüber hinaus schätzen Händler und Aussteller das attraktive Rahmenprogramm. Neben den täglich stattfindenden Trendvorträgen und Modeschauen steht in Offenbach das Thema Networking im Fokus. Die Chill out Party am Samstag Abend wird zur kommenden Ausgabe um ein „Get-together“ am Sonntag Abend ergänzt. Im Eingangsbereich der Messe können dann Aussteller und Besucher bei einem „Feierabend Drink“ sich persönlich nach einem erfolgreichen Messetag austauschen.

Die täglichen Öffnungszeiten für die Fachbesucher sind von 9 bis 18 Uhr. Die beliebte „Chill out“- Party wird am Samstag, 16. Februar, ab 18 Uhr, im Event Center ausgerichtet. Der Fashion Forecast Summer FS 2020 steht am Sonntag, 17. Februar, ab 10 Uhr, Event Center, auf der Agenda. Das „Get-together“ beginnt am Sonntag, 17. Februar, ab 17 Uhr im Eingangsbereich. Die täglichen Trendvorträge und Modeschauen („Bag World“ und „Travel World“) finden im Event Center statt. Der Messekatalog kann etwa zwei Wochen vor Messebeginn bestellt werden.

www.ilm-offenbach.de

JÜSCHA®

EST. 1978



ALUMAXX
JSA
ALASSIO
PRIDE & SOUL
MIKA
LIGHTPAK
BIND

2019

BUSINESS STYLE
OFFICE ORGANISATION

Ringbuchmappen
Terminplaner
Taschen
Koffer
Lederwaren

paperworld 2019

**NEUER
STANDPLATZ**

3.0 B 90

„Alles zum Vorteil unserer Mitglieder“

Mit einer Satzungsänderung hat sich die Inter-ES kürzlich neu aufgestellt. Sie wirbt nun aktiv um neue Mitglieder und Marketinggruppen. Wolfgang Möbus, Geschäftsführer der Kooperation, erklärt uns die Hintergründe und seine Sicht des Marktes.

Herr Möbus, gerade hat für Sie das fünfte Jahr als Geschäftsführer der Inter-ES begonnen. „Schaffa, schpara ond’s Sach zammahalta“ (Arbeiten, sparen und alles zusammenhalten) – welche dieser drei Kardinaltugenden haben Sie als Schwabe mit nach Nürnberg genommen?

Möbus: Als echter Schwabe hat man diese Ur-Tugenden immer in sich, egal wo man sich im Moment aufhält. Im Übrigen lautet dieses Schwaben-Merkmal richtig „schaffa, schpara, Häusle bauh ond net nach de Mädle schauh“. Hat man dies alles irgendwann weitgehend hinter sich, dann heißt es: „zammahalte! Hasch vershdanda?“

„isch agkomma!“ Aber wer Sie kennt, weiß auch, dass Sie nicht als Verwalter der Inter-ES aggetreten sind. Sie haben vielmehr – im Interesse der Gesellschafter – die PBS-Branche etwas „aufgemischt“. Was ist von der „alten“ Inter-ES übrig geblieben und wie steht sie heute da?

Möbus Nach den ersten Lieferantengesprächen war mir sehr schnell klar, dass ich die Inter-ES zunächst einmal wieder bekannt machen und deren Leistungen publizieren muss, denn die meisten Marktteilnehmer wussten zu diesem Zeitpunkt nicht mehr, für was die Inter-ES heute steht und welche Dienstleistungen für die unterschiedlichsten Mitgliederinteressen von uns angeboten werden. Dadurch ging das Interesse mit der Inter-ES zu reden, von Seiten unserer Lieferanten und Vertragspart-



Wolfgang Möbus,
Inter-ES-Geschäftsführer.

ner vielfach verloren. Mein Wirken ist inzwischen bei den relevanten Marktteilnehmern angekommen und die Inter-ES wird zumindest wieder beachtet, vielfach sogar auch wieder berücksichtigt – und das ist gut so.

Übrig geblieben von der „alten“ Inter-ES ist unsere sehr schlanke, effiziente und kostenbewusste Organisation zum Vorteil unserer Mitglieder, die als unsere Gesellschafter, bei minimalem Invest, aus unserer Zentralregulierung und den weiteren Dienstleistungen wie z.B. beim gemeinsamen, konzentrierten Einkauf und mit dem Einsatz unserer Zielgruppen orientierten Marketingmaßnahmen, daraus

eine maximale Rendite für ihre eigenen Unternehmen erzielen können. Und auch das ist gut so.

Wir stehen heute sehr gesund, leistungsstark und selbstbewusst da, offen für alle erfolgsorientierten PBS-Unternehmen, die unsere Leistungen annehmen und damit ihren eigenen Ertrag verbessern wollen.

Welche Tendenzen und Chancen haben Sie am PBS-Horizont ausgemacht, die für die Entwicklung im Strecken- und im stationären Handel von Bedeutung sind?

Möbus Die dynamisch laufenden Veränderungen in unserem PBS-

Markt erfordern vom Handel neben engagiertem und qualifiziertem Personal, nicht nur laufende Anpassungen, Optimierungen und neue Sortimente, sondern auch den dafür notwendigen Ertrag. Die inzwischen ständig verfügbare Preistransparenz im Netz verschärft den Margendruck immens und bringt den Streckenhandel wie auch den stationären Handel mit seiner Kalkulation in große Bedrängnis.

Der Handel wird sich zu entscheiden haben, welchen Weg er zukünftig für sich und sein Unternehmen gehen will, um allen Anforderungen gerecht werden zu können.

Die einen werden sich immer mehr selbst aufgeben (müssen), in dem sie ihre eigene Organisation mitsamt ihrer Logistik auf ein Minimum reduzieren und sich damit zwangsläufig in die Hände ihrer Genossenschaft begeben und irgendwann – immer austauschbar – zum reinen Katalogverkäufer und Provisionsempfänger werden.

Die anderen werden versuchen ihre Selbständigkeit aufrecht zu erhalten und unabhängig von irgendwann übermächtigen Einrichtungen bleiben, damit eben auch frei in ihren Entscheidungen. Diese freien und selbständigen Händler benötigen dann aus unserer Sicht einen Zentralregulierer wie die Inter-ES, mit den bestmöglichen Lieferanten-Konditionen und den geringsten eigenen Beiträgen für diese Dienstleistung.

Diese Händler haben doch keinerlei Interesse die Prachtbauten samt Top-Organisationen darin und die damit verbundene Hightech-Logistik für andere Marktteilnehmer und ggfls. auch für die eigenen Wettbewerber mit zu finanzieren und zu bezahlen. Diese Unternehmer sind aus unserer Sicht bei der Inter-ES bestens aufgehoben und herzlich willkommen.

Chancen wird es immer geben, für den stationären Handel wie auch für den Streckenhandel. Zukünftig entscheidend wird sein, die aktuellen Anforderungen zu erkennen und die dafür notwendigen Veränderungen, Anpassungen, Optimierungen, Sortimentsveränderungen, usw. auch umzusetzen. Die Handelslandschaft wird nicht aussterben, sie wird sich nur anhaltend und mit zunehmender Geschwindigkeit verändern! Alte Sprichwörter bewahrheiten sich ja immer wieder neu, darum gilt auch hier und heute noch „Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit!“

Kürzlich haben Sie mit folgendem Satz im Markt für Aufmerksamkeit gesorgt: „Die Zeit ist reif für einen Spurwechsel ... für alle erfolgreichen PBS-Unternehmen, die ihren Ertrag verbessern wollen!“ Das klingt sehr nach Mitgliederwerbung – was steckt genau dahinter?

Möbus Genau das tun wir damit auch. Das haben Sie und auch andere inzwischen ganz richtig erkannt. Das freut uns natürlich, wenn unsere Bemühungen auch am Markt ankommen. Die Notwendigkeit des Handelns für den Handel, für sein eigenes Tun Entscheidungen zu treffen, vor allem auch den Weg jetzt zu bereiten, den er zukünftig gehen will, diese Notwendigkeit ist heute mehr den je vorhanden, ja sogar greifbar nah geworden. Jeder Händler muss heute entscheiden, wo er zukünftig mit seinem Unternehmen stehen will. Morgen kann und wird es vielfach schon zu spät zum Handeln sein, dann werden andere für ihn entscheiden und handeln. Ich sage das ganz bewusst so, weil ich weiß, dass der eine oder andere Marktteilnehmer heute gerne entscheiden und handeln würde, ihm aber (noch) der Mut dazu fehlt und er auch Angst vor eventuellen Veränderungen in seinem gewohnten Betriebsablauf hat.

Office Supplies & Hardware

Alle namhaften Marken

Lieferung weltweit



Rufen Sie uns an:

+49 (0) 40 547 11 313

www.axro.de

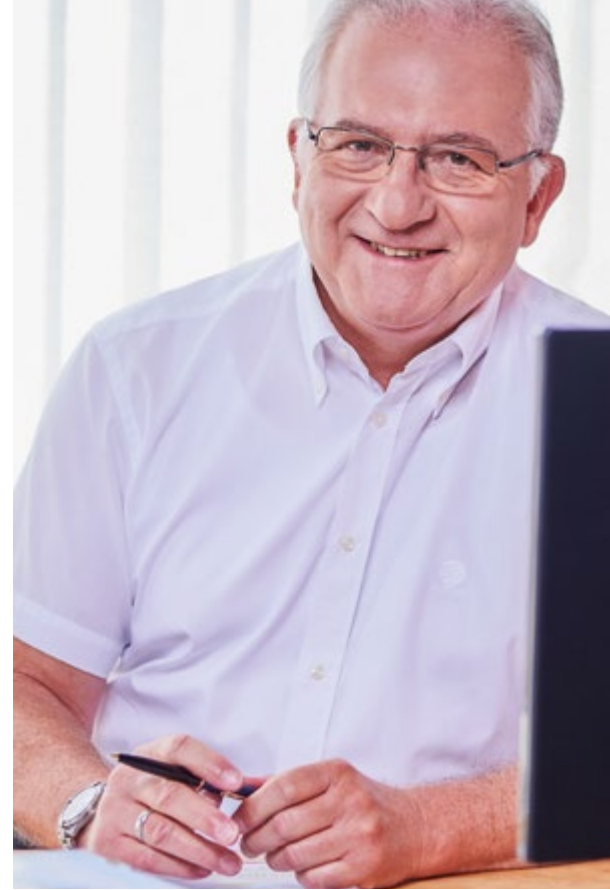
Ein Unternehmer sollte, besser „muss“ aber diese Entscheidungen treffen, nicht unterlassen, denn die Veränderungsgeschwindigkeiten von außen sind heute meist größer als die von innen. Dann ist es nur noch eine Frage der Zeit, bis das stehen gebliebene Unternehmen vom Markt verschwunden sein wird.

Sie betonen immer, wie schlagkräftig und dienstleistungsorientiert die Inter-ES ist. Wie steht es mit den Angeboten und den Leistungsbausteinen? Werden diese von den Gesellschaftern angenommen?

Möbus: Unsere Dienstleistungsangebote richten sich immer und ausschließlich nach den Bedürfnissen und Wünschen unserer Gesell-

schafter. Wir sind für unsere Gesellschafter da, nicht umgekehrt. Zugegeben, mit der Annahme dieser Angebote durch unsere Gesellschafter sind wir nicht immer so ganz glücklich. Hier gibt es noch reichlich Luft nach oben. Leider finden hier immer noch zu viele Einzelentscheidungen statt, die vermeintlich zum besseren eigenen Ergebnis führen, dann aber nicht der Gemeinschaft dienlich sind und damit auch die erwartete Gruppenleistung schwächen.

Hier geben wir aber nicht auf, weiter für gemeinsame Lösungen zu kämpfen, um dadurch für alle Mitglieder gemeinsame Ertragsvorteile zu erreichen und zu sichern. Das ist doch auch der eigentliche Sinn einer Gemeinschaft.



Wolfgang Möbus: Die Milan-Schulkiste ist seit Jahren eine sehr beliebte Zugabe des Fachhandels an die „Erstklässler“. Damit schafft sich der Handel neue, junge Freunde mit einer starken Kundenbindung für sein Ladengeschäft.



Damit wir uns hierbei aber nicht länger „aufreiben“, haben wir erst vor kurzem unsere Satzung geändert und alle unsere Dienstleistungen zu Angeboten umfunktioniert, die angenommen werden können, aber nicht müssen.

Somit entscheiden unsere Gesellschafter nun selbst, welche Dienstleistungen es zukünftig von der Zentrale noch geben kann und welche nicht. Was nicht genommen wird, muss auch nicht mehr angeboten werden.

So einfach ist das. Zwei echte Verpflichtungen für die Inter-ES-Mitglieder sind geblieben, das ist die Teilnahme an der Zentralregulierung (ZR) und an der jährlichen Gesellschafterversammlung. Punkt. Genau diese Satzungsänderung soll aber auch eventuelle Hürden nehmen, für alle die zur Inter-ES kommen und im Wesentlichen nur an der ZR teilnehmen wollen. Das haben wir damit auch sehr „aufnahmefreundlich“ geregelt.

Wie hat sich die Eigenmarke Milan nach dem Relaunch entwickelt und welchen Stellenwert hat sie beim Endverbraucher?

Möbus: In Summe haben wir mit unseren Milan-Produkten über die letzten drei Jahre hinweg stabile Umsätze erreicht, damit kann man in einem rückläufigen Markt der klassischen PBS-Verkaufsstellen eigentlich ganz zufrieden sein.

Wir sind es aber nicht, gerne würden wir auch hier noch etwas zulegen und mehr Präsenz am Markt erreichen. Primär setzen unsere Gesellschafter und deren Fachhändler weiter auf die großen PBS-Marken. Milan sehen wir als eine qualitativ sehr gute, aber auch preiswerte Zweitmarke im Handel. Wir sind der Meinung, dass sich der Handel damit beim Konsumenten profilieren kann, wenn er durch-

gängig Qualität anbietet und auf „billig“ verzichtet.

Manche Dinge ändern sich allerdings nie, wie beispielsweise die Schulkiste. Was ist daran so aufregend und spannend, dass dieses Marketinginstrument seit vielen Jahren fast unverändert zum Schulanfang von der Inter-ES angeboten wird?

Möbus: Die Milan-Schulkiste ist seit Jahren eine sehr beliebte Zugabe des Fachhandels an die „Erstklässler“. Damit schafft sich der Handel neue, junge Freunde mit einer starken Kundenbindung für sein Ladengeschäft.

Das kommt auch nach vielen Jahren noch sehr gut an, weil diese Kiste nicht nur mit tollen Utensilien, gesponsert von unseren PBS-Markenartikellieferanten, gefüllt ist, sondern auch im täglichen Gebrauch in der Schule als Aufbewahrungsbox Verwendung findet. Nachdem wir eher wieder leicht steigende Schülerzahlen haben, wird sich diese Sonderleistung an und für unsere Fachhändler auch weiterhin gut bewähren. Die Milan-Schulkiste wird auch in den kommenden Jahren weiter von uns angeboten werden.

Wer mit Ihnen ins Gespräch kommen möchte, wo bietet sich dazu eine Gelegenheit?

Möbus: Ich freue mich über jede neue Kontaktaufnahme mit uns, der Inter-ES. Sehr gerne stehe ich allen Interessierten für ein Informationsgespräch zur Verfügung. Unsere Telefonnummer lautet 0911/613042. Und meine persönliche E-Mail-Adresse lautet „wmoebus@inter-es.de“. Darüber hinaus sind wir vom 26. bis 29. Januar 2019 auf der Paperworld in Frankfurt vertreten und zwar auf dem Handelsareal in Halle 3.0, B56A. Auch dort steht unser Angebot „Wir verbessern Erträge!“

www.inter-es.de



EULZER DRUCK

Hermann-Schumann-Str.1
D-16761 Hennigsdorf

E-Mail: info@eulzer.de
Internet: www.eulzer.de



Ideen und Trends hautnah erleben

Deutsche und internationale Aussteller mit Produkten rund um den privaten Papier- und Schreibwarenbedarf präsentieren vom 26. bis 29. Januar auf der Paperworld ihre neuen Ideen, Designs und Lifestyle-Sortimente für die kommende Saison.

Im Stationery-Bereich ziehen in diesem Jahr die Produktgruppen Schenken, Verpacken und Feiern (mit Papeterie, Grußkarten, Kleinleiderwaren, Accessoires, Servietten, Tischdekoration und Designs) von der Halle 5.1 und 6.1 gemeinsam in die Halle 3.1. Die neue Produktzusammenstellung eröffnet sowohl den Ausstellern als auch den Besuchern viele Vorteile: Die Aussteller können sich in ihrem Marktfeld mit ihren Mitbewerbern positionieren und erhalten einen leichteren Zugang zu zusätzlichen Einkäufergruppen. Gleichzeitig sehen die Fachbesucher, welche Sortimentserweiterungen sich für ihre Businessfelder anbieten und können Kontakte zu den Herstellern knüpfen.

In der Halle 3.1 stellen Grußkartenverlage wie Hallmark Cards und UK-Greetings sowie Anbieter von Geschenkartikeln und Grußkarten wie bsb-obpacher, Depesche und Becker & Becker Vertrieb (bekannt als Grafik Werkstatt) aus. Wieder mit dabei ist Paper + Design mit Tischdekorationen.

Hersteller wie zum Beispiel Francesco Brizzolari, Saul Sadoch und Zöllner-Wiethoff präsentieren ihre Geschenkverpackungen. Außerdem ist auf dieser Hallenebene der Leuchtturm Albenverlag mit Organisationsmitteln, Kalendern und Notizbüchern präsent. Daneben zeigen Artoz Papier und Rössler Papier Papierwaren. Caran d'Ache, Online Schreibgeräte und

Kaweco H&M Gutberlet stellen ihre Schreibgeräte vor.

Paperworld Trends in Halle 3.1

Die Halle 3.1 bietet zusätzlich mit verschiedenen Sonderschauen zukunftsweisende Trendanregungen für die Fachbesucher. Ein besonderes Highlight sind die „Paperworld Trends“, die 2019 in der Halle 3.1 F10 ein neues Zuhause finden. In dem Areal werden zwei Stationery-Trends und ein Office-Trend für die Saison 2019/20 vorgestellt.

Die Halle 4.0 wird gegliedert in die beiden Bereiche Schreibgeräte und Schulbedarf. Gabol, Lyc Sac, Sportandem und Uitgevrij Lannoo, Zipit zeigen alles für den Schulbe-



Die Halle 3.1 bietet mit verschiedenen Sonderschauen zukunftsweisende Trendanregungen für die Fachbesucher.

darf. Neu in der Halle 4.0 ist 2019 die Sonderpräsentation zum Thema „Lernen der Zukunft“ (4.0 B20). Dort dreht sich alles um aktuelle und zukunftsweisende Lernkonzepte sowie das lebenslange Lernen. Inhaltliche Schwerpunkte des Vortragsprogramms vom 27. bis 29. Januar sind Digitalisierung und Flexibilisierung des Lernens, die Gestaltung von attraktiven Lernräumen und Schulen sowie vernetztes Lernen. Zusätzlich gibt es am Samstag, 26. Januar, eine Thinkathon-Challenge.

Die Hallen 1.1, 1.2 und Forum 0 sind für Aussteller mit Produkten rund um Papier, Bürobedarf und Schreibwaren für Volumeneinkäufer (International Sourcing) reserviert. Mit dabei sind D.H.A. Siamwalla Ltd., Eagle – Tung Yung International, Flair Writing Industries Private Ltd, Soni Polymeres und Wenzhou Aihao Pen Trade Co. Ltd.

paperworld.messefrankfurt.com

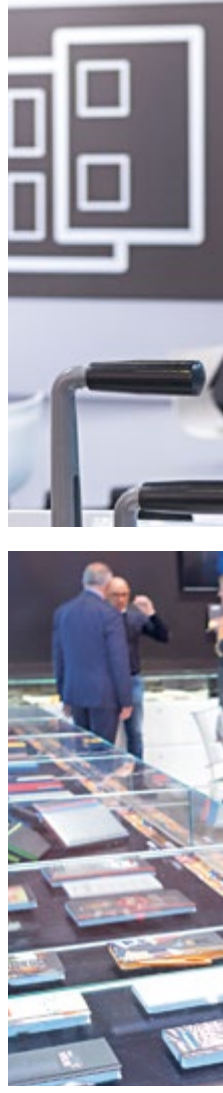
Timeless. 



548. ZEITLOSE TRADITION.

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

 **ZENITH®**
 VERLIEBT IN QUALITÄT SEIT 1924.
www.zenith.it



Antworten für die Bürowelt von morgen

Auf der internationalen Fachmesse Paperworld zeigen vom 26. bis 29. Januar weltweit führende Hersteller und innovative Start-ups, was die Zukunft für das moderne Büro und den privaten Papier- und Schreibwarenbedarf bereit hält.

Die sieben Hallenebenen sind unterteilt in die Bereiche „the visionary office“ und „the stationery trends“. Der Bereich „visionary office“ zeigt Produktsegmente, die den Arbeitsplatz von morgen zu einem visionären Büro machen. Diese weltweit einmalige Auswahl an Bürogeräten und -ausstattung, Organisations- und Präsentationsmitteln sowie Büropapieren, Schreib- und Zeichengeräten, EDV- und Druckerzubehör sowie wiederaufbereiteten Druckermaterialien wird mit einem hochkarätigen Rahmenprogramm ergänzt.

Für das kommende Jahr gibt es ein paar kleinere Anpassungen im Office-Bereich: So zieht der Bereich Remanexpo von der Halle 6.0 in die Halle 5.1 und ist damit direkt an die Hauptachse Via Mobile und die Besucherwege angebunden.

Auch die Paperworld Trends bekommen 2019 einen anderen Standort: Sie haben in der Halle 3.1 F10 ein neues Zuhause gefunden. In dem Areal werden zwei Stationery-Trends und ein Office-Trend für die Saison 2019/20 vorgestellt. Im Auftrag der Messe Frankfurt greifen die Designer des Stilbüros „boraherke.palmisano“ Strömungen aus Mode, Architektur und Kunst auf und adaptieren sie auf die PBS-Produktwelt. Es werden zusätzlich Führungen mit Vorträgen angeboten.

Office Bereich in den Hallen 3.0, 4.0 und 5.1

In der Halle 3.0 im Produktbereich Bürobedarf zeigen u.a. Exacompta-Clairefontaine, Herma, HSM, Krug & Priester (Ideal), Olympia und Veloflex ihre Produktpalette. Ebenfalls wieder mit eigenem Stand dabei sind:

Durable, Holtz Office Support, Jakob Maul, Novus Dahle, Pelikan, Schneider Schreibgeräte, Sigel, Tesa und Trodat.

Neu in 2019 ist die Präsentation New Envelope – Verpackung für den E-Commerce in der Halle 3.0 C31. Der vom Verband der deutschen Briefumschlag-Industrie e.V. (VDBF) erstmals im Rahmen der Paperworld präsentierte Themenpark E-Commerce im Versandhandel ist ein Marktplatz für Internethandel, Verpackungs- und Postdienstleister sowie Betreiber der entsprechenden Handelsplattformen. Auf der Ausstellungsfläche werden verschiedene Verpackungslösungen für den Versand von E-Commerce-Artikeln gezeigt. Zudem finden Fachvorträge mit dem Themen-



Die ganze Welt des gewerblichen Bürobedarfs: Hier werden alle Produktsegmente ausgestellt, die den Arbeitsplatz von morgen zu einem visionären Büro machen.

schwerpunkt „E-Commerce clever verpackt“ statt.

Highlight Büro der Zukunft

In der Halle 3.0 dreht sich beim Rahmenprogramm wieder alles um das „Büro der Zukunft“. Diesmal hat die Sonderschau mit Vortragsprogramm und Ausstellungsfläche den Schwerpunkt „Flexibilität“. Mit diesem Fokus beleuchtet die Paperworld erneut ein aktuelles Zukunfts- und Branchenthema im Office-Bereich. „Flexible Büroraumgestaltung, Zonenkonzepte, Clean Desk und Mobile Devices sind Antworten auf flexible Arbeitsanforderungen. Deshalb investieren Unternehmen auch verstärkt in neue Konzepte und Büroausstattung sowie mobile Endgeräte. Wie das am Arbeitsplatz umgesetzt werden kann, zeigt das „Büro der Zukunft“, sagt Michael Reichhold, Leiter der Paperworld.

Es geht sowohl um flexible Arbeitszeiten und mobile Arbeitsorte als auch um flexible Einrichtung in modernen Bürolandschaften – wie etwa Räumen für individuelles und konzentriertes Arbeiten, Ruhezeiten, Meetingräume und Bereiche für den sozialen Austausch.

„Die Sonderschau zeichnet sich durch eine enge räumliche Verzahnung von Ausstellungsflächen, Kommunikationszonen und Vortragsbereich aus“, sagt Architekt André Schmidt vom Architekturbüro Matter in Berlin, Kurator der Sonderpräsentation.

Zur kommenden Paperworld werden im „Büro der Zukunft“ wieder Fachreferenten zu den aktuellen Themen rund um das moderne Büro sprechen. Das ausführliche Programm gibt es im Eventkalender unter paperworld.messefrankfurt.com

UNDER
COVER

UN
STOPP
ABLE



Die neue Schulrucksack-Marke

Für jede Challenge
gerüstet!

Innenfutter aus
100% recycelten
PET-Flaschen



NEOXX



Kreative Trendvielfalt

Was gibt es Neues auf dem DIY-Markt? Welche Themen liefern dem Handel neue Perspektiven und wie können topaktuelle Trends präsentiert werden? Diese und zahlreiche weitere Fragen werden auf der Creativeworld beantwortet.

Vom 26. bis 29. Januar trifft sich die weltweite Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarfsbranche auf der Creativeworld. Mehr als 360 Aussteller aus 44 Ländern zeigen den nationalen und internationalen Fachbesuchern ihre Produktneuheiten. Diese präsentieren sie in zahlreichen Workshops an ihren Ständen oder direkt auf der großen Bühne, dem Creativeworld Forum. Vier Tage lang wird gezeigt, was das kreative Herz begehrt: Es wird gebastelt, gemalt, geschneidert, Schmuck designt,

verpackt und mit Kollegen diskutiert. Außerdem werden die innovativsten Produkte prämiert und die neuesten Trends gezeigt. Mit zwei neuen Sonderschauen zum Thema Street Art werden dem stationären Handel neue Perspektiven in Bezug auf Einkaufserlebnisse aufgezeigt. „Die Creativeworld lebt von ihrem abwechslungsreichen Event-Programm, das wir gemeinsam mit unseren Ausstellern entwickelt haben. Die Besucher wollen die neuesten Produkte und aktuellen Trends nicht nur sehen, sondern erleben und testen und sich über branchenrelevante Themen austauschen“, sagt Michael Reichhold, Leiter Creativeworld bei der Messe Frankfurt Exhibition GmbH.

Ein großes Thema sind derzeit die Herausforderungen des Einzelhandels. Der stationäre Handel steht in direkter Konkurrenz zu einer wachsenden Anzahl an Online-Händlern. So liegt es am Handel, dem Kunden

konzeptionelle Einkaufserlebnisse und kompetente Beratung zu bieten. Hier zeigt die Creativeworld mit dem Thema Street Art zahlreiche Perspektiven, denn: Street Art liegt im Trend und spricht eine breite Zielgruppe an, die von Teenagern über Graffiti Künstler bis hin zu Senioren reicht. Somit eignet sich Street Art ideal für die Integration in den klassischen Fine Art- und Kreativ-Einzelhandel.

Mit dem „Fachhandelskonzept 4.0 - Upgrade your store“ (Halle 4.2, Stand C13) wird den Fachbesuchern Street Art und Graffiti nahe gebracht und es werden neue Impulse für die Sortimentsgestaltung vermittelt. Anhand eines Fachgeschäfts mit dem klassischen Hobby- und Kreativ-Sortiment wird gezeigt, wie Street Art Displays ihren Platz innerhalb des bestehenden Sortiments finden. In der Sonderschau wird der Besucher durch Führungen an die Hand genom-

Die Creativeworld hat sich zum Marktplatz der Branche entwickelt.



Michael Reichhold, Leiter Creativeworld bei der Messe Frankfurt Exhibition GmbH.



men und kann im persönlichen Gespräch Fragen klären sowie wichtige Tipps mitnehmen. Innerhalb des Areals wird darüber hinaus der Umgang mit den Materialien gezeigt, um direkt vor Ort Barrieren abzubauen. Unterstützt wird die Creativworld bei der Sonderschau von der Feuerstein GmbH mit der Eigenmarke Molotow. Jürgen Feuerstein, CEO Feuerstein GmbH, sagt: „Als Unternehmer muss man offen für Veränderungen und Trends sein. Sie machen neue Chancen erst möglich. Dazu gehören auch die Weiterentwicklung der Mitarbeiter und das Verlassen der eigenen Komfortzone - hin zum professionellen Fachhandel, weg vom Konzept eines Großverteilers.“

Wertvolle Synergien für die Creativworld-Einkäufer bieten die parallel stattfindenden Messen Paperworld und die Christmasworld. Denn die Themen DIY, Dekorieren, Schenken, Schreiben und Basteln rücken im Handel und letztendlich auch beim Endverbraucher immer näher zusammen. So bringt das Messtrio zusätzliche Geschäftsimpulse und Kontakte

creativeworld.messefrankfurt.com



Machen Sie nicht den gleichen Fehler! Vernichten statt wegwerfen.

Unsere HSM Aktenvernichter unterstützen Sie bei der Einhaltung der neuen Datenschutz-Grundverordnung – kurz DSGVO.

www.hsm.eu/datenschutz

HSM GmbH + Co. KG · 88699 Frickingen / Germany
Hotline 00800 44 77 77 66 · info@hsm.eu

HSM®

Great Products, Great People.



Modernste Technologie macht stationär erfolgreich

Die Ambiente vom 8. bis 12. Februar zeigt im Rahmen der Sonderpräsentation „Point of Experience“ wie Einkaufen in der Zukunft funktioniert.

Längst erwarten Kunden in den Geschäften mehr als Produkte und deren Präsentationen. Analog und digital sollen im Sinne des Kundenservice Hand in Hand gehen. Die Ambiente in Frankfurt zeigt, wie das Einkaufen der Zukunft funktioniert.

Die Sonderpräsentation „Point of Experience“, die vom Design- und Realisierungsbüro Gruschwitz GmbH und der Consulting Agentur Waketo GmbH kuratiert wird, stellt im Foyer der Halle 4.1 die Customer Journey der Zukunft erlebnisorientiert dar. Anschaulich und praxisnah inszeniert sie ein vollständiges Ladenkonzept – zum Anfassen und Ausprobieren. Sie zeigt, wie sich Einzelhändler erfolgreich gegenüber Mitbewerbern aus dem Internet positionieren können, indem sie auf Multi-Channel setzen und diesen leben. Im Vordergrund steht die Individualisierung und Beratung der Kunden und wird digital neu gedacht. Aufgebaut wie ein Marktplatz zeigt die Sonderpräsentation wie Augmented Reality, Barcode-Scanning und Touch Module den stationären Handel erweitern können und damit Kunden auf emotionaler Ebene begeistern. Der neue Customizer individualisiert und stellt gesamte Produktwelten für den jeweiligen Kundentyp zusammen. Ein Highlight ist der „Thinking Hub“, in dem

es Workshops und Vorträge zu den einzelnen Themen gibt.

„In unserer Denkweise möchten wir nicht unnötig digitalisieren, sondern nur dann Digitale Tools und Digitale Erweiterungen verwenden, wenn dem Kunden dadurch ein Mehrwert generiert wird – sozusagen ein weiterer Nutzen. Der Verbraucher wird auch in Zu-

kunft das Bedürfnis haben etwas anzufassen und eine Haptik zu spüren, möchte jedoch auch die grenzenlose Vielfalt und das perfekte Produkt zur richtigen Zeit haben. Genau diese Punkte nutzen wir beispielsweise um ein Produkt zu individualisieren in einem Zusammenspiel von Haptik und Digital“, erklärt Nikolai Gruschwitz, Geschäftsführer Waketo GmbH. Dafür





konzipiert das Münchner Traditionsunternehmen zum zweiten Mal die Ambiente-Sonderausstellung „Point of Experience“ als Zusammenspiel von on- und offline.

Neu gedacht

Der Shop in Shop-Gedanke wird an den Touch Tables neu gedacht: Produkte lassen sich im Geschäft haptisch fühlen und Produktwelten durch NFC Tagging gleichzeitig auf einem Tablet entdecken. Durch das Scannen eines Barcodes wird an der Wall of Emotions ein Video aktiviert, das dem Kunden Informationen über das gewählte Produkt hinaus liefert. So gibt es beispielsweise beim Scannen einer Flasche Wein eine Empfehlung durch einen Sommelier oder beim Scannen einer Pflanze spannende Tipps zum Kochen.

Der Customizer arbeitet mit der RFID-Technologie. Dabei geht es nicht darum ein einzelnes Produkt auszuwählen, sondern ein ganzes Gedeck zusammenzustellen. Durch das Wählen verschiedener Produkte kann man so die Basis seines Tischgedeckes aussuchen. Individualisieren lässt es sich durch bestimmte Materialien, Muster, Farben oder Strukturen.

Bei der Station Augmented Living zeigt der Point of Experience wie man beispielsweise einen real gedeckten Tisch durch weitere digitale Utensilien ausschmückt und dekoriert. Hierbei kann der Kunde die Produkte vor dem Kauf direkt bei sich vor Ort über sein Tablet testen und ansehen. Die Ambiente findet vom 8. bis 12. Februar in Frankfurt statt.

ambiente.messefrankfurt.com

BESUCHEN SIE UNS AUF DER **paperworld**

**HALLE 3.0
STAND A70**



www.zettler.de

ZETTLER KALENDER



Die Juroren „Produkt des Jahres 2019“ aus Management, Fachhandel, Design und Fachmagazinen. Veranstalter ist der Verband der PBS-Markenindustrie,

Sieben Siegertypen und die Geschichten dahinter

Nach einem strengen Auswahlverfahren wurden im Rahmen der Jurysitzung „Produkt des Jahres“ sieben Produktpersönlichkeiten für die Saison 2019 nach herausragender Gebrauchstauglichkeit, Verarbeitungsqualität und Design ausgewählt.

Nach Überzeugung der Juroren beschreiben die Siegerprodukte die Veränderungen der bisherigen Vorstellungen von Leben und Arbeiten. Die ausgezeichneten Papier-, Büro- und Schreibwaren-Artikel stehen für eine zukunftsweisende Bürowelt mit Wohlgefühl-Charakter, weil sie jeweils die Menschen und weniger die ausgereiften technologischen Innovationen in den Vordergrund stellen.

Die Juroren aus Management, Fachhandel, Design und Fachmagazinen fanden in der Kategorie „Gewerblicher Bürobedarf“ einen klaren Sieger mit komfortablem Bedienkonzept für Gesundheit, Leistungsfähigkeit und Wohlbefinden. Ähnlich in der Kategorie „small office home office“: Hier fallen zwar auch Funktion und Einsatzmöglichkeiten besonders positiv auf, im Vordergrund steht aber die willkommene und unkomplizierte Lösung für den Anwender. Beim „Schul- und Privatbedarf“ war Jury-

Sprecherin Christine Schmidhuber, Bundesverband Sekretariat und Büromanagement, von der Verbindung zwischen neuester Technologie und ansprechender Farbgestaltung begeistert.

Als Sieger in der Kategorie „Designpreis“ kürte die Jury gleich zwei Produkte, beides ideale Begleiter mit Charme und Einzigartigkeit, die aktuelle Trends vereinen. Das eine wird von dem jungen Start-up mit „aufregendem Design“ beschrieben, das einen klaren und offensichtlichen Bezug zu den verarbeiteten Materialien schafft. Das andere, auch von einem Start-up „beim Bier“ entwickelt, vereint Höchstleistung mit anspruchsvollem Design, was auch Juror Niklas Webelhaus, Designer aus Düsseldorf, bescheinigt.

„Inspirationen für unsere Kundinnen und Kunden“, verspricht sich Jurorin Birgit Brauch, Fachhändlerin in Lünen, nicht zuletzt auch von den Preisträgern im Bereich „Nach-

haltigkeit“ des Wettbewerbs. Die Jury vergab auch hier den Preis zweimal. Unverwechselbar und aus revolutionärem Naturmaterial gefertigt ist die preisgekrönte Serie eines Traditionsunternehmens, das dem Produkt besondere Sinneseindrücke verleiht. Dies gelingt auch einer anderen Kollektion eines zweiten Traditionsunternehmens durch eine ebenso rundum natürliche Materialauswahl, hier aber durch eine besondere Haptik.

Der Veranstalter des jährlichen Wettbewerbs „Produkte des Jahres“ ist der Verband der PBS-Markenindustrie, Düsseldorf. Er lädt alle beteiligten Herstellerfirmen und Interessenten zur Preisverleihungsveranstaltung am ersten Tag der Branchenmesse Paperworld nach Frankfurt am Main ein, und zwar für den Samstag, 26. Januar 2019, um 17 Uhr auf die Eventfläche „Büro der Zukunft“. Dort werden die „Produkte des Jahres 2019“ erstmals bekannt gegeben.

www.pbs-markenindustrie.de

Lieblingspapiere

Zum Dekorieren und Verpacken



Lieblingspapiere
im Format 50 x 70 cm
in zwei **Geschenkpapier-**
büchern zum Heraus-
trennen.





Das Board-Komplettsystem „Meet up“ ist auf agiles Arbeiten ausgerichtet. Die Neuprodukte werden auf der Paperworld in Halle 3.0/Stand E70 präsentiert.

Starke Veränderungskraft

Sigel ist in Aufbruchstimmung und präsentiert die neue strategische Unternehmensausrichtung. Dazu gehören ein neuer Markenauftritt und eine Reihe neuer Produktthemen, die auf der Paperworld vorgestellt werden.

Gerade in einer zunehmend digitalen Welt spielt der Mensch eine immer wichtigere Rolle. Motivation, Kreativität und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter sowie ein inspirierendes Arbeitsumfeld werden zum entscheidenden Wettbewerbsvorteil für Unternehmen.

nachhaltigen Erfolg und Wachstum angelegt“, erklärt Dr. Joachim Roth, Geschäftsführer der Sigel Holding. Hintergrund ist der digitale Wandel, der die Arbeitswelt massiv verändern wird. „Arbeiten wird in Zukunft flexibler, teamorientierter und experimenteller, dazu gehört auch der verstärkte Einsatz von neuen agilen Arbeitsmethoden. Und auch das Arbeitsumfeld in Unternehmen passt sich den veränderten Formen der Zusammenarbeit entsprechend an. Auf diese großen Entwicklungen sind wir vorbereitet. Wir richten Sigel konsequent auf die veränderten Anforderungen in der Arbeitswelt von morgen aus“, erläutert Dr. Joachim Roth weiter.

Um diesem hohen Anspruch gerecht zu werden und die Innovationskraft des Unternehmens weiter zu stärken, hat Sigel dazu eigens ein Innovationshub in München gegründet. „So schaffen wir es, unsere Stärken eines etablierten, erfolgreichen Familienunternehmens mit dem Wissen, den Methoden und Denkweisen der neu-

en Startup-Kultur zu verbinden“, führt Dr. Joachim Roth aus. Auch digitale Leistungsangebote werden eine immer größere Rolle im Unternehmen spielen, wie beispielsweise das in 2017 gelaunchte digitale Druckportal für kundenspezifische Geschäftsdrucksachen Smartpro.

Work inspired – ein inspirierendes Arbeitsumfeld

Die strategische Neuausrichtung spiegelt sich in der Darstellung der Marke wider. „Das neue Logo des Unternehmens enthält ein kreisförmiges Bildelement, das den Anspruch des Unternehmens, Impulse als Wellen der Inspiration zu setzen, unterstützt. Auch der neue Unternehmensclaim „Work inspired“ bringt die Vision des besseren Arbeitens dank Sigel zum Ausdruck“, erläutert Marketingleiter Holger Ellerbrock.

Neuprodukte – der Kunde steht immer im Fokus

Die ersten Produkte der neuen Ausrichtung werden bereits auf der Paperworld präsentiert. Im



sigel

work inspired

Die strategische Neuausrichtung spiegelt sich in der Darstellung der Marke und im Logo wider.

Auf Basis eines tiefgreifenden Verständnisses der Bedürfnisse der Kunden hat sich das Sigel zum Ziel gesetzt, innovative, gleichzeitig designstarke Lösungen zu entwickeln, die Menschen in Arbeitswelten von morgen unterstützen, einfacher, angenehmer und erfolgreicher zu arbeiten.

„Hinter uns liegt eine intensive Zeit, in der wir unser Unternehmen komplett neu ausgerichtet haben. Die Strategie Sigel Next ist auf



Die einfach zu installierenden Akustikelemente Sound Balance von Sigel lösen das Problem störender Geräusche in Großraum- oder Gruppenbüros. Ein attraktives Neugeschäft für Händler der PBS-Branche.

Kompetenzbereich „Work:mode“ präsentiert Sigel das agile Board-System Meet up, das konsequent auf die Anforderungen moderner Arbeitsweisen und -methoden ausgerichtet ist. Die Boards zum Schreiben oder Pinnen ermöglichen spontane und unkomplizierte Meetings auch ohne festen Besprechungsraum. Sie sind stabil und hochwertig, gleichzeitig leicht und flexibel einsetzbar. So kann jederzeit und überall im Team zielorientiert gearbeitet werden. Das vielfältige Zubehör unterstützt die kreative Arbeit.

Das Meet up Konzept setzt den eingeschlagenen Weg innovativer Board-Lösungen für kollaboratives Arbeiten von Sigel fort, in dem mit der designstarken Glasmag-

netboard-Linie Artverum bereits erfolgreich Produkte für den inspirierenden Austausch in Meetings, bei Projekten und Teamarbeit etabliert wurden.

Der Kompetenzbereich „Work:flow“ steht für beschleunigte und vereinfachte Arbeitsprozesse. Bestes Beispiel dafür ist das digitale Druckportal Smartpro für individualisierte Druckerzeugnisse. Das Besondere daran: Das Tool wird für jeden Kunden maßgeschneidert. Es ist genau auf dessen Prozesse und Systeme abgestimmt. Das macht das Arbeiten in standardisierten Prozessen für den Mitarbeiter einfacher und spart den Unternehmen Zeit und Kosten.

Die jüngste Neu-Entwicklung bei Sigel gehört zum Kompetenzfeld „Work:Space“ und löst ein Problem in Gruppenbüros: die zunehmende Lärmbelastung. Die Akustikelemente Sound Balance von Sigel sind hochwirksame Schallschutzkörper. Sie lassen sich modular und flexibel in jeden Raum integrieren und ohne großen Aufwand installieren. Egal ob Wandpaneel oder Stellwand – Sigel Sound Balance optimiert den Geräuschpegel, steigert das Wohlbefinden der Mitarbeiter und trägt zu motiviertem Arbeiten bei.

Konsequent an der Customer Journey ausgerichtete Marketing-Aktivitäten werden den Abverkauf der neuen Leistungsangebote wirkungsvoll unterstützen.

Stetige Veränderung leben

Durch die strategische Neuausrichtung wird Sigel Teil und zugleich Botschafter einer neuen Arbeitskultur. Die innovativen Lösungen helfen Menschen und Unternehmen, Spitzenleistungen zu erbringen und die Arbeit jedes Einzelnen wertvoller zu machen.

Dr. Joachim Roth betont dabei die starke Veränderungskraft im Unternehmen. „Sigel hat seit der Gründung 1947 immer rechtzeitig auf die richtigen Trends gesetzt und ist mutig neue Wege gegangen. Mit der Neu-Positionierung als Lösungsanbieter im Kontext der modernen Arbeitswelten setzen wir auf den erfolgreichen Weg der vergangenen Jahre und leiten gleichzeitig die nächste wichtige Entwicklungsstufe des Unternehmens ein. Auf der Basis von mehr als 70 Jahren Erfahrung mit einem klaren Blick für die Zukunft nutzen wir die Chance der Digitalisierung der Arbeit, uns noch stärker als kompetentes und innovatives Markenunternehmen der Zukunft zu positionieren.“

www.sigel-office.com

Dr. Joachim Roth, Geschäftsführer der Sigel Holding: „Hinter uns liegt eine intensive Zeit, in der wir unser Unternehmen komplett neuausgerichtet haben.“



Leuchtmarkierer in pastell erobern die Märkte

Schwan-Stabilo hat in seinen drei Sparten Kosmetik, Schreibgeräte und Outdoor einen Gesamtumsatz von 713,5 Millionen Euro erwirtschaftet. Das Unternehmen will nun den Transfer Richtung Zukunft entschlossen weiter vorantreiben.

Die Firmengruppe Schwan-Stabilo hat im Geschäftsjahr 2017/18 (Stichtag: 30. Juni 2018) unter zum Teil schwierigen Rahmenbedingungen auf den internationalen Märkten ein solides Gesamtergebnis erzielt. Der Umsatz des bereits in der fünften Generation im Familienbesitz befindlichen Unternehmens liegt nach vielen Jahren des Wachstums mit 685,4 Millionen Euro leicht unter dem sehr guten Vorjahresergebnis (713,5 Millionen Euro). Das Problem war allerdings nicht die PBS-, vielmehr die Kosmetik-Sparte mit 322,4 Millionen Euro (Vorjahr: 364,7 Millionen Euro). Das eigentlich größte Geschäft des Konzerns brach um fast zwölf Prozent ein. Hier liefert das Unternehmen seine Kosmetikstifte an namhafte Firmen – nicht unter dem eigenen Namen, sondern im Auftrag der großen Marken. Und diese sind vor allem in den amerikanischen und asiatischen Märkten bedingt durch sich verändernde Verbrauchertrends unter Druck geraten.

Erfreulich haben sich dagegen die Konzernbereiche Schreibgeräte und Outdoor entwickelt. Besonders der Teilkonzern Stabilo konnte in einem stagnierenden Schreibgerätemarkt beim Umsatz um 4,9 Prozent auf 193,4 Millionen Euro (Vorjahr: 184,4 Millionen Euro) zulegen. Ebenso positiv entwickelte sich auch der Teilkonzern Outdoor. Dieser verbesserte die Umsatzmarke um 3,1 Prozent auf 169,3 Millionen Euro (Vorjahr 164,2 Millionen Euro).



Sebastian Schwanhäußer, der geschäftsführende Gesellschafter, zeigte sich bei der Bekanntgabe der Zahlen trotz des leichten Rückgangs zufrieden: „Der Kosmetikmarkt ist neuerdings grundsätzlich anfälliger für ein sich schnell veränderndes Verbraucherverhalten – was nicht zuletzt an der immer größeren Bedeutung von Influencern liegt. Die Zahlen deuteten es im Vorjahr ja bereits an, nun zeigen sie es deutlich. Nach den Boom-Jahren hat sich eine gewisse Normalisierung eingestellt. Wachstum ist für uns nicht selbstverständlich.“

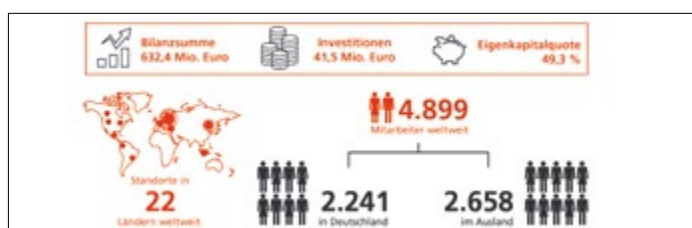


Deshalb freue ich mich umso mehr, dass wir in den Konzernbereichen Stabilo und Outdoor ordentlich zulegen konnten. Unsere breite Aufstellung mit drei völlig unterschiedlichen Geschäftsfeldern ist der Garant für die hohe Stabilität unseres Familienunternehmens und bestätigt einmal mehr die Weitsichtigkeit unserer strategischen Entscheidungen.“

Sebastian Schwanhäußer, Geschäftsführender Gesellschafter.

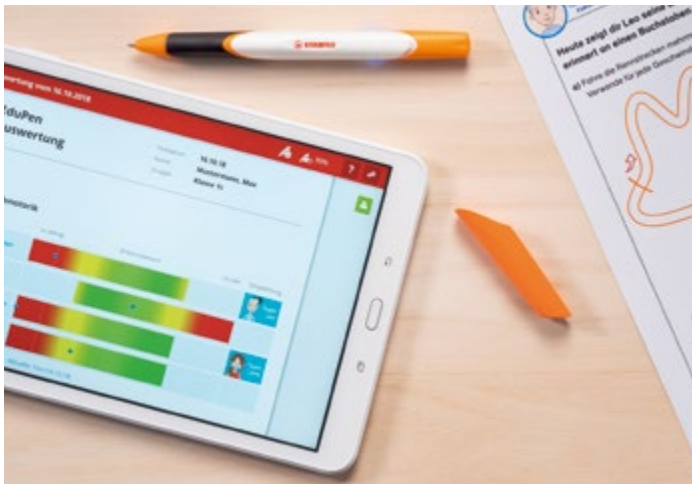
Marktführung ausgebaut

Der Teilkonzern Stabilo konnte seine Marktanteile trotz stagnierenden (PBS-)Gesamtmarktes



ES MUSS NICHT ORIGINAL SEIN.

Um das Schreibenlernen geht es auch beim Stabilo Edupen, der speziell für Pädagogen in Grundschulen konzipiert wurde.



deutlich ausbauen. „Nun sind wir in Deutschland sogar die Nummer Eins und in Europa haben wir unseren zweiten Platz gefestigt in den für uns relevanten Produktkategorien. Diesen Erfolg haben wir“, sagte Sebastian Schwanhäüßer, „vor allem unseren Leuchtmarkierern zu verdanken. Inzwischen trägt jeder zweite in Europa verkaufte Highlighter den Markennamen Stabilo. Mit einem Zuwachs von rund fünf Prozent auf 193,4 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr hat die Schreibgeräte-Sparte beachtlich zulegen können. Nach Ansicht von Sebastian Schwanhäüßer könnte sich diese Tendenz im laufenden Geschäftsjahr bestätigen: „Digitale Entwicklungen werden die Zukunft des Marktes sicher entscheidend bestimmen, genauso wird aber auch das Schreibenlernen weiterhin zu unserer Kultur gehören. Stabilo will in beiden Feldern vorne dabei sein.“

Vor allem die große Nachfrage nach Markierern in sanften Pastell-Tönen hat Stabilo neue Absatzrekorde beschert. Gegenüber dem Vorjahr hat sich die Produktion im Weißenburger Werk in diesem Segment fast verdoppelt.

Als weiterer wesentlicher Umsatztreiber hat sich der klassische Schul-Füller erwiesen. Mit dem Stabilo Easybuddy hat das Unter-

nehmen bereits ein zweites Produkt in dieser Sparte auf dem Markt etabliert. Sebastian Schwanhäüßer: „Füller sind in der Grundschule nach wie vor die Königsdisziplin. Uns gelang es, die bis dato technisch begründete übliche Tinten-Kleckserei fast völlig zu verhindern.“

Um das Schreibenlernen geht es auch beim Stabilo Edupen, der speziell für Pädagogen in Grundschulen konzipiert wurde. Stift und App sind ein neues Werkzeug, mit dem Lehrkräfte schon sehr früh die schreibmotorischen Fähigkeiten ihrer Schüler messen und nachhaltig verbessern können.

Flexibilität und Agilität sind der Treibstoff des Fortschritts

„Die Firmengruppe Schwan-Stabilo steht auf einem sehr stabilen Fundament.“ So fasst Sebastian Schwanhäüßer das Geschäftsergebnis 2017/18 zusammen. „Diese Stabilität brauchen wir, um neue Entwicklungen voranzutreiben. Es wird allerdings nun stärker als bisher darauf ankommen“, erklärt der geschäftsführende Gesellschafter weiter, „ganz nah an den Kunden zu bleiben und für sie Produkte auf den Markt zu bringen, die echte Aha-Effekte auslösen. Doch ich bin davon überzeugt, dass wir immer für Überraschungen gut sind – in allen drei Branchen!“

www.schwan-stabilo.com



Die Tinten und Toner von KMP **PASSEN PERFEKT**, sind bestechend **FARBINTENSIV** und glänzen mit einem unschlagbaren **PREISVORTEIL** gegenüber den Tinten und Tonern der Originalhersteller. Wählen Sie mit gutem Gewissen KMP!

www.kmp.com

Tinten und Toner für BROTHER, CANON, EPSON, HP, KYOCERA, LEXMARK, SAMSUNG und viele weitere



Die Whiteboards verfügen über einen attraktiven, schlanken Sechs-Millimeter-Rahmen, der noch mehr Schreibfläche ermöglicht und sich so hervorragend in das Meetingraum-Design einpasst.

Die neue Generation der Whiteboards

Mit großflächigem Breitbildformat hat Leitz Acco Brands unter der Marke Nobo eine neue Generation Whiteboards auf den Markt gebracht. Die Widescreen-Whiteboards mit schlanken Sechs-Millimeter-Rahmen gibt es in drei hochwertigen Oberflächen.

Mit einer neuen Serie von Nobo Widescreen-Whiteboards für moderne Meeting- und Konferenzräume will Leitz Acco Brands kreative Prozesse inspirieren. Dabei setzt die Marke Nobo auf ein neues Breitbild-Format in den Maßen 32 bis 85 Zoll, das sich bereits bei Flatscreens in Konferenzräumen sowie bei Fernsehgeräten etabliert hat. Außerdem haben die Whiteboards einen attraktiven, schlanken Sechs-Millimeter-Rahmen, der noch mehr Schreibfläche ermöglicht und sich so hervorragend in das Meetingraum-Design einpasst. Die neuen Whiteboards gibt es in den drei hochwertigen Oberflächen Stahl Nano Clean, Emaille und brillantweißem und

farbigem Glas. Leitz Acco Brands unterstreicht mit dieser Innovation das Potenzial der Marke Nobo, die schon heute in Europa führend im Bereich der visuellen Kommunikation ist.

„Im Büro werden Design und Funktionalität immer wichtiger. Die neuen Whiteboards von Nobo fügen sich in jede moderne Büroumgebung ein und sind dank ihrer optimierten Schreibfläche ein Gewinn für jedes Meeting. Zudem sind die Whiteboards für die eventuelle Digitalisierung optimal auf die Smartphone Kameras abgestimmt. Somit gehen auch keine Gedanken verloren“, erklärt Ard Jen Spijkervet, Vice President Leitz Acco Brands Central Europe. Krea-

tivitätstechniken wie das Brainstorming profitieren durch moderne Whiteboards von der Möglichkeit, Gedanken für die gesamte Gruppe sichtbar festzuhalten. Gleichzeitig können sie auf den Tafeln jederzeit verändert werden. „Auf diese Weise hilft das innovative und funktionale Widescreen-Whiteboard von Nobo quasi weiteren gedanklichen Innovationen auf die Sprünge“, sagt der Leitz Acco Brands Deutschland-Chef.

Leichter Aufbau – große Funktionalität

Die innovativen Whiteboards sind bequem und einfach im Büro montierbar. Dafür sorgt das schienenbasierte Montagesystem



Nobo bietet Rundpaket an: Desktop-Boards und ein breites Zubehörsortiment

„InvisaMount“ von Nobo, das zu den Besten auf dem Markt gehört. Die Wandbefestigungen sind hinter dem Board verborgen und lassen sich mühelos von einer Person anbringen. Einen weiteren Service bietet eine geräumige Ablage für die Stifte, die sich unterhalb des Whiteboards befindet. So sind die Stifte jederzeit bequem und griffbereit an Ort und Stelle und es gibt keine störenden Ablagehalterungen auf der Schreiboberfläche.

Beeindruckend sind die neuen Whiteboards in der einzigartigen Nano Clean Stahloberfläche. Diese Technologie versiegelt die Stahloberfläche, so dass keine Flecken oder Schatten durch die Rückstände der Textmarker entstehen können. Kein anderes Stahl-Whiteboard ist daher so leicht zu reinigen wie das Nobo Nano Clean Board. Es bietet nicht nur eine Reinigungsersparnis von 30 Prozent (gegenüber herkömmlichen Stahl-Whiteboards), sondern ist gleichzeitig auch widerstandsfähiger gegen Tintenflecke, Schreibspuren, Kratzer und Dellen. Die Whiteboards

sind mit einem hochwertigen eloxierten Aluminiumrahmen ausgestattet und werden mit einem Nobo-Stift geliefert. Die Qualität und Langlebigkeit des Nobo-Produkts sind so groß, dass der Hersteller den Käufern eine Garantie von 15 Jahren einräumt.

Auch das Nobo Whiteboard Emaille liefert Premium-Qualität, denn bei dieser Oberfläche wird bei Temperaturen von fast 1000 Grad ein glasähnliches Gemisch auf die Metallfläche aufgetragen und dann gehärtet. Somit ist das Nobo Whiteboard Emaille nicht nur leicht zu reinigen, sondern auch überaus kratzfest und behält auf ewig seine glatte Oberfläche.

Die dritte Variante im neuen Widescreen Format ist das Nobo Whiteboard Glas. Dabei handelt es sich um eine magnetische Whiteboard-Oberfläche mit gehärtetem Sicherheitsglas, die das Abwischen sehr leicht macht. Außerdem schützt diese Oberfläche gegen Flecken und Kratzer. Diese Wandtafel gibt es inklusive trocken abwischbarem

Nobo-Marker und einem Set extra starker Magnete. Weiter sind auch Kork- und Filztafeln (drei Trendfarben: Grün, Rot, Gelb) im Widescreen Format inklusive schlankem Rahmen und „InvisaMount“ System erhältlich.

Mit den neuen Widescreen-Whiteboards positioniert sich Nobo als Marke, die in keinem Meeting- und Konferenzraum fehlen darf. Nobo Boards dienen als Katalysator für Kreativität und Inspiration. Aufgrund der Vielzahl der Einsatzmöglichkeiten ist die Wandtafel mit der innovativen Technologie und der leichten Installation aus sämtlichen Bereichen des Arbeitslebens kaum wegzudenken.

Neben der neuen Widescreen Whiteboard Serie bietet Nobo eine umfangreiche Produktpalette. Von verschiedenen, klassischen Stahlboards über Whiteboards aus Emaille bis hin zu hochwertigen Glasboards ist Nobo die Marke, die in keinem Meetingraum fehlen darf.

www.nobo-europe.com



Die Goldene Grußkarte 2019

Die Arbeitsgemeinschaft der Hersteller und Verleger von Glückwunschkarten (AVG) hat im Jahr 2018 erstmals zum großen Branchenwettbewerb „Die goldene Grußkarte“ aufgerufen, um ein Schaufenster für das Produkt Grußkarte zu schaffen.

Alle Verlage, die Grußkarten im deutschsprachigen Raum vertrieben, waren aufgerufen, sich mit ihren innovativsten und neuesten Produkten einer unabhängigen Fachjury zu stellen.

Mit der Goldenen Grußkarte hat die AVG in vergleichsweise kurzer Zeit aus einer Idee einen Erfolg gemacht. Auch, wenn das Konzept eines Grußkarten-Wettbewerbs nicht neu ist, stellt sie im deutschsprachigen Raum doch sehr wohl ein Novum dar. In Amerika kommt die Grußkarten-Branche bereits seit 30 Jahren jährlich im Rahmen der „LOUIE Awards“ zusammen, um die besten Verlage, Designer und Künstler zu würdigen. Benannt ist das amerikanische Gegenstück zur Goldenen Grußkarte im Übrigen nach dem deutschstämmigen Li-

thografen Louis Prang, der in den 1870er Jahren erstmals Weihnachtskarten in Amerika auf den Markt gebracht haben soll.

Die Idee zur Goldenen Grußkarte wurde den Mitgliedern der AVG erstmals im Oktober 2017 im Rahmen der Mitgliederversammlung in Prag vorgestellt. Ein halbes Jahr später lag dann ein konkreteres Konzept vor, das von der sechsköpfigen Marketing-Gruppe der AVG realisiert wurde. Dank dieses Engagements hat die Grußkarten-Branche nun also auch im deutschsprachigen Raum ein Event zu bieten, bei dem es nicht nur um den kompetitiven Wettstreit, sondern zugleich auch um das Miteinander für die Grußkarte geht.

30 Verlage haben auf die erste Ausschreibung reagiert und über 800 Motive zur Teilnahme eingesandt. Für die unabhängige Fachjury war es keine leichte Aufgabe, die Vielzahl der kreativen und qualitativ hochwertigen Beiträge zu bewer-

ten. Dies spiegelt das hohe Niveau wider, auf dem sich die Produkte am Grußkartenmarkt im deutschsprachigen Raum insgesamt bewegen. Um zu einem möglichst objektiven Ergebnis zu gelangen, galt es für die Jury, die von der AVG genannten Bewertungskriterien an alle Beiträge anzulegen und sinnvoll zu gewichten. Dazu wurden alle Einsendungen über ein Punktsystem bewertet. Neben dem ästhetischen Eindruck und der gefühlten Wertigkeit gingen die Qualität von Druck und Verarbeitung sowie die Marktrelevanz in das Votum der Jury ein.

Auf den folgenden Seiten präsentieren wir die Finalisten, aus denen auf der großen Abschlussveranstaltung am 28. März im Silbersaal des Deutschen Theaters in München die Gewinner gekürt werden. Die Galaveranstaltung soll in einem besonderen Event Handel, Verlage, Zulieferer und Medien zusammenbringen. Teilnehmenden Verlagen bietet „Die Goldene Gruß-



Der
Grußkartenverband



DIE goldene GRÜßKARTE

Grüßkarte“ Gelegenheit, ihre Produkte frühzeitig und in einem besonderen Rahmen den wichtigen Entscheidern der Branche zu präsentieren. Bei zwei Preisen bleibt es noch besonders spannend: Für besondere Verdienste um die Grüßkarte wird die AVG in München einen Ehrenpreis überreichen. Außerdem entscheiden im Januar 2019 die Besucher der Paperworld über den Gewinner des

Publikumspreises. Hierfür hat die Jury im Vorfeld zehn Finalisten ausgewählt, die den Besuchern der Paperworld in Frankfurt auf dem Stand E50 in Halle 3.1 zur endgültigen Bewertung vorgestellt werden. Auch der Gewinner dieser Kategorie wird im Rahmen der Galaveranstaltung am 28. März im Silbersaal des Deutschen Theaters bekanntgegeben.

Über den gesamten Aktivitäten steht das zentrale Anliegen der AVG, mehr öffentliche Aufmerksamkeit für die Grüßkarte zu schaffen und die Branche zum Austausch anzuregen. Zu diesem Zweck nutzt die AVG den Schwung der Goldenen Grüßkarte im März: Direkt im Anschluss an die Abendveranstaltung kommt die AVG am 29. März zu ihrer Frühjahrstagung zusammen.



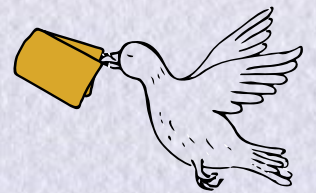
Finalist 2019
des avg Grüßkartenpreises

ARTline
EDITION GMBH
www.artline-edition.de



"Das beste Trendkonzept"

"Die beste Geburtstags-Kollektion"



Alle Finalisten in alphabetischer Reihenfolge:

Das beste Drehständerprogramm

Sponsored by Fluhr Displays e.K.



AvanCarte GmbH



Edition Gollong GmbH



Goldbek Verlag GmbH



Perleberg GmbH

Das beste Postkartenprogramm

Sponsored by Münch Druck GmbH & Co. KG



ACTEtre Deutschland GmbH



Franz Weigert oHG



Janos Angeli GmbH



Sander, Wieler & Co.

Die beste **Weihnachtskollektion**

Sponsored by Maropack GmbH & Co. KG



Cityproducts



Janos Angeli GmbH



Perleberg GmbH



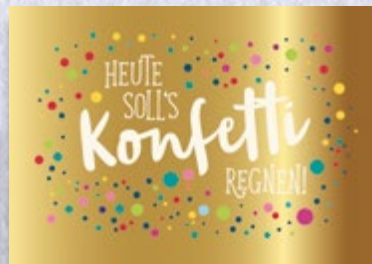
4YOUNG! Marketing GmbH

Die beste **Geburtstagskollektion**

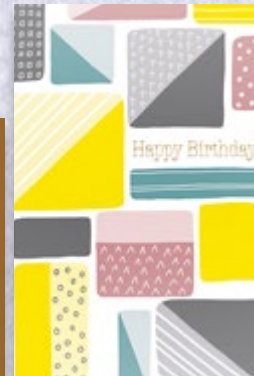
Sponsored by PAPUSO GmbH & Co. KG



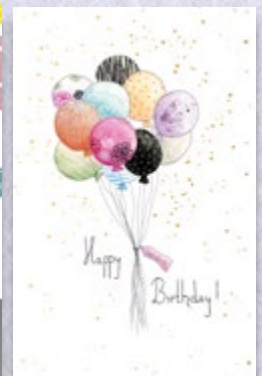
Artline Edition GmbH



Gutsch Verlag GmbH & Co. KG



HANRA - Klaus Hanfstingl Verlag GmbH



Skorpion Glückwunschkartenverlag GmbH & Co.

Hello  TODAY

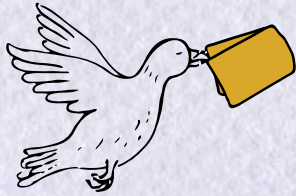


happymemories

Gruß- und Postkarten

Regionale und überregionale Karten





DIE goldene GRÜßKARTE

Die beste Trauerkollektion

Sponsored by Richard Knauer GmbH



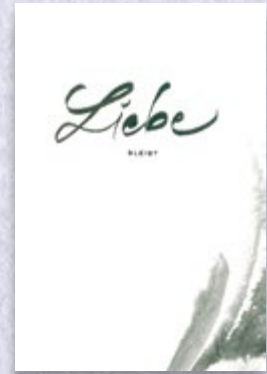
ABC-Karten A.Boss + Co. AG



AvanCarte GmbH



Gutsch Verlag GmbH & Co. KG



Michel-Verlag GmbH

Die beste Hochzeitskollektion

Sponsored by Gravurbetrieb Berneisch GmbH



ACTEtre Detuschland GmbH



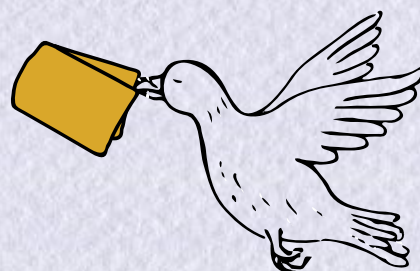
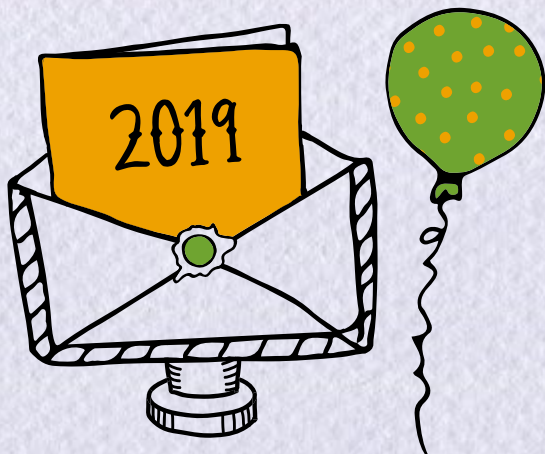
AvanCarte GmbH



Gutsch Verlag GmbH & Co. KG



LIN ArtDesign



Alle Finalisten in alphabetischer Reihenfolge:

Die beste **Handmade-Kollektion**

Sponsored by Fedrigoni Deutschland GmbH



ABC-Karten A.Boss + Co. AG



DISCORDIA



Goldbek Verlag GmbH



Perleberg GmbH

Die beste **Humorkollektion**

Sponsored by Merkle Druck+Service GmbH & Co. KG



Edition Gollong GmbH



Kurt Eulzer Druck GmbH & Co. KG



Goldbek Verlag GmbH

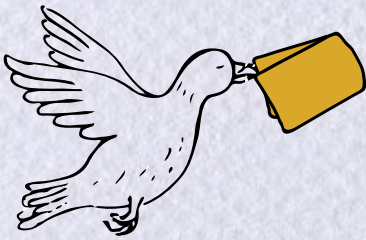


Verlag Dominique GmbH

Publikumspreis

Das beste **Trendkonzept/Beste Innovation**

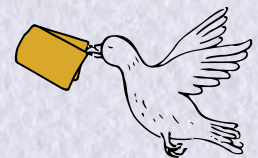
Sponsored by Messe Frankfurt



ARTline edition GmbH



bentino GmbH



bk.edition B. Krause GmbH



dabelino



Franz Weigert oHG

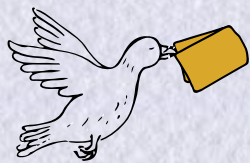
NEU!

Besuchen Sie uns auf der
paperworld 2019:
Halle 3.1 Stand E 43

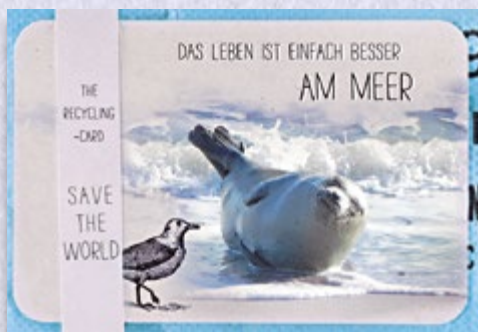
Wir freuen uns auf Ihren Besuch!



Gutsch Verlag GmbH & Co. KG



Janos Angeli GmbH



Kurt Eulzer Druck GmbH & Co. KG



susi winter design & paper



Verlag Dominique GmbH



Hergestellt in Deutschland

komma³
PAPETERIE UND MEHR ...
www.kommadrei.de



Frohe Botschaften zum Aufstellen: Die Karten der Serie „UpCard“ wissen mit ihrer Themenvielfalt zu begeistern.

Spaß beflügelt die Innovation

Nach dem tollen Projekt „Letterpress“ im Herbst 2018 startet Taurus Kunstkarten nun mit geballter Kreativität in die Frühjahrssaison 2019. Mit „UpCard“ präsentiert das Unternehmen eine neue Kartenlinie, bei deren Entwicklung Freude und Spaß im Fokus standen.

Es ist längst kein Geheimnis mehr, dass der Spaß an der Arbeit nicht zu kurz kommen sollte. Schließlich sind der einfache Umgang im Team und die spielerischen kreativen Möglichkeiten nicht zu unterschätzende Faktoren für eine erfolgreiche Produktentwicklung. So geschehen auch jüngst bei Taurus-Kunstkarten, die sich an die Arbeit machten und sich von neuen Ideen inspirieren ließen. Das Ergebnis weckt die Vorfreude auf eine ganz besondere Kartenserie, denn herausgekommen ist „UpCard“, – eine Mischung aus klassischer Postkarte und einer

Karte zum Aufstellen, die der Empfänger in der Küche, im Bad, am Krankenbett, am Arbeitsplatz usw. platzieren kann, und so jeden Tag an den Absender und dem damit verbundenen Anlass erinnert wird.

„UpCard“ darf aber auch als Mutmacher, Freudenspender oder humorvoller Begleiter für den Alltag eingesetzt werden, – die neue Serie eignet sich für eine Vielzahl von Anlässen. Taurus präsentiert die DIN A5-formatigen Karten in einem attraktiven Drehständer mit 43 Motiven. Auslieferungsstart ist der 4. Februar.

Der komplette „UpCards“-Ständer wird auf der Frankfurter Paperworld erstmalig im Original präsentiert. Dort wird es noch ein weiteres neues Kartenkonzept geben, man darf also gespannt sein. Ein besonderer Event wird am Sonntag, den 27. Januar, von 11 bis 16 Uhr stattfinden. Fachbesucher können sich von Herrn Letter Wunschtexte von Hand letters lassen, die dann mitgenommen werden können. Ein Besuch in Halle 3.1 am Stand C 28 lohnt sich also auf jeden Fall.

www.taurus-kunstkarten.de



schreib kultur

lifestylemagazin

schreibgeräte · papeterie · accessoires

Suchen Sie etwas zum
Schreiben oder Sammeln?

Wenn Sie sich für
Neuheiten, Hintergründe,
Meinungen und Trends interessieren –
wir informieren aus erster Hand.

Besuchen Sie unsere
neue Homepage
www.schreibkultur.de



schreib kultur

lifestylemagazin

Das Heft erscheint 4 x jährlich und informiert
über die Welt der Schreibgeräte, Papeterie und
Design-Accessoires.

Bleiben Sie auf dem Laufenden, indem Sie jetzt
Schreibkultur abonnieren.

Einfach senden an:
Zarbock-Aboservice
Fax 069/ 42 09 03 70
verlag@zarbock.de

- Bitte senden Sie mir die neueste Ausgabe der Schreibkultur zum Einzelpreis von 6,50 Euro
zzgl. Versandkosten.
- ein Jahresabo (vier Ausgaben) zum Preis von 24,90 Euro inkl. 7% MwSt. und Versandkosten.
Die Bestellung kann ich jederzeit widerrufen. Hierzu genügt die schriftliche Benachrichtigung
des Verlages.

Meine Adresse:

Firma: _____

Name: _____

Vorname: _____

Straße/Hausnummer: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon/Telefax: _____

Datum: _____

Unterschrift: _____



Hola, mi nombre es Chica!

Es sind gerade die außergewöhnlichen, frischen und eigenen Designs, mit denen der Komma³ Verlag immer wieder aufs Neue begeistert. Auf der Frankfurter Paperworld 2019 präsentiert der Kartenhersteller unter anderem die neue Trendserie „Chica Chica“.

Mit dieser neuen Kartenserie bringt der Komma³ Verlag eine wundervolle neue Kollektion auf den Markt. Auf der Paperworld 2019 wird diese dem Fachpublikum präsentiert. Insgesamt neun zauberhafte Chicas sind in die neue Kartenserie „Chica Chica“ eingebaut. Und jede Einzelne für sich erzählt eine Geschichte, mit der sich jeder identifizieren kann. Alle Chicas sind von Hand gezeichnet und perfekt zum Design abgestimmt. Die Serie besticht nicht nur durch das innovative Konzept, sondern auch durch eine hochwertige Glimmerveredelung in Kupfer. Passend zum Motiv abgestimmte hochwertige farbige Umschläge mit Perlmuschelrunden die besondere Serie ab. Zum Start gibt es 46 Mo-

tive, die als Drehständerkonzept erhältlich sind.

Aber das ist an Neuheiten längst nicht alles. Auch die im Herbst 2018 neu eingeführte Kartenserie „Ich wünsch Dir was“ wurde erweitert. Bei dieser Kartenserie treffen besondere Fotomotive auf ein trendiges frisches Design. Jedes einzelne Motiv erhält so einen ganz eigenen Charme und einen romantischen Touch. Erhältlich ist diese Serie als Drehständerkonzept oder auch als Einzelmotiv.

Neue Motive gibt es auch bei der beliebten Goldstückchen Serie, die durch eine Mischung von kalligrafischen Elementen, Illustrationen und Fotos in Kombination mit verschiedenen speziell entwickelten

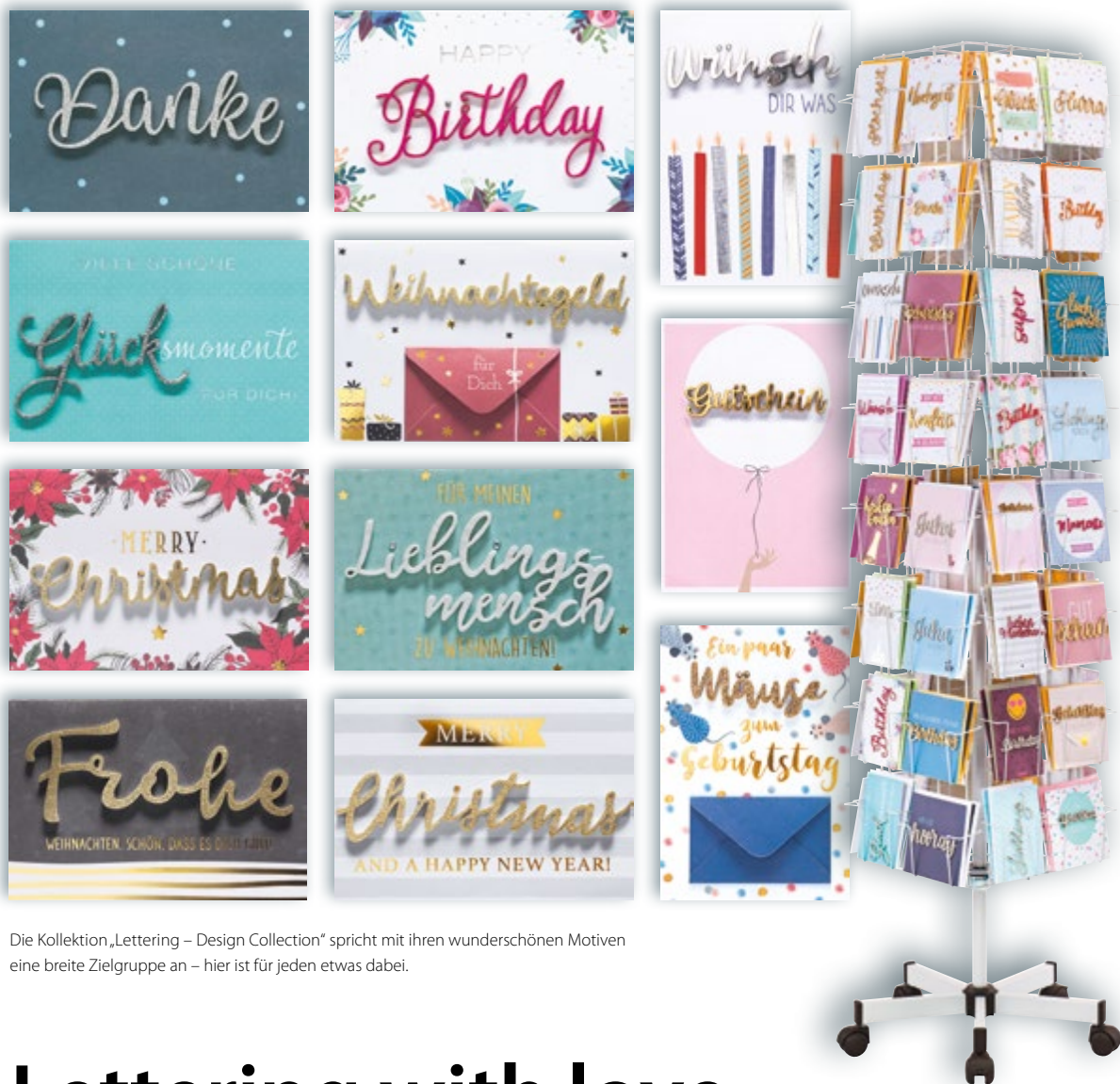
Veredelungstechniken besticht. Zeitgemäße Texte und aufwendige Accessoires in Messing-Glasoptik machen aus jeder Karte ein kleines Schmuckstück!

Für Kinder gibt es bei den Geburtstags- und Einladungskarten neue Motive und für die Anlässe Konfirmation & Kommunion. Weitere Neuheiten präsentiert der Komma³ auf der Paperworld 2019 auch im Geschenkartikelbereich. Mehr Informationen zum gesamten Sortiment an Gruß-, Trauer und Einladungskarten, Geschenk- und Weihnachtsartikel und tollen Karten und Geschenke speziell für Kinder finden Sie auf der Homepage des Unternehmens.

www.kommadrei.de



Die neue Serie „Chica Chica“ ist einfach zauberhaft



Die Kollektion „Lettering – Design Collection“ spricht mit ihren wunderschönen Motiven eine breite Zielgruppe an – hier ist für jeden etwas dabei.

Lettering with love

In Zeiten zunehmender Digitalisierung erfreut sich die Kunst der schönen Buchstaben wachsender Beliebtheit. Auch die Karten der aktuellen Perleberg „Lettering Design Collection“ greifen diesen Trend mit kunstvoll gestalteten Buchstaben auf.

Perleberg ist eine unvergleichliche Marke in der Branche. Die Karten stehen für hervorragende Qualität und geballte Kreativität. Auch die neue Grußkartenserie hat es in sich, denn das Perleberg-Leitmotiv des „Handgemachten“ setzt sich auch im Designcharakter dieser Karten spürbar fort. Die „Lettering Design-Collection“ wartet mit einer besonders harmonischen Komposition aus Schrift, Farbe und Design auf. Die optische Besonderheit der Serie wird durch aufwendige Laser-Cut-Text-Applikationen in glittergold oder silber, metallicgold oder silber oder in Trendfarben erzielt.

Doch damit nicht genug: Viele Karte der neuen Serie sind zusätzlich mit Heißfolienprägungen in gold oder silber versehen. Die Folie wird zum Teil extrem fein oder als Muster im Hintergrund eingesetzt. Daraus ergibt sich ein besonderer Look, der die Karten sehr edel wirken lässt.

Inhaltlich finden die Kunden bei Perleberg wirklich jeden wichtigen Anlass wieder, zu dem Grußkarten gesucht werden. Von Geburtstag über Hochzeit, Glück, Lieblingsmensch, Gutscheine, Geldkarte und Danke, diese und viele weitere Anlässe sind dabei. Neben der allge-

meinen Kollektion werden zur Paperworld auch Weihnachtsmotive dieser Serie präsentiert. Das Weihnachtssortiment umfasst zwölf Motive. Die Sortimentsbestückung des Drehständers enthält 64 Motive. Die „Lettering – Design Collection“ von Perleberg ist für den AVG Award „Die Goldene Grußkarte“ als beste Handmade-Kollektion nominiert. In den Kategorien „Bestes Drehständer Programm“ sowie „Beste Weihnachtskollektion“ wurde Perleberg ebenfalls nominiert. Alle Produkte finden Sie live auf der Frankfurter Paperworld in Halle 3.1 am Stand C41.

www.perleberg.de



Ob „Flow“, „Papierkunst“, „Scratch“ oder „WOW“, – der Kreativität waren bei der Gestaltung der neuen ABC-Serien keine Grenzen gesetzt.

WOW-Effekt garantiert

Der ABC Glückwunschkartenverlag überrascht sowohl in der klassischen Wand wie auch bei den Trendsortimenten mit einer nie dagewesenen Vielfalt an Neuheiten für 2019 und ist in zwei Kategorien für die Goldene Grußkarte nominiert.

Mit der Trendserie „Flow“ nimmt ABC die Einflüsse von Social Media auf und bringt sie aufs Papier. Die DIN-langen Grußkarten im aktuellen Social-Media-Stil verleihen jeder Botschaft Persönlichkeit. Sie vereinen moderne Bild- und Farbauswahl mit trendiger Typographie. Passende und schlichte Textbotschaften auf einigen Karten wirken stimmig und machen diese Linie zu einem echten Highlight fürs Auge. Beim Beschenken garantieren diese Motive einen langfristigen Eindruck.

Die Liebe zum Detail hat einen neuen Namen: „Papierkunst“. Diese sehr aufwändig produzierte Trendserie ist ein Erlebnis für alle Sinne. Eine passende Typographie ist kombiniert mit gezielt, ausgesuchten Accessoires aus von Hand gefalteten Papierelementen in trendigen Farbtönen. Jede Karte ist ein Unikat, die große Wertschätzung ausstrahlt.

Der 3D-Effekt ist nichts Neues. Die Inszenierung in einer hochwertigen Grußkarte mit Sichtfenster und folierter Innenseite für eine persönliche Botschaft dagegen ist völlig neu. Die 40 Motive der Trendserie „WOW“ wirken durch die attraktive Drucktechnik lebendig und machen sie aus jedem Blickwinkel zu einem Highlight. Die Kartenserie ist farbenfroh und die vielfältigen Sujets decken von Geburtstag über Hochzeit und Geburt viele weitere Anlässe ab. Kurzum, diese dreidimensionalen Bilder machen einfach Spaß!

Auch das Standardsortiment überrascht

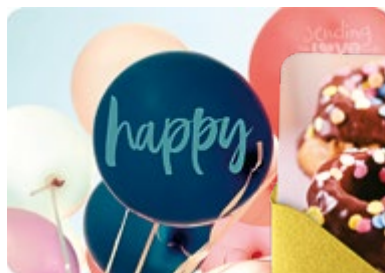
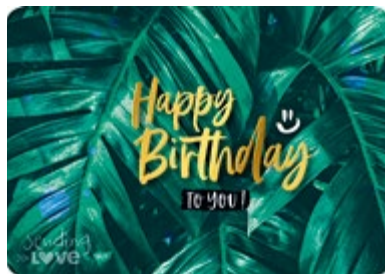
Ob zum Kindergeburtstag, Schulanfang oder anderen Anlässen durchs Jahr hindurch, – ein großer Teil der Kollektion 2019 bietet vor allem eins: Mehrwert! Verspielt eingearbeitete Zugaben wie Klammern, Bleistifte und andere bunte Gadgets

machen die Karten zu einer doppelten Freude.

Ein besonderer Hingucker sind die neuen Scratch-Karten. Wer kennt sie nicht, die Rubbellose? Was erwartet mich unter der grauen Fläche? Gewinn oder Nieme? Diese Frage stellt sich bei dieser Serie nicht. Jede Karte ist ein Gewinn! Und das geht ganz einfach: Rubbelfläche mit einer Geheimbotschaft beschreiben – Rubbelkleber aufbringen – fertig! Ob witzige Mitteilung, freundlicher Gruss oder herzliche Einladung – der Empfänger wird sich spätestens nach dem Freirubbeln der persönlichen Botschaft über die Mitteilung freuen. Für Spannung ist bei dieser Karte gesorgt!

Der ABC Glückwunschkarten-Verlag präsentiert die neue Kollektion auf der Frankfurter Paperworld in Halle 3.1 am Stand D48.

www.abc-cards.ch



„SendingLOVE“ - die Kartenserie mit den runden Ecken – steht für gefühlvolle Worte und ansprechende Optik und Haptik.

Liebe Grüße

In Zeiten wie diesen kann man gar nicht genug Wärme und Liebe in die Welt schicken. Die Serie „sendingLOVE“ von Kunst und Bild ist eine echte Lifestyle Serie. Optisch und haptisch lädt sie zum Begreifen und Anfassen ein.

Mit jedem Motiv dieser Serie verschenkt man nicht nur eine Karte, sondern auch ein Gefühl.

Die ästhetischen Foto-Kunst-Motive sagen dem Empfänger: „Du wirst geliebt! Ich denke an dich und ich bin sehr froh, dass es dich gibt!“ Die Hersteller aus dem Kunst und Bild Verlag sind überzeugt: „Sie macht uns Mut und motiviert, da wo uns die Kraft und der Glauben fehlt, unsere Träume zu realisieren oder unsere Wünsche zu erfüllen. Manchmal reicht schon ein kleines Kompliment oder ein ‚Du bist ein Schatz!‘, um uns darin zu bestärken!“

Jedes Motiv funktioniert wie ein Mantra. An Spiegel oder Kühl-schrank geklebt, trägt es den Adressat durch den Alltag. Es weckt Vertrauen und die eigenen Stärken. Einfach mal Tempo rausnehmen, tief durchatmen und sich et-

was Zeit gönnen - das alles möchte „sendingLOVE“. „Stell dir vor, du bist schon lange gut, so wie du bist - du hast es nur nie bemerkt...“ oder „Sei gut zu dir! Du hast es dir verdient!“

Die Designer haben den Seriennamen zum ersten Mal in der Verlagsgeschichte auf der Vorderseite platziert. So laden die Karten nicht nur zum Anschauen, sondern - durch die besondere Veredelung - auch zum „Anfühlen“ ein.

Die einzigartige, oft florale Bildsprache, knallbunt und aktuell, mit Pfingstrosen, Pustebäumen und aktuellen Lifestyle-Symbolen, macht die „sendingLOVE“ zu einer besonderen Serien-Neuheit bei Kunst und Bild. „Wir lassen nicht nur Blumen sprechen, sondern auch Palmen und Kakteen. Mit kunstvollen Makroaufnahmen geht diese Fotoserie, auf

Post- und Grußkarten, neue Wege in der Bildsprache. Die auffälligen Designs machen neugierig und holen den Betrachter nahe heran. Auch ein kleiner Tropfen wird zum Symbol: „Sei du selbst die Veränderung, die du dir wünschst für die Welt!“

Sowohl die Umschlagkarten als auch die Postkarten (im Editionsformat) lassen dem Kunden die individuelle Auswahl, für jeden Anlass ein passendes Motiv zu finden.

Die „sendingLOVE“ wünscht nicht nur „Viel Glück“, sie bedient auch Jubiläen, Geburtstage, Prüfungen und sagt auch ganz einfach: „Dankeschön!“ Hochwertig mit Gold- und Reliefflack veredelt, sowie mit goldenen Umschlägen bestückt, werden aus diesen Grußkarten kleine Geschenke, die man gerne anfassen und die zu Herzen gehen.

www.kunstundbild.de



Von der Schrott-Idee zum Top-Rucksack

Mit Upcycling-Rucksäcken aus Airbags, Gurten und alten Gurtschlössern überzeugte das Startup Airpaq den Handel bereits auf der letzten Lederwaren-Fachmesse „ILM Summer Styles 2018“. Zur nächsten ILM ist das Label erneut in Offenbach vertreten.

Ein Schrottplatzbesuch während ihres Uni-Projekts in Rotterdam war für die beiden Gründer Adrian Goosses aus Köln und Michael Widmann aus Bozen in Südtirol die Initialzündung: Sie entwickelten Rucksäcke aus verschrotteten Airbags, alten Sicherheitsgurten und Gurtschlössern in ihrer Studentenbude. Airpaq konnte mithilfe einer sehr erfolgreichen Crowdfunding-Kampagne im

Sommer 2017 realisiert werden. Die ersten Airpaqs gingen an 500 Unterstützer aus über 40 Ländern weltweit.

„Wir konnten den Erfolg kaum fassen und haben uns kurzerhand entschlossen, das Unternehmen Airpaq zu gründen“, bestätigt Gründer Michael. Seitdem haben die Gründer bereits über 2000 Rucksäcke über ihren eigenen Online-Shop verkauft und sind nach einem Jahr nun bereit für den Einstieg in den Fachhandel. Nach der erfolgreichen Premiere, sind die beiden Rucksack-Enthusiasten erneut auf der ILM vertreten. Vom 16. bis 18. Februar freuen sich Adrian und Michael über einen Besuch auf ihrer Standfläche D4.20 während der ILM Winter Styles - Internationale Lederwaren Messe.

Für die Herstellung eines Airpaqs benötigt man in etwa das Material aus einem Auto: zwei Airbags, vier Sicherheitsgurte und ein Gurtschloss. Daraus entste-

hen Rucksäcke mit Rollverschluss, die bis zu 22 Liter fassen und ein Eigengewicht von 1,2 Kilogramm besitzen. Durch die Vielfalt des verarbeiteten Materials wird jeder Rucksack zu einem Unikat. Den Airpaq gibt es in zwei Varianten, der einfarbige Airpaq unicolor und der Airpaq bicolor, bei dem das Airbag-„Rolltop“ in seinem Original-Weißton belassen wird. Beide Varianten sind in Schwarz, Rot, Blau und ab dieser Saison auch in Grün und der „Trendfarbe 2018“ Gelb erhältlich. Ein optionales Reflektorband hinter dem Gurtschloss sorgt für Aufmerksamkeit an dunklen Tagen.

Hinter dem Gurt auf der Frontseite des Airpaqs versteckt sich eine Secret Pocket, die sich für die Aufbewahrung von Portemonnaie, Schlüssel oder Sonnenbrille eignet. Als charmantes Detail findet sich im Innenfutter dieser Tasche die Firmen-Story als Brief an seinen Besitzer abgedruckt. Zusammengehalten wird alles durch den unsichtbaren Magnetverschluss, durch die Rolltop-Funktion und das umfunktionierte Gurtschloss.

www.airpaq.de

Airpaqs stießen auf positive Handelsresonanz – Premiere war auf der ILM in Offenbach.



Glanz, Plüsch und Gloria

„Immer schön. Immer praktisch. Immer dabei.“ Mit diesem Versprechen stellte sich Meori vor fünf Jahren der Welt vor. Der innovative Newcomer hat nicht nur Wort gehalten, sondern entwickelt sich immer mehr zum Love Brand für alle Lebenslagen.

Natürliche Töne und ein Hauch Glamour. Zum Jubiläum lanciert die Hamburger Marke ihre neue Meori Home Collection und entfaltet damit eine aktuelle Farbwelt für einen natürlich-urbanen Lebens- und Einrichtungsstil. Den passenden Glanz zum feierlichen Anlass verleiht eine Reihe floraler Metallic-Prints, die ab jetzt zwei der meori Topseller veredeln: die schicke faltbare Einkaufstasche und die beliebte Faltbox Mini. Und für alle, die es kuschelig mögen, gibt es die flauschigen Plüsch-Minis in pastelligem Dream Rose und Candy Mint.

Home Collection – Farbwelt für natürlich-urbane Styles

Relaxed und individuell. Die Farbpalette der neuen Meori Home Collection verbindet die Naturtöne Palm Taupe, Natural Sand, Dust Olive und Granite Grey mit zwei belebenden Pastellen sowie verschiedenen Prints. Ob ruhig reduziert oder feinsinnig dekorativ, ob klassisch oder trendy: Die neue Meori Home Collection bietet viel gestalterischen Freiraum, um den eigenen Style nach Lust und Laune zu entfalten.

Die Entfaltung einer Idee

Unterwegs, zu Hause, im Büro, beim Shoppen oder auf Reisen, egal wo, egal wie. Wenn es etwas zu transportieren, zu verstauen oder zu ordnen gibt, stehen die Al-

leskönnner von Meori bereit. Seit ihrem Markendebüt auf der Ambiente 2014 haben die Hamburger ihre „fantastische Idee des Faltens“ um immer mehr Modelle, Accessoires und Anwendungsfelder bereichert. Neben den zahlreichen neuen Farben und Designs zählen etwa die Outdoorbox, die Shopperbox M und die sehr erfolgreiche Faltbox Mini zu den Meilensteinen der Classic-Serie. 2018 positionierte sich Meori mit dem Slogan „Entfalte Deinen Style“ sowie zahlreichen Innovationen noch stärker als Lifestyle-Marke für alle Lebensbereiche. Zu den neuen faltbaren Lösungen gehören u.a. die Home Box, die Hobby Box sowie eine Serie an Einkaufstaschen und -körben. Bereits im vergangenen Herbst ging die neue Home Collection an den Start. Deren zeitgeistige Farbwelt bietet dem Handel frische Impulse rund um die aktuellen Lifestyle-trends von Nachhaltigkeit und Mobilität bis Individualität und Wohlbefinden. Den eigenen Lebensstil frei entfalten – darum geht es Meori. Alle Aufbewahrungslösungen lassen sich mit wenigen Handgriffen auf- und zusammenfalten und platzsparend verstauen. Sie sind hochwertig, pflegeleicht, funktional und stabil. Durch ihre Langlebigkeit leisten sie einen Beitrag zur Umwelt. Und weil Funktion eben nicht alles ist, setzen sie mit immer neuen Farben und Designs trendbewusste Akzente.

Feiern Sie fünf Jahre Meori auf folgenden Messen: Paperworld Frankfurt vom 26. bis 29. Januar, Halle 3.1, Stand E04; Ambiente Frankfurt vom 8. bis 12. Februar, Halle 11.0, Stand H39.

www.meori.com



Zum Jubiläum lanciert Meori ihre neue Home Collection und entfaltet damit eine aktuelle Farbwelt für einen natürlich-urbanen Lebens- und Einrichtungsstil.



Für alle, die es kuschelig mögen, gibt es die flauschigen Plüsch-Minis in pastelligem Dream Rose und Candy Mint.



Informationen fixieren

Memos, Notizen, Hinweise, Schaubilder, Mitteilungen – Informationen begegnen uns im Berufsalltag nach wie vor in Papierform. Damit nichts Wichtiges im Zettelchaos verloren geht und Aushänge die entsprechende Beachtung finden, hat der deutsche Markenhersteller Durable eine ebenso clevere wie praktikable Lösung konzipiert. Die neuen Durafix Magnetleisten können auf allen Flächen, die glatt, tragfähig und fest sind, in sekundenschnelle angeklebt werden und halten – je nach Größe – alle Papierformate vom Notizzettel bis zum Poster zuverlässig fest. Durabix ist in den Farben Silber, Blau und Schwarz erhältlich. Zum Portfolio gehören: Clip in der Länge 60 mm, Rail in den Längen 210 mm und 297 mm sowie als Weltneuheit die individuell zuschneidbare Magnetleiste auf Rolle. Bei allen Produkten wird das Papier mittels magnetischer Klappfunktion fixiert.

www.durable.de

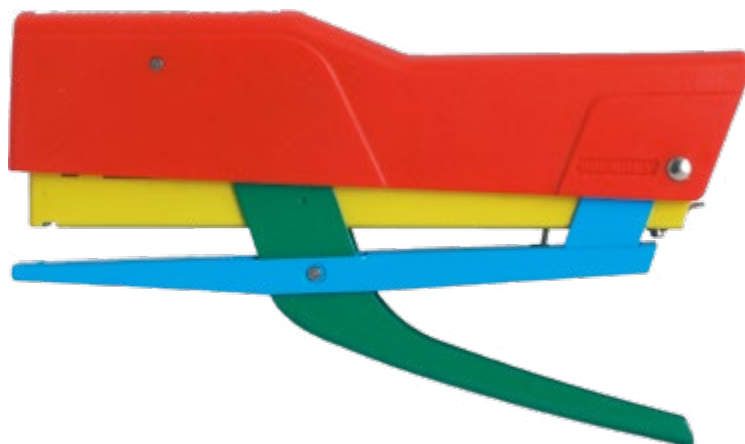


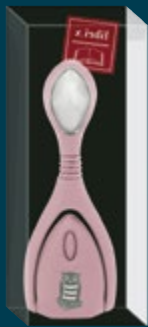
Farbe setzt sich durch

Auf der Paperworld (3.0/C10) und Ambiente (11.0/B64) zeigt der bekannte, italienische Heftgeräte-Hersteller Balma, Capoduri & C. eine neue Ausführung der Heftzange „Zenith“ 590. Das Modell „Mix“ hat einen bunten Anstrich aus vier Farben (rote Kappe, grüne, blaue und gelbe Metallflächen) erhalten. Die Heftzange mit den vier Gundfarben ergänzt somit das breite Sortiment der 590er-Familie, die bereits eine Auswahl an 13 Farbvarianten der Modellausführungen 590, 590 Fun und 590 Met bietet. Die „Zenith“ 590, die von einer stetig wachsenden Zahl von Anwendern geschätzt wird, eignet sich ideal für jeden Einsatz, zu Hause, in der Schule oder im Büro. Sie ist einfach (wiegt nur 187 Gramm) in der Handhabung und die Heftung funktioniert außergewöhnlich leicht. Die Heftzange verfügt über eine Ladekapazität von 200 Klammern 6/4 oder 6/6. Bei der Umsetzung der neuen Heftzange wurde ein besonderes Augenmerk auf die Verpackung gelegt, die ebenso heiter und farbenfroh gestaltet wurde. Alle „Zenith“-Produkte werden strengen Kontrollen unterzogen, bevor sie in den Handel gelangen. Um dem hohen Qualitätsstandard gerecht zu werden,

wird jede Heftzange einzeln getestet. Zusätzlich gewährt der Hersteller eine lebenslange Garantie auf Fehler, die auf die Produktion zurückzuführen sind. Insbesondere mit seine Heftzangen „Zenith“ feiert das Unternehmen mit Sitz in Voghera, Italien, dank seines Qualitätsversprechen, der Funktionalität, der Eleganz und des Stils der Geräte in Italien und weltweit große Erfolge – und das ganz im Zeichen von „made in Italy“.

www.balmacapoduri.it





Moses bietet die Leselichter Lumi Plus in einer transparenten Geschenkbox an.



Extra stabiler Clip. Stufenlos dimmbar.



Flexibler Hals, 360° drehbar.



Sicherer Standfuß.

Die neuen Leselichter Lumi Plus machen ein tolles Licht, sind vielseitig verwendbar und hochwertig verarbeitet.

Leuchtende Schönheiten

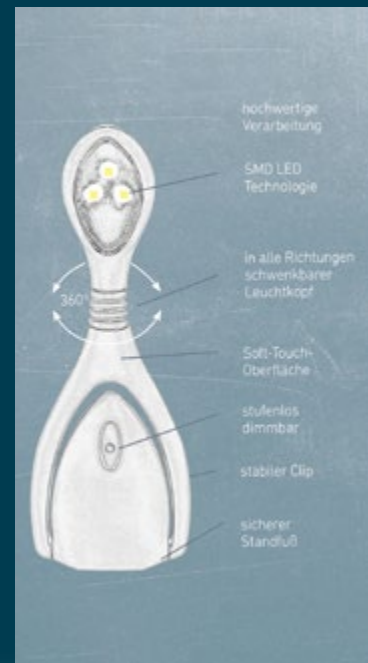
Der Moses Verlag ist bekannt für seine guten Ideen und tollen Produkte. Auch im Frühjahrsprogramm 2019 hält das Kempener Unternehmen einige Produkt-Highlights parat, darunter die verbesserten Leselichter der Serie Lumi Plus.

Leseluchten sind längst nicht mehr ausschließlich auf ihre Funktionalität reduziert, auch ihr Erscheinungsbild ist von entscheidender Bedeutung. Denn nur so werden sie zu leuchtenden Schönheiten. Beide Aspekte vereint der Moses Verlag mit seinen verbesserten Leselichtern Lumi Plus. Sie bestechen durch ihre hochwertige Verarbeitung und ihr durchdachtes Design. Dank superflexiblem Hals und stabilem Clip sind sie jeder Herausforderung gewachsen. Weitere praktische Eigenschaften sind das stufenlos dimmbare Leselicht mit drei SMD LEDs inklusive flexiblem Leuchtkopf und stabilem Clip zum Befestigen am Buch oder als Standfläche. Die Leuchtdauer beträgt circa 18 Stunden. Moses bietet die Lese-

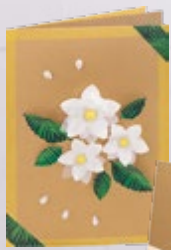
lichter Lumi Plus in einer transparenten Geschenkbox an. Angeboten wird ebenfalls ein Display. Es enthält je eine Verpackungseinheit (VE) mit je drei Stück der sechs Designs (insgesamt 18 Lumis). Für Händler, die nicht gleich das gesamte Display möchten, bietet Moses jeweils alle Designs auch als Dreier-Pack an, sowie als gemischtes Sortiment: je ein Stück der sechs Designs.

Zeitlose Eleganz gepaart mit hoher Alltagstauglichkeit ist das Markenzeichen der verbesserten Leselichter Lumi Plus. Neben der besonderen Optik und der Verarbeitungsqualität besitzen sie eine einzigartige Ausstrahlung. So ist jede Lumi Plus Leuchte ein echter Eye-Catcher!

www.moses-verlag.de



Kraftpapier eignet sich auch ideal, um edle Grußkarten zu basteln und somit ein Geschenk individuell abzurunden. Der einmalige Vintage-Look sorgt für eine aussagekräftige Optik und begeistert.



Markant und voll im Trend

Kraftpapier wird für seine puristische Ausstrahlung geschätzt und ist beim Basteln und Gestalten beliebt. Bestempelt, beklebt oder mit Anhängern versehen wirkt Kraftpapier nostalgisch und modern zugleich. Folia greift dieses Thema mit verschiedenen kreativen Produkten auf.

Kraftpapier bedruckt und unbedruckt

Wer ein aussagekräftiges, markantes Papier mit natürlichem Charakter und dem Zeug zum Multitalent sucht, findet es bei Folia. Vor allem die neuen Kraftpapierblöcke in uni und mit Motivdruck bestechen durch kreative Designs und eignen sich wunderbar für hochwertige Bastelarbeiten. Die verschiedenen Designs der Papiere reichen von zeitlos bis trendig innovativ und sorgen für großen Bastelspaß bei Jung und Alt. In jedem Block befinden sich 20 Blatt in DIN A4, davon je zehn Blatt mit 120 g/m² und zehn Blatt mit 230 g/m² sortiert.

Kraftpapier und Kraftkarton lose

Das Kraftpapier mit 120 g/m² gibt es in DIN A4 mit 100 Blatt sowie in 50 x 70 cm à 25 Bogen. Der Kraftkarton mit 230 g/m² ist mit 50 Blatt

und ebenfalls in 50 x 70 cm à 25 Bogen erhältlich.

Diese Papiere leisten einen wichtigen Beitrag für einen aktiven Umweltschutz, denn sie sind nach „PEFC“ und „Der Blaue Engel“ zertifiziert. Durch eine zusätzliche LGA-Prüfung sowie das „Made-in-Germany-Label“ werden Verbraucherakzeptanz und Vertrauen in Folia-Artikel erhöht.

Schenken und Verpacken mit Kraftpapier

Kraftpapier eignet sich auch ideal, um edle Grußkarten zu basteln und somit ein Geschenk individuell abzurunden. Der einmalige Vintage-Look sorgt für eine aussagekräftige Optik und begeistert. Die Doppelkarten gibt es im Format 10,5 x 15 cm und in jeder Packung befinden sich fünf Karten mit fünf farblich passenden Einlegeblättern sowie Kuverts. Die Doppelkarten

sind nach „PEFC“ und „Der Blaue Engel“ zertifiziert und leisten somit ebenfalls einen wichtigen Anteil zum Umweltschutz.

Ideal zum Verschenken sind die lebensmittelechten Blockbodenbeutel aus Kraftpapier, die FSC-zertifiziert sind. In jeder Packung befinden sich 15 Beutel und damit lässt sich vor allem Selbstgemachtes kreativ verschenken. Als Ergänzung zu den Blockbodenbeuteln bietet Folia Papiertüten mit gedrehtem Papiertragegriff in vier verschiedenen Größen an. Auch hier bietet das Kraftpapier viele Möglichkeiten zum weiteren Verzieren und Basteln an. Die Geschenkanhänger von Folia in „Ganzjahr/Weihnachten natur“ runden das Sortiment zum Thema Schenken und Verpacken ab und in jeder Packung befindet sich auch gleich eine zwei Meter lange Schnur, damit man sofort loslegen kann.

www.folia.de





Zarbock

Druck geht auch grün.

Top-Druckqualität ist für uns seit über 90 Jahren selbstverständlich. Als Frankfurter Unternehmen sind wir nicht auf der grünen Wiese, sondern in Ihrer Nähe. Grün ist aber unser verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt. Klimaneutraler Druck und die Verwendung von FSC- und PEFC-zertifizierten Papieren gehören ebenso dazu, wie die Wärmerückgewinnung aus unseren Maschinen, Ökofarben und Wasserlacke. Möchten auch Sie Ihre Printprodukte nachhaltiger gestalten? Rufen Sie uns an.

Ihr Druckprodukt ist bei uns in besten Händen:

- **Imagebroschüren**
- **Verkaufsfolder**
- **Magazine**
- **Nachhaltigkeitsberichte**
- **und natürlich auch Geschäftsberichte, Kataloge, Präsentationsmappen ...**



ZARBOCK

Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG
Sontraer Straße 6 · 60386 Frankfurt am Main
E-Mail: info@zarbock.de · Web: www.zarbock.de

069 / 42 09 03-0

Dünnere Schulbleistift mit Maximum-Halt

Der ergonomische Bleistift Stabilo Easy graph S ist die gelungene Weiterführung des erfolgreichen Stabilo Easy graph um fortgeschrittene Schulkinder mit etwas größeren Händen beim Schreibenübungen optimal zu unterstützen. Mit seiner ergonomischen Dreiecks-Form und dem schmalen Schaft passt der Stabilo Easy graph S perfekt in größere Schülerhände. Auch länger andauerndes und präzises Schreiben auf feinen Linien und Karopapier bleibt durch die dünnere HB Mine angenehm und entspannt. Seine rutschfesten Griffmulden entlasten die Finger und unterstützen die Entwicklung eines leserlichen Schriftbildes. Und das ganz individuell für Links- und Rechtshänder.

Der Stabilo Easy graph S ist der neue Schul-Bleistift, der besonders Kinder beim Schreiben üben unterstützt. Der Stabilo Easy graph S mit Härtegrad HB ist in fünf frischen Schaftfarben erhältlich: Petrol, Pink, Blau, Orange und Grün. Er ist aus zu hundert Prozent streng kontrolliertem und FSC-zertifiziertem Holz gefertigt.

www.stabilo.com



Mit dem Stabilo Easy graph S kann der Handel bei Schreib- und Mal-Ergonomie als Verkaufsargument punkten.

Ergonomischer Tintenroller – Unikate im Graffiti-Look

Die Stabilo Easy original Graffiti Edition erweitert die Erfolgsreihe um ein neues, angesagtes Graffiti-Design in drei Farbvarianten: Blau, Magenta und Grün. Jede Musterung ist einzigartig, was aus jedem Tintenroller ein echtes Unikat macht. Die neue Stabilo Easy original Graffiti Edition vereint ergonomisches und komfortables Schreiben mit angesagtem Graffiti-Look.

Die Tintenroller Technologie mit robuster Spitze sorgt dabei für eine leichte Schreibführung, die ein sauberes Schriftbild ohne Klecksen und Kratzen ermöglicht. Zudem ist der Stift ideal für Schüler, die das Schreiben erlernen oder verbessern möchten, denn bei jedem Patronenwechsel wird die Spitze ausgetauscht und schreibt damit immer optimal. Die speziellen Versionen für Links- und Rechtshänder sowie die ergono-

mischen Griffzonen sorgen zusätzlich für eine entspanntere Handhaltung beim Schreiben und verhindern dadurch ein frühzeitiges Ermüden der Muskulatur beim Schreiben. Die Nachfüllpatronen gibt es in königsblauer Schultinte (löschar), schwarzer oder roter Tinte. Zur Verfügung stehen zwei Strichstärken: fine (0,3 mm, Blau für feineres Schreiben) und medium (0,5 mm, Blau, Schwarz und Rot).

Das Spray-Design bietet noch mehr Möglichkeiten, seinen individuellen Geschmack auszudrücken. Ergonomie als Verkaufsargument für anspruchsvolle Kunden bietet einen zusätzlichen Aspekt. Der Stabilo Easy original wurde in Zusammenarbeit mit Wissenschaftlern, Lehrern und Schülern entwickelt.

www.stabilo.com



Die neue Graffiti Edition des Stabilo Easy original macht jeden Stift zum Unikat.



Der beste Buddy für die Schule

Der beliebte Schulfüller ist der innovative Begleiter für kleine Helden und Heldinnen der Grundschule: der Stabilo Easy buddy – ein ergonomischer Schulfüller, der ein sauberes Schriftbild und ermüdungsarmes Schreiben ermöglicht. In ihm steckt das ganze Expertenwissen der Stabilo Ergonomie-Profis. Durch die ergonomische Soft-Griffzone aus rutschfestem Material ist der Stabilo Easy buddy für Links- und Rechtshänder gleichermaßen geeignet und liegt angenehm in der Kinderhand. Das Gehäuse aus langlebigem Kunststoff mündet in einer Feder mit Iridiumkorn. Die Spitze wird von einer gefederten Kappe geschützt, um einen Pumpeffekt, also das Zuführen von Luft in das Tintenleitsystem, beim Wiederholten Aufsetzen der Kappe zu vermeiden und damit das Risiko des Auslaufens der Tinte

zu minimieren. Durch das extra große Sichtfenster zur Tintenstandskontrolle ist jederzeit zu sehen, wie es um den Füllstand beider Patronen steht.

Die Designvarianten Lila/Magenta, Dunkelblau/Hellblau und Schwarz/Limette – und jetzt neu die drei weiteren Farbvarianten Schwarz/Himmelblau, Koralle/Rot und Limette/Grün – sorgen bei Jungs und Mädchen für den perfekten Schwung auf dem Papier und sind einen echten Hingucker im Federmäppchen. Erhältlich ist der Stabsdilo Easy buddy in drei Federvarianten (L, M, A) und kann mit handelsüblichen Tintenpatronen benutzt werden.

www.stabilo.com



Stabilo Gel Exxx:
Der erste
Stabilo Stift mit
radierbarer
Gel-Tinte.

Radierbarer Tintenroller

Der neue Stabilo Gel Exxx ist ideal für Schule, Uni und Büro. Ob schreiben, radieren oder korrigieren – der neue Tintenroller ist perfekt für den Alltag. Damit ist das Ausbessern kein Problem mehr. Fehler lassen sich dank des integrierten Radierers am Schaftende schnell und gründlich beheben und gleich wieder überschreiben. Mit dem Allrounder ist ein ordentliches und schönes Schriftbild kein Problem. Denn die Medium-Spitze (0,5 mm) und ein optimierter Tintenfluss sorgen für ein angenehm weiches Schreibgefühl, so dass sich der Tintenroller auch für Vielschreiber perfekt eignet. Durch die sechs verfügbaren Farben – Blau, Schwarz, Rot, Grün, Pink und Türkis – bringt der Gel Exxx dabei mehr Farbe aufs Papier. Mit den Stabilo Gel Exxx Refills lassen sich die Tintenroller zudem einfach nachfüllen. Der Stabilo Gel Exxx eignet sich bestens für Schüler, Studenten und Berufstätige, die mit einem Schreibgerät schreiben und korrigieren möchten. Der Stabilo Gel Exxx ist der erste Stabilo Stift mit radierbarer Gel-Tinte. Ein echter Problemlöser, mit dem Sie gegenüber den Kunden punkten können. www.stabilo.com



Individuelle Etuis

Jeder hat seinen eigenen persönlichen Style. Die neue „Individual. Just like you!“ Edition bringt Design auf ein ganz neues Level. Die Kombination von Form und Algorithmus garantiert, dass jede Packung einzigartig ist.

Den Fineliner Stabilo point 88 gibt es wahlweise in einem Etui mit 15 Farben oder in einem Rollerset mit 25 Farben. Auch ist der Premium-Filzstift Stabilo Pen 68 in einem Rollerset mit 25 Farben zu haben. Die Sets sind nicht nur ideal für Schule, Uni und Büro – sie sind auch bestens geeignet als Geschenk. Die Edition ist nur begrenzte Zeit erhältlich. www.stabilo.com



Ultra cool sind die Scout Funny Snaps, durch die Schulkinder Ihren Ranzen individualisieren und immer wieder neu verzieren können.

Der neue Scout Ultra: ein Hybrid-Schulranzen, der die Vorzüge von herkömmlichen Ranzen mit denen eines Schulrucksacks verbindet.

Optisch ist der Scout Ultra lässig wie ein Rucksack und gleichzeitig stabil wie ein Ranzen.

Stabilität trifft neue Lässigkeit

Kinder und Eltern standen bisher vor der Entscheidung: Schulrucksack oder Schulranzen? Ab der Schulranzensaison 2019 hat der Fachhandel darauf eine neue Antwort, denn der neue Scout Ultra ist ein Hybrid-Modell: ein Rucksack mit der Stabilität eines Schulranzens.

Der neue Scout Ultra wurde von der Mitte zu den Seiten hin konstruiert: Deckelklappe und Front sind so stabil, dass das neue stufenlose Magnet-Rasterschloss wie von selbst einrastet und sich sehr leicht auf der gewünschten Höhe schließen lässt. Die Seitenbereiche sind hingegen bewusst soft gestaltet – das macht den Neuen beim Tragen sehr bequem.

Reduzierte Optik, neue Individualisierbarkeit

Auffällig am neuen Scout Ultra ist die „große Klappe“. Der dominante Überschlag spricht designmäßig eine ganz eigene Sprache. Die dadurch entstehende große Fläche kommt dem gestiegenen Wunsch nach einem individuellen Schulgepäck entgegen: Auf ihr können die neuen „Funny Snaps“ platziert werden – farblich und thematisch auf

den Schulranzen abgestimmte Accessoires, die sicher an zwei farbigen Ösen befestigt werden. Auch an der Sporttasche ist eine Öse dafür vorgesehen. Jedem Scout Ultra liegen sechs Funny Snaps zum Wechseln und Immer-wieder-neu-kombinieren bei.

Nachhaltig in mehrfacher Hinsicht

Das Polyestergewebe des neuen Scout Ultra stammt aus recycelten PET-Flaschen – ein aktiver Beitrag zu mehr Umweltschutz und Müllvermeidung. Selbstverständlich ist der Scout Ultra, wie alle Scouts, recyclingfähig. Ein weiterer Beitrag zur Nachhaltigkeit ist die Designsprache: Denn je zeitloser die Muster und Dessins (und je ansprechender die Individualisierungsoption), umso länger ist die Nutzungsdauer des Schulgepächs.

Ergonomisch und bequem

Wie alle Scouts ist auch der neue Ultra so rückenfreundlich, dass er das Gütesiegel der Aktion Gesunder Rücken e. V. (AGR) tragen darf. Damit können Eltern und Kinder sicher sein: Der neue Scout Ultra punktet nicht nur mit attraktivem, eigenständigem Design und umweltbewussten Materialien, sondern ist auch besonders ergonomisch und bequem.

Der neue Scout Ultra ist ab Januar 2019 im Handel erhältlich – im Komplett-Set inklusive hochwertiger Sporttasche, 23-teiligem Schüleretui und Schlamber-Etui. Zum Start wird eine Kollektion mit zehn Motiven aufgelegt. Ein attraktives Deko-Podest präsentiert den Scout Ultra im Verkaufsraum – gemeinsam mit den passenden Funny Snaps.

www.scout-schulranzen.de



Neu bei Jüscha sind hochwertige Lederwaren der Firma Mika. Es sind formschöne und gleichzeitig unverwüstliche Modelle in den verschiedensten Formaten.

Platz für Neues und Bewährtes

Anlässlich der Frankfurter Paperworld in Frankfurt präsentiert Jüscha an einem neuen Messestandplatz eine neue Marke. Zum 1. Januar 2019 hat das Wermelskirchener Unternehmen die Firma Mika Lederwaren aus Lichtenau bei Chemnitz übernommen.

Mika blickt auf eine lange Tradition in der Lederproduktion zurück und wurde bereits im Jahr 1945 gegründet. Das Unternehmen wurde 1953 in die Planwirtschaft der DDR integriert und nach der Wende übernahm Jörg Kleinschmidt den elterlichen Betrieb. Bis heute importiert und vertreibt Mika hochwertige Lederwaren in ganz Europa. „Diese Tradition wollen wir fortführen und die ansprechenden Kollektionen in unsere Sortimente übernehmen“, berichtet Jürgen Nowak, Geschäftsführer der Jüscha GmbH.

Die mannigfaltige, in ihren Details bestechende Produktpalette reicht dabei vom exklusiven Schlüsselanhänger über die klassische Geldbörse bis hin zur hochwertigen Damentasche und Business-Accessoires. Als eines der wenigen Unternehmen in Deutschland bietet Mika ein in Europa gefertigtes, hochwertiges Sortiment an Sattellederprodukten an.

Die neue Marke und die damit verbundenen neuen Sortimente sind im aktuellen Jüscha Katalog 2019 selbstverständlich beinhaltet. Auf

der Paperworld vom 26. bis 29. Januar in Frankfurt sind die Produkte erstmalig zu begutachten. Hier wechselt Jüscha den Standplatz und ist in diesem Jahr am Stand B90 in der Halle 3.0 zu finden. „Wir hoffen an diesem Standort auf eine ähnlich hohe Besucherdichte wie an unserem alten Standplatz und freuen uns bereits jetzt, unseren Kunden die neue Marke Mika, wie auch weitere Neuerscheinungen aus dem Hause Jüscha präsentieren zu dürfen“, erklärt Jürgen Nowak abschließend.

www.juescha.de



Der Kindergartenrucksack Mini-Me präsentiert sich absolut tierisch mit sechs dezenten Designs. Das Modell Mini-Me sieht nicht nur gut aus, es bietet auch viel Stauraum und rückenfreundliche Eigenschaften für tollen Tragekomfort.

Angesagte Modelle für Kindergarten und Schule

Zum neuen Jahr hält Undercover, Spezialist für Schulranzen, Taschen und Schulrucksäcke, ein breites Sortiment für Kindergarten- und Schulkinder parat. Brandneu präsentieren sich der Kindergartenrucksack Mini-Me und die Marke „neoxx“.

Es ist nicht nur der trendbewusste Auftritt, der die neuen Produkte von Undercover so besonders macht, – auch die hochwertige Verarbeitungsqualität ga-

rantiert den Kids lange Freude an den Rucksäcken für Kindergarten und Schule. Zum Start ins neue Jahr stellt das Unternehmen zwei neue Highlights vor.

nicht nur gut aussehen, er bietet auch viel Stauraum und rückenfreundliche Eigenschaften für tollen Tragekomfort. In dem großen Hauptfach, der Vortasche und den seitlichen Netztaschen finden Trinkflasche, Brotzeitdose und sämtlicher Alltagschätze Platz. Für eine einfache Handhabung ist das Hauptfach mit einem Zwei-Wege-Reißverschluss ausgestattet. Der gepolsterte Rücken und die höhenverstellbaren Tragegurte mit weichem Mesh-Einsatz versprechen einen bequemen Sitz. Ein abnehmbare Brustgurt hält die Träger gleichmäßig auf den zierlichen

Kindergartenrucksack Mini-Me mit seinen tierischen Begleitern.



Tierisch tolle Begleiter von „Scooli“

„Scooli“ erweitert seine Kindergarten-Produktlinie mit dem Kindergartenrucksack Mini-Me. Absolut tierisch sind die sechs dezenten Designs mit süßen Motive rund um Max Monkey, Henri Hippo, Rosie Rabbit, Bella Bunny, Ida und Jill, the forest friends oder Peter Penguin. Der neue Rucksack kann aber



Vom Plastikmüll zum coolen Rucksack: das Innenfutter des Rucksacks ist aus recycelten PET-Flaschen.

Kinderschultern. Robuste und wasserabweisende Materialien machen Mini-Me bereit für große Abenteuer im Kindergarten oder auf Ausflügen. Die Mini-Me Kollektion ist im Frühjahr 2019 erhältlich.

„neoxx“ – die neue Schulrucksack-Marke

Be unstoppable – das ist das Motto der neuen Schulrucksack-Marke „neoxx“ für die weiterführende Schule. Egal, welcher Herausforderung die Schulrucksäcke gestellt werden, die „neoxx“ Schulrucksäcke sind die richtigen Begleiter. Dafür sind sie extra leicht, bieten neben ergonomischen Eigenschaften praktische Features und sehen stylisch aus. „Bei der Entwicklung der Kollektion und der Marke haben wir uns eng mit 9- bis 13-Jährigen ausgetauscht, schließlich ist der Rucksack für sie gedacht“, sagt Geschäftsführer Michael Fortdran.

Auch das Thema Nachhaltigkeit spielt in der Kollektion eine wichtige Rolle. Die Textilfasern des Innenfutters der „neoxx“ Produkt bestehen zu 100 Prozent aus recycelten PET-Flaschen. „Wir wollen auch in Zukunft noch viele Abenteuer in der Natur erleben. Daher ist es uns

besonders wichtig, natürliche Ressourcen zu schonen und die Natur sauber zu halten, in dem wir Plastikmüll zu coolen Rucksäcken upcyclen.“, erklärt Herr Fortdran. Aktuell besteht der Active Rucksack aus circa 15 recycelten Flaschen. In Zukunft soll das Thema nachhaltige Materialien für „neoxx“ Produkte weiter ausgebaut werden.

Die „neoxx“ Rucksäcke kommen in zwei Modellen für unterschiedliche Ansprüche. Das Modell Active ist besonders für aktive Teenager der ideale Begleiter. Ob zum Bus gesprintet wird, zur Schule geskattet oder mit dem Fahrrad die neue Rampe ausprobiert wird, der Rucksack sitzt bequem. Dafür sorgen ein gepolstertes Rückenbett und viele ergonomische Features, wie ein abnehmbarer Hüftgurt zur Entlastung des Rückens oder Lageverstellriemen zur rückennahen Platzierung des Gewichts. Durch die praktische Fächeraufteilung ist im Active Schulrucksack immer alles schnell zur Hand.

Jugendliche, die lieber minimalistisch und ohne viel Schnickschnack unterwegs sind, greifen zu dem Modell Fly. Auch hier findet

man ein gepolstertes Rückenbett, höhenverstellbare gepolsterte Träger mit Mesh-Einsatz sowie viel Platz. Dabei ist er nur rund 600 Gramm leicht.

Richtig originell sind die Designs: Von verspielten Mustern bis hin zu dezenten Designs mit knalligen Neon-Akzenten gibt es zum Start eine Auswahl von sechs verschiedenen Designs. Passend in allen Designs sind jeweils die Champ Sporttasche mit praktischem Nass- und Schmutzfach und die Catch Schlamperbox erhältlich.

www.undercover-germany.de

Der Schulrucksack „neoxx“ ist extra leicht und bietet neben ergonomischen Eigenschaften praktische Features.



Life **style**le



Sanft gebettet

Streifen und Linien, dick und breit oder dünn und fein - ganz egal, Hauptsache Pastell. Mit den Bettwäsche-Kollektionen von TOM TAILOR ziehen Streifen und zarte Farbtöne in das Schlafzimmer ein. So hübsch gebettet, will man fast kein Auge zu machen. Doch das angenehme Material verführt am Ende doch zum Entspannen und Träumen.

www.tom-tailor.com

Wenn die Sonne wieder wärmt...

Mit Frühlingsgefühlen beginnt für viele die schönste Zeit des Jahres. Dann schmücken sorgfältig ausgesuchte Symbole des Osterfestes Wohnungen und Terrassen. Die Frühlingsthemen von Fink Living werden mit viel Gespür für außerordentliche Qualität und großem handwerklichem Können gefertigt. Sie zaubern eine trendig heitere Eleganz ins Ambiente. Highlight ist eine mit viel Liebe fürs Detail gearbeitete Hasenfamilie aus Keramik. Diese bringt die Ostereier in Silber, Weiß und angesagten Pastelltönen. Eier- und Stumpenkerzen in elegantem Creme, Grau und Rosé tauchen den Ostertisch in stimmungsvolles Licht. Gleichzeitig wird Fink Living mit Vasen,

Schalen, Kerzenhaltern und Windlichtern den modernen Ansprüchen an kreatives Design, hochwertige Materialien und sorgfältige Verarbeitung gerecht: Dekoaccessoires mit Unikatcharakter für einen glänzenden Frühlingsanfang.

www.fink-living.de



Das Auge isst mit

Ein stilvoll gedeckter Tisch lässt ihre kulinarischen Köstlichkeiten gleich viel verlockender erscheinen. Und das Auge isst ja bekanntlich mit. Deshalb wird es mit dem erfrischend aufregerten Tafeldekor aus hochwertiger Keramik von Wittkemper Living besonders geschmackvoll. Klassisch, zeitlos und doch besonders: mit dem Dekor in sanften Erdtönen oder zarten Pastellnuancen bringt man Freude und Natürlichkeit auf den Tisch. Die harmonisierenden und formschönen Edelstahl-Bestecke, die sich unter anderem in einem spannenden Bicolor-Look in Metalltönen und Schwarz zeigen, sorgen für individuelle, glanzvolle Akzente. Den Kombinationsmöglichkeiten sind hierbei keine Grenzen gesetzt.

www.wittkemper-living.com

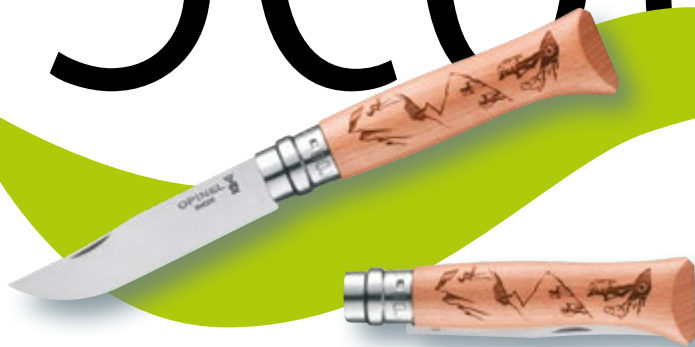


Fühlt sich nach Meer an

Die gute Laune fängt schon morgens im Bad an, wenn Seesterne, Muscheln und türkisfarbene Glassteine mit einer frischen Brise und Insel-feeling aufwarten. Halskette Mare von Jewels by Leonardo verückt durch seinen großen, aber schlanken und fein facettierten lagunenfarbenen Anhänger. Eine zauberhafte Muschel-Coin aus Edelstahl und eine kleine Imitatperle setzen dort ein weiteres Highlight. Lagunenfarbene Gasperlen frisch in die filigrane Edelstahlkette auf. Beides ist so leicht und trotzdem hochwertig, dass man es gerne den ganzen Tag trägt.

www.leonardo.de

Scout



Scharf und schön

Das französische Opinel-Taschenmesser ist besonders beliebt bei Outdoorfreunden – ein verlässlicher Begleiter bei jeder Tour. Und wie wäre es eigentlich

mit einem Opinelmesser, das gleich noch das Lieblingshobby perfekt in Szene setzt? Egal ob Wandern, Radfahren oder Skifahren, Opinel bietet mit der Se-

rie „Gravure Sport“ das passende Messer! Als Grundlage dient ein Messer der Größe 8 mit einer Klinge aus rostfreiem, modifiziertem Sandvik-Stahl 12C27. Für den Griff dient das bei Opinel übliche Buchenholz, auf dem mittels Laser das Motiv graviert wurde. Natürlich wird die Klinge mittels Virobloc-System im geöffneten und geschlossenen Zustand gesichert.

www.opinel.com



Ordnung garantiert

Teefreunde kennen das Problem: Wo ist nochmal der grüne Tee, wo der Oolong, wo der Darjeeling? Hier kommen die fest verschließbaren Teedosen der Marke Eigenart genau richtig. Mit Kreide schreibt man einfach drauf, was drin ist. So gibt es nie mehr Verwirrung beim Teeko-chen...

www.eigenart.me



Nachhaltig

Natürlich, einladend und authentisch – Holz ist mit Abstand eines der schönsten Materialien der Welt und erfreut sich, vor allem im Haushalt, immer größerer Beliebtheit. Geradezu berufen für den Einsatz in der Küche, überzeugen Utensilien aus Holz, neben der unvergleichlichen Optik und Haptik, darüber hinaus in puncto Lebensdauer, Ökologie und Hygiene. Entworfen in Dänemark, produziert in Europa, hergestellt in der Natur und jedes Stück ein Unikat. Scanwood-Produkte sind umweltfreundlich, FSC-zertifiziert und aus nachhaltigen und sorgfältig ausgewählten Quellen in Europa hergestellt. Die hochwertigen Design-Holzprodukte besitzen Charakter, Qualität und halten ein breites Sortiment für jeden Gusto bereit.

www.scanwood.com



Sanfte Töne

2019 wird es soft. GEFU taucht im neuen Jahr zwölf seiner Design-Produkte der limitierten Sonderedition „Colour Edition“ in sanftes Rose, Mint, Hellblau und Rot. Mit diesen Retro-Pastellönen setzt GEFU auf die aktuellen

Trendfarben im Accessoire-Bereich und gekonnte Akzente in der Küche. Neu im Sortiment: Deckelöffner „Strapo“, Teigschaber „Pastry“, Spiralschneider „Rösli“, Eisportionierer „Globe“ und Tee-Ei „Teva“.

www.gefu.com



Datenschutztag auf europäischer Ebene

Die Paperworld wird auch in diesem Jahr von HSM genutzt, um die Neuheiten und das bestehende Sortiment zu präsentieren. Im Fokus steht aber auch der Europäische Datenschutztag, der mit einem informativen Rahmenprogramm gefeiert wird.

Der Europäische Datenschutztag ist ein auf Initiative des Europarats ins Leben gerufener Aktionstag für den Datenschutz. Er wird bereits seit 2007 jährlich am 28. Januar gefeiert. Dieses Datum ist zurückzuführen auf die Unterzeichnung der Europäischen Datenschutzkonvention am 28. Januar 1981. Ziel des Europäischen Datenschutztages, an dem sich alle mit Datenschutz befassten Stellen in Europa mit Veranstaltungen und Aktionen beteiligen sollen, ist es, das Bewusstsein der Bevölkerung im Kontext des Datenschutzes zu erhöhen bzw. zu sensibilisieren. Dies soll durch Aktionen aller mit dem Datenschutz betrauten Organisationen erfolgen. 2008 schlossen sich die Vereinigten Staaten und Kanada der Initiative der Europäischen Kommission an.

Seitdem wird in diesen Staaten zeitgleich mit dem Europäischen Datenschutztag der Data Privacy Day begangen.

Datenschutz geht jeden etwas an und steht für das grundgesetzlich abgesicherte Recht, dass jeder Mensch prinzipiell selbst darüber entscheiden darf, wem wann welche seiner persönlichen Daten zugänglich sein sollen. Ziel des Datenschutzes ist es unter anderem, dem „gläsernen Menschen“ und den damit verbundenen Konsequenzen entgegenzuwirken. HSM nimmt diesen Auftrag ernst und sieht sich in diesem Kontext als Aufklärer. Deshalb steht für HSM die Paperworld erneut im Zeichen des Datenschutzes – Grund genug im Rahmen des Europäischen Datenschutztages 2019 ein informati-

ves und attraktives Rahmenprogramm auf dem Messestand zu veranstalten.

Fortführung Datenschutz-Kampagne

Aufgrund der noch immer aktuellen Brisanz rund um die Themen DSGVO und ISO/IEC 21964 wird die plakative Datenschutz-Kampagne auch in diesem Jahr fortgeführt. Die Kampagne, mit dem eindringlichen Slogan „Machen Sie nicht den gleichen Fehler! Vernichten statt wegwerfen.“, wurde weiter ausgebaut und verschärft, um so für mehr Achtsamkeit in puncto Datenschutz zu werben. HSM möchte mit vielen Fallbeispielen aus den unterschiedlichsten Branchen ein Bewusstsein dafür schaffen, wie schnell persönliche Daten in die



Die im vergangenen Jahr gestartete Reisegutschein-Aktion wird bis zum 31. Dezember verlängert.

falschen Hände geraten können. Die Kernaussage lautet: Es kann wirklich jeden treffen – schützen Sie sich mit einem HSM Aktenvernichter.

Für den Fachhandel stehen zur Bewerbung umfangreiche Marketingmaterialien zur Verfügung. Unter www.hsm.eu/datenschutz hat HSM weitere nützliche Informationen rund um das Thema Datenschutz zusammengetragen.

Verlängerung der Reisegutschein-Aktion

Die im vergangenen Jahr gestartete Reisegutschein-Aktion für den Handel und deren Endkunden erfreute sich im Laufe des letzten Jahres so großer Beliebtheit, dass diese nun bis zum 31. Dezember 2019 verlängert wurde. Unter dem neuen Motto „Entdecken Sie die Welt mit HSM Aktenvernichtern!“ gibt es beim Kauf eines Aktionsproduktes wie ge-

habt einen Reisegutschein gratis dazu. Dem Fachhandel steht zur Aktionsbewerbung umfangreiches Material zur Verfügung, wie beispielsweise Bildmaterial der HSM Aktenvernichter speziell in Urlaubsumgebungen, Online-Banner, eine Landing Page, Promotionflyer sowie diverses VFK-Material für das Ladengeschäft. Der HSM Messestand befindet sich wieder in Halle 3.0, Stand D85 www.hsm.eu

Der Europäische Datenschutztag wird seit 2007 jährlich am 28. Januar gefeiert.



Wer sich mit der neuen EU-Datenschutzgrundverordnung beschäftigt hat, weiß, dass unter jedem Schreibtisch ein Aktenvernichter platziert sein sollte.

Neue Produktlinie trägt den Namen „Leitz IQ“

Leitz steht für höchste Qualität und Premium-Design. Diese Erwartungen erfüllt die Marke auch bei seiner neuesten Produktlinie: Leitz IQ Aktenvernichter. Nichts davon gehört? Kein Wunder. Die Geräte arbeiten ja auch besonders leise.

Unter dem Label „Leitz IQ“ präsentiert Leitz Acco Brands ab sofort eine neue Shredder-Produktlinie. Der Name ist zugleich Programm. Denn IQ steht hier für „Intelligent“ und „Quiet“. Alle Gerä-

te sind mit einer Anti-Stau-Technologie ausgestattet – werden zu viele Seiten auf einmal zugeführt, stoppt der Aktenvernichter automatisch und schaltet auf Rücklauf. Je nach Modell können bis zu 20

Blätter auf einmal geschreddert werden. Die Touch Control Steuerung reagiert bereits auf leichte Berührung und stoppt im Notfall das Schreddern. Zudem gibt es ein Slim-Gerät, das platzsparend



Die Leitz IQ-Serie ist mit einer Anti-Stau-Technologie ausgestattet. Werden zu viele Seiten auf einmal zugeführt, stoppt der Aktenvernichter automatisch und schaltet auf Rücklauf. Die Touch Control Steuerung reagiert bereits auf leichte Berührung.

unter den Schreibtisch oder in das Regal zuhause passt. Besonders leise laufende Schneidwellen und Motoren, die auch längere Laufzeiten bis zu 240 Minuten problemlos wegstecken können, sorgen dafür, dass man insbesondere die Geräte der Office und Office Pro Serie bei der Arbeit kaum hört.

Wer sich mit der neuen EU-Datenschutzgrundverordnung beschäftigt hat, weiß, dass heutzutage unter jedem Schreibtisch ein Aktenvernichter platziert sein sollte und dass die Schredder hohe Sicherheitsstufen erfüllen müssen: Mit P4 bis P6 positioniert sich Leitz weit oben auf der Skala. So zerschreddert das Spitzenmodell P6+ die Seiten in 12.000 kleine Partikel und damit in doppelt so viele Partikel wie die DIN-Norm P6 fordert. Das Modell P5+ sogar in dreimal so kleine Partikel wie in der DIN-Norm P5 vorgeschrieben.

Leitz Acco Brands unterteilt seine neue Aktenvernichter-Range in drei Kategorien:

- Leitz IQ Office Pro Aktenvernichter – perfekt für höchste Sicher-



Die Geräte der Office und Office Pro Serie sind bei der Arbeit kaum zu hören.

heit und anspruchsvolle Schredderaufgaben im Büro.

- Leitz IQ Office Aktenvernichter – genau richtig für den täglichen Einsatz in jedem Büro.
- Leitz IQ Home Office Aktenvernichter – ideal für den gelegentlichen Einsatz an Einzelarbeitsplätzen, ob daheim oder im Büro.

Normale Heft- und Büroklammern müssen bei keinen der Geräte entfernt werden. Einen Beitrag zur komfortablen Bedienung leisten zudem die großzügig bemessenen Auffangbehälter für die geschredderten Seiten (23 bis 30 Liter). Ein Sichtfenster gibt Einblick auf den Füllstand.



Banksy Hommage

Die Orgatec 2018 wurde für Leitz Acco Brands zur Bühne neuer Produkte und starker Innovationen. Im Fokus stand dabei auch der neue Aktenvernichter von Leitz. Dazu gab es eine besondere Inszenierung am Stand. Anders als bei der Versteigerung eines Bildes des Künstlers Banksy, das irrtümlicherweise nicht komplett geschreddert wurde, zeigte Leitz unter dem Motto „Mit Leitz alles im Griff“ wie modernes Aktenvernichten richtig und perfekt funktioniert. Heutzutage sollte unter jedem Schreibtisch ein Aktenvernichter platziert sein. Seit der neuen Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) müssen personenbezogene Unterlagen nämlich nach bestimmten Vorgaben richtig vernichtet werden. Mit Leitz können Betriebe gewissenhaft und stilvoll, getreu dem Motto „Mit Leitz alles im Griff“ das Aktenvernichten erledigen.

www.leitz.de



Baumpflanz-Initiative in Europa gestartet

Die Aufbewahrungs- und Archivierungsmarke Bankers Box hat eine Plant-a-Tree-Initiative gestartet, die wesentlich zu Aufforstungsprojekten auf der ganzen Welt beitragen soll.

Europäische Kunden, die Bankers Box Archivprodukte aus Wellpappe kaufen, können sich jetzt registrieren, um einen Baum innerhalb eines Waldgebietes auf der ganzen Welt pflanzen zu lassen. Steven Hickey, European Business Team Manager für Bankers Box, erklärt: „Wir freuen uns sehr, die Plant-a-Tree-Initiative in Zusammenarbeit mit Tree Nation zu starten – einer etablierten, glo-

balen Organisation mit dem Ziel, den Klimawandel durch das Pflanzen von Bäumen zu bekämpfen.“

„Es ist für Kunden, die unsere Produkte kaufen, ein Kinderspiel, mit dieser Aktion einen Baum zu pflanzen, da sie dies bequem von zu Hause aus oder im Büro erledigen können. Der Baum wird dann von Mitgliedern der weltweiten Plantagenteams gepflanzt. Und die Kunden erhalten anschließend detaillierte Informationen über ihren Baum.“

Hickey fügt hinzu: „Schachteln aus Wellpappe gehören zu den umweltfreundlichsten Lösungen für die Archivierung und Aufbewahrung, da sie flach verpackt versandt werden. Bankers Box-Produkte

sind zu 100 Prozent recycelbar und vom Forest Stewardship Council (FSC) zugelassen. Als branchenführende Marke, die auf eine 100-jährige Unternehmensgeschichte zurückblicken kann, ergänzt diese Initiative perfekt unsere Grundwerte der Nachhaltigkeit und unser globales „GIVE“ Wohltätigkeits-Programm.“

Nach der Registrierung bei der Bankers Box Plant-a-Tree-Initiative erhalten Kunden eine E-Mail mit einem persönlichen Link, der anzeigt, wo auf der Welt ihr Baum gepflanzt wird. Der Link enthält außerdem Informationen bezüglich der Baumart, CO2-Kompensationswerte sowie Details zur Plantage.

www.bankersbox.com/tree
www.info.tree-nation.com

Fellowes Brands brachte die erste Bankers Box bereits 1917 auf den Markt. Seither hat sich das Produkt zu einer Marke für Archiv-, Organisations-, Umzugs- und Versandlösungen



Steven Hickey,
European Business
Team Manager für
Bankers Box.



Mit seinem umfangreichen Produktportfolio bietet Novus Dahle Systemlösungen, die ein besonders konzentriertes und zugleich einfaches Arbeiten am Schreibtisch ermöglichen.

Die Hefter und Locher der „re+new“-Serie bestehen zu einem großen Teil aus wiederverwerteten Kunststoffen.

Lösungen für konzentriertes Arbeiten

Mit Neuheiten und einem breiten Angebot für nahezu alle Bereiche der Bürowelt präsentiert sich Novus Dahle auf der Paperworld in Frankfurt. Am Stand C81 in Halle 3 stellt das Unternehmen die „re+new“ Serie mit Heftern und Lochern vor, die das bewährte Novus Design mit Funktion und Nachhaltigkeit verbinden. Die Geräte bestehen zu einem großen Teil aus wiederverwerteten Kunststoffen, die nach ihrem erstmaligen Gebrauch für andere Produkte wie z.B. Kühlschränke dem Recycling-Kreislauf zugeführt wurden. Darüber hinaus werden neue Modelle der Aktenvernichter-Serie „ShredMATIC“ mit Autofeed-Funktion für hohe Blattleistung sowie neue Laminiergeräte gezeigt. Ein weiteres Highlight des Messeauftritts ist die LED-Leuchtserie Attanzia, die unter anderem ein Modell mit HCL-Technologie zur Anpassung des Lichtverlaufs an den menschlichen Biorhythmus umfasst. Ebenfalls zur Präsentation gehören das modular erweiterbare

Mehrplatzsystem, für das kürzlich neue Accessoires ins Angebot aufgenommen wurden, sowie die Monitortragarm-Serie Clu. Diese zeichnet sich sowohl durch ein elegantes, filigranes Design als auch durch die integrierte Gasdruckfedertechnik aus, die eine einfache und ergonomisch perfekte Positionierung des Bildschirms ermöglicht.

Die Präsentation aller Produkte erfolgt erstmals markenübergreifend in drei thematisch unterteilten Bereichen: „Bürotechnik“, „Bürobedarf“ und „Büroeinrichtung“. Diese Anordnung soll Besuchern die Unternehmensphilosophie „WorklifeExperts“ verdeutlichen: Mit Know-how neue, überzeugende Systemlösungen zu entwickeln, die am Schreibtisch konzentriertes Arbeiten bei gleichzeitig reduziertem Aufwand ermöglichen.

www.novus-dahle.de

Flexible Sitz-Steh Workstation

Fellowes Brands, Anbieter für professionelle Lösungen in den Bereichen Organisation, Produktivität und Wohlbefinden stellt ein erweitertes Sortiment an Sitz-Steh Workstations vor. Die Lotus RT Sitz-Steh Workstation ist eine einzigartige Marktneuheit, denn sie vereint die Vorteile eines Monitorschwenkarms mit denen einer Sitz-Steh Workstation. Sie bietet ein hohes Maß an Flexibilität auch für kleinere Arbeitsbereiche dank des rotierenden Tri-Motion Schwenkarms, der sich für jede Tätigkeit in die passende Position bringen lässt. Die höhenverstellbaren Workstations und das passende Zubehör machen es möglich, den Arbeitstag aktiver zu gestalten und dabei produktiver zu sein. Sie sind benutzerfreundlich, leicht aufzubauen und verfügen über eine ganze Reihe an durchdachten Features für eine optimale Leistung.

www.fellowes.com/de





Foto: deagreez/Adobe Stock

Ideal bietet eine große Auswahl an Luftreinigern/-wäschern, die für ein gesundes Raumklima sorgen. Zu erleben auf der Paperworld in Halle 3.0/Stand B71.



Gesund durch die Erkältungszeit

Täglich ist der Mensch vielen Umweltbelastungen ausgesetzt. Erkältungs- und Grippeviren strapazieren den menschlichen Organismus zusätzlich. Ideal Luftreiniger/Luftwäscher tragen aktiv dazu bei, die nasskalten Monate gesund zu überstehen.

Der häufigste und wahrscheinlichste Weg, sich mit einer Erkältung anzustecken, ist die Tröpfcheninfektion. Beim Niesen, Husten und Sprechen werden die Erreger in winzigen Sekrettröpfchen eingebettet und großflächig in der Raumluft verteilt. Über die Atmung gelangen sie dann auf die Schleimhäute gesunder Personen. Die größeren Tröpfchen sinken in der Luft schnell ab und werden nur im Bereich von knapp einem Meter übertragen. Die kleineren Tröpfchen verbleiben indessen länger in der Luft und können über sehr weite Strecken verbreitet wer-

den und zu einer Ansteckung führen. Alternativ ist bei der Schmier-/Kontaktinfektion die Übertragung von Erkältungsviren durch Handschütteln oder das Berühren von Gegenständen möglich.

Wenn die kranken Kollegen trotz gesundheitlicher Beschwerden zur Arbeit kommen, ist es vorprogrammiert, dass sich Erkältungserreger rasend schnell im ganzen Büro verteilen. Dies bringt erhebliche Gefahren mit sich – sowohl für den Kranken, aber auch für die Gesundheit der Kolleginnen und Kollegen. Vor allem, wenn es dabei sich um infektiöse Krankheiten handelt.

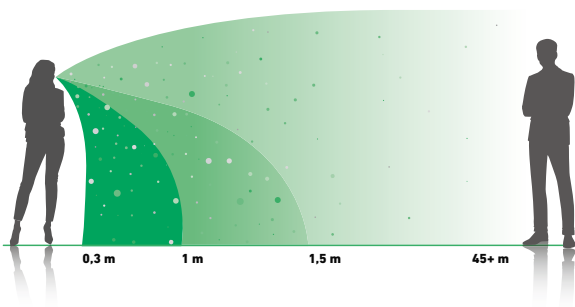
Unkonzentriertheit, sinkende Arbeitsleistung oder gesundheitliche Probleme sind die Folge. Das bedeutet meist zunehmende Krankheits-Fehltag und steigende Personal-Ausfallkosten. Statistiken belegen, dass jeder Arbeitnehmer

in Deutschland im Jahr 2017 durchschnittlich 15 Tage krankgeschrieben war und rund 15 Prozent davon auf Kosten von „Erkältungen“ gingen. Dies entspricht einer Fehlzeit von 2,34 Ausfalltagen je Erwerbsperson (Quelle: Techniker-Krankenkassen-Report 2017).

Dank hocheffizienter, mehrstufiger Filtertechnologien eliminieren Ideal Luftreiniger Krankheitserreger und Schadstoffe fast vollständig aus der Raumluft. Ein sehr guter Luftdurchsatz, der energiesparende und flüsterleise Betrieb sowie eine intuitive, einfache Bedienung zeichnen die Geräte aus. Dadurch steigen Konzentrations- sowie Leistungsfähigkeit und das Risiko krankheitsbedingter Ausfälle sinkt. Ideal Luftwäscher befeuchten die Raumluft optimal und sorgen für ein ideales, ausgewogenes Raumklima sowie mehr Wohlbefinden.

www.ideal.de

Übertragung von Erkältungsviren durch Tröpfcheninfektion.





Frank Birnstiel, Gebietsverkaufsleiter, und Holger Schubert, Verkaufsleiter (v.l.), vermittelten alle wichtigen Fakten zum Thema Licht.

Viel Lichtwissen für den qualifizierten Handel

Die Teilnehmer erfahren alles zum Thema Licht und Leuchten aus der Sicht eines deutschen Herstellers.

Mit viel Fachwissen zum Thema Licht im Gepäck beendeten die Teilnehmer die „Maul LightUP Academy“. Einen Tag lang konnten sich Händler am Firmensitz in Bad König weiterbilden. Neben der Theorie gab es einen umfassenden Einblick in die Produktion.

Wussten Sie, dass wir Mitteleuropäer fast 90 Prozent unserer Lebenszeit in geschlossenen Räumen verbringen? „Grund genug“, sagt Holger Schubert, Verkaufsleiter Deutschland und Österreich bei Maul in Bad König, „den Fachhandel, der Leuchten im Sortiment führt, mit wichtigen Fakten zu versorgen.“

Hand. Bei uns lernen die Händler alles, was ein Verkäufer heute über Licht und insbesondere LED-Beleuchtung wissen muss.“

bestätigt schließlich die Teilnahme an der „Maul LightUP Academy“. Dazu gab es von den Maul-Mitarbeitern noch reichlich begleitendes Fachmaterial mit auf den Weg.

Bereits zum dritten Mal veranstaltete der Büroartikel- und Leuchtenhersteller seine „Maul LightUP-Academy“ am Firmensitz im Odenwald. „Wir vermitteln umfangreiches Fachwissen zum Thema Licht und Leuchten aus Sicht eines deutschen Herstellers. Bei diesem Seminar kommen die rund 20 Teilnehmer in Kontakt mit unseren Entwicklern und Elektronikern und erhalten in angenehmer Atmosphäre Informationen, die marktgerecht und praxisnah sind - vor allem aber aus erster

In einer überschaubaren Gruppe, die am Vorabend die Gelegenheit erhält, sich im Gespräch über aktuelle Themen auszutauschen und kennenzulernen, wird alles Wichtige rund um die Beleuchtung geklärt, Basiswissen erarbeitet und Fachbegriffe erläutert. Dazu haben die Maul-Spezialisten unterschiedliche Spezial-Themen erarbeitet wie zum Beispiel welche Kriterien bei der Entscheidung für eine Leuchte wichtig sind, Effizienzbetrachtungen oder Sicherheitsaspekte. Bei dem anschließenden Rundgang durch die Produktion erhielten die Teilnehmer am Seminartag vertiefendes Wissen. Zum Abschluss beantwortet eine Expertenrunde weitere offene Fragen. Ein Zertifikat

Eine versteckte Werbeverkaufsveranstaltung ist das Seminar bei Maul auf keinen Fall. Dazu haben sich die Beleuchtungsexperten bei Maul wie Gebietsverkaufsleiter Frank Birnstiel selbst echtes Fachwissen angeeignet. Das Unternehmen, das sich seit über zwanzig Jahre mit Beleuchtung beschäftigt, hat sich nicht mit dem Fachwissen aus Büchern zufrieden gegeben, sondern sich selbst durch die hauseigene Entwicklung, Fertigung und Ausbildung von zwölf Kollegen zum Lichtplaner TÜV eine starke Kompetenz aufgebaut. „Und diese vermitteln wir gerne an unsere Fachhandelspartner weiter“, versprach Holger Schubert.

www.maul.de

Die Maul-Spezialisten erklärten beim Rundgang die Abläufe im Betrieb.

„Mobiles Licht“ stößt bei Verbrauchern auf großes Interesse.





Für Individualisten

Bene bietet innovative Produkte, die der modernen Arbeitswelt entsprechen. „Studio by Bene“ ist ein modulares Workplace System für Menschen, die ihre Individualität und Kreativität auch im Beruf leben. Gemeinsam mit dem österreichischen Produktdesigner Thomas Feichtner entwickelte Bene mit „Studio“ ein Workplace System, das insbesondere Menschen anspricht, die Berufliches und Privates eng miteinander verbinden. Tisch, Regal und Accessoires kombiniert bilden zusammen ein Arrangement, das durch sein smartes Design sowohl im Büro als auch Zuhause den individuellen Work- und Lifestyle unterstützt. Die Verschmelzung von Berufs- und Privatleben hat Bene zu einer doppelten Tischplatte – dem „Double Top“ inspiriert. Intelligent kombiniert bieten Arbeitsfläche und Ablau-

fläche Platz für die persönlichen Dinge des Alltags und schaffen Ordnung. In der Organisationsleiste lässt sich das gesamte Arbeitsequipment smart arrangieren. Mobile Devices sind perfekt am Tisch integriert und können einfach an- und abgesteckt werden. Mit dem modularen Regalsystem lassen sich die einzelnen Elemente im Handumdrehen miteinander verbinden und bieten höchste Stabilität – unabhängig davon, wie oft sie auf-, ab-, umgebaut oder erweitert werden. Damit bleibt das Büro flexibel und kann den Weg in die Zukunft stetig mitbegleiten. Die Accessoires der „Studio“-Linie individualisieren den Arbeitsplatz, setzen die persönlichen Arbeitswerkzeuge in Szene und schaffen eine persönliche Form der Ordnung am Tisch, Sideboard oder Regal.

www.bene.com

Sitzlösung für Bürolandschaften

„HÅG Futu mesh“ ist das jüngste Mitglied der HÅG-Familie und eine leistungsstarke Sitzlösung. Er passt perfekt zu offenen Bereichen, in denen Mitarbeiter nicht an feste Arbeitsplätze gebunden sind, sondern häufig rotieren. Der komfortable Bürostuhl lässt sich von jedem schnell und mühelos auf die persönlichen Bedürfnisse einstellen. Ob Sitzhöhe und -tiefe sowie die präzise Position von Armlehnen und Lordosenstütze: Die Bedienung erfolgt intuitiv und unkompliziert – ideal zugeschnitten auf den Einsatz in Büros mit wechselnden Nutzern. „HÅG Futu mesh hat dank seiner hohen Benutzerfreundlichkeit stets die individuelle Komfortzone im Blick, denn er passt sich perfekt den unterschiedlichen Bedürfnissen der Nutzer an“, erklärt der Hersteller. „Dadurch bietet er ein komfortables Sitzenerlebnis, gibt dem Mitarbeiter bestmögliche Unterstützung und fördert folglich ein produktives, fokussiertes Arbeiten. Für jeden Sitztyp. Tag für Tag.“

www.flokk.com/hag



Neue Maßstäbe bei Flexibilität und Design

König + Neurath bietet mit dem neuen Drehstuhl „JET.III“ eine gut durchdachte flexible Lösung. „Dieser Drehstuhl ist ein Teamplayer. Bei der Neukonzeption haben wir die Wünsche und Bedürfnisse des Marktes und unserer Kunden einfließen lassen“, erläutert Cornelius Müller-Schellhorn, Leiter Design und Entwicklung. „Die Rückenlehne ist der Form der Wirbelsäule angepasst. Dadurch ist ein fließender Bewegungsablauf möglich, die Körperkontur wird unterstützt und die Beweglichkeit gefördert. Die filigranen Verbindungen in der Rückenkonstruktion sorgen für höchste Stabilität.“ Darüber hinaus lässt sich der „JET.III“ individuell und ergonomisch anpassen. Und dies in allen relevanten Bereichen wie Nackenstütze, Rücken- und Armlehnen, Lordosenstütze oder Sitzfläche. „Das Ergebnis ist ein Drehstuhl, der mit seinen prägnanten Grundfunktionen in seiner Preisklasse einzigartig ist. Er ist für eine breite Zielgruppe geeignet, da er unterschiedlichsten Körpergrößen gerecht wird und bis 150 Kilogramm belastbar ist“, sagt Ludwig König, Vertriebsleiter Sitzmöbel. Der Rat für Formgebung zeichnete den Bürodrehstuhl „JET.III“ jetzt als Gewinner des Iconic Award: Innovative Interior 2019 in der Kategorie „Büro und Arbeitsplatz“ aus.

www.koenig-neurath.com



Von Architekten entworfen

Koleksiyon stellte auf der Orgatec Entwürfe vor, die in Zusammenarbeit mit prominenten internationalen Architekturbüros erarbeitet wurden. Darunter auch das umfassende Programm Anatole des französischen Architekten Jean-Michel Wilmotte. Es bietet in einer geometrischen Gesamtanordnung verschiedene Bereiche mit einer Vielfalt an Angeboten für unterschiedliche Zwecke und Aufgaben. Die Elemente des Anatole Programms zielen darauf ab, ein kollaboratives Arbeitsumfeld zu kreieren. Vorbei ist die Zeit der Arbeitsplätze mit einem gleichen Raumanteil für jeden

Benutzer. Bei dem neuen Schreibtisch aus der Anatole Serie setzt Wilmotte auf geometrische Flächen, die je nach Zweck und Aufgaben unterschiedlich genutzt werden. Die Farbauswahl der Oberflächen der Anatole Tische soll eine moderne Sprache symbolisieren und umfasst auch Schwarz und Weiß sowie natürliche Holzoberflächen. Dieser Entwurf erfordert eine kollaborative Arbeitskultur, in der sich Menschen zu spannenden und inspirierenden Zusammenkünften treffen und sich jeweils spezifischen Aufgabe widmen.

www.koleksiyoninternational.com

Lösungen für den POS

Ninestar setzt verstärkt auf seine Marke G&G – die mit den Pinguinen auf der Verpackung. In Deutschland hat Tonerdumping in Berlin seit einem Jahr den exklusiven Vertrieb übernommen. Auf der Paperworld werden Displaylösungen vorgestellt.

Auch in diesem Jahr wird Ninestar mit seiner Marke G&G auf der Paperworld in Frankfurt mit einem großen Stand (5.1/C60) vertreten sein. Die bevorstehende Messe vom 26. bis 29. Januar zeigt dann den Produktbereich Remanexpo innerhalb der Paperworld – mit dem wiederaufbereiteten Druckerzubehör – nicht mehr im Untergeschoss, sondern in der Erdgeschoss-Halle 5.1.

Ninestar gibt – wie auch bereits auf der Messe in Zhuhai – mit einem Video einen Einblick in die automatische Tonerproduktion. Zur Paperworld werden aus diesem Bereich einige Neuheiten gezeigt: Zum einen gibt es zu den Brother TN-243 und TN-247 kompatible Toner, die einen kompatiblen Chip enthalten. Als wichtigste Tinten-Neuheit präsentiert Ninestar die Canon PGI-580/ CLI-581 kompatible Patronen. Und für Brother zeigen wir die kompatiblen LC-3233, LC-3235, LC-3237 und LC3239. Des Weiteren präsentiert das Unternehmen ein Up-

date zum Dongle-Gear-Toner. Ninestar hat nun eine technische Lösung entwickelt, die nicht nur für die USA geeignet ist, sondern sich auch von den Entwicklungen der kompatiblen Wettbewerber unterscheidet. Aster und Ninestar hatten in den USA und Europa angekündigt, sich gegenseitig verklagen zu wollen. Dieser Klage geht jetzt Ninestar mit der neuen Dongle-Gear-Lösung aus dem Weg. Ninestar und Static Control haben darüber hinaus seit Oktober 2018 die Qualität des Plastiks der Gehäuse verbessert und stellen ab sofort die Reach und RoHs Konformität nicht nur an Hand von Zertifikaten ihrer Lieferanten, sondern auch mit engmaschigen eigenen Labortests sicher.

Ein weiterer Schwerpunkt auf der Messe bilden die Verbrauchsmaterialien für professionelle Kopiergeräte. Ein weiteres Thema ist die Managed-Print-Service Software. Ninestar reagiert ebenfalls auf die immer erfolgreichereren Abverkäufe im Schriftband-Bereich und zeigt



Die G&G-Mannschaft am Messestand auf der Insights-X in Nürnberg mit den beiden Tonerdumping-Geschäftsführern Friedbert Baer (3 v.l.) und Daniel Orth (5. v.l.).

das erweiterte Sortiment. Kein anderer Alternativ-Hersteller hat ein so breites Angebot an Farben und Größen für die Marken Brother und Dymo im Programm. Das Besondere bei Ninestar: Die Ware wird als Markenware mit Pinguinen und G&G-Logo angeboten. Hier gibt es für die Besucher auch eine Messe-Überraschung.

www.gg-image.de

Für den Handel hat Ninestar in zahlreiche Lösungen für den Point-of-Sale entwickelt.





Peach wird Anbieter von Großformatdruckern.

Joint Venture mit Druckerhersteller

Peach hat ein Joint-Venture mit dem chinesischen Druckerhersteller Locor angekündigt. Das neue Unternehmen „Peach Industrial s.r.o.“ (ehemals Locor Europe s.r.o.) wird ein Komplettsortiment an Drucksystemen für den europäischen LFP-Markt anbieten.

Zum neuen Sortiment gehören Eco-Solvent- und Sublimations-Printer, UV-Flachbett- und Rollendruker sowie professionelle Laminiergeräte. „Peach stellt durch die Zusammenarbeit mit Locor die Weichen für eine positive Unternehmensentwicklung. Das Joint-Venture ist mit seinen Druckangeboten und Plänen hervorragend aufgestellt, um vom Wachstumsmarkt LFP zu profitieren“, erklärt Alfred Wirch, CEO von Peach.

Im nächsten Schritt will das neue Gemeinschaftsunternehmen Tinten in Europa produzieren. Dabei sollen die Entwicklungs- und Produktionskapazitäten des Schweizer Tintenspezialisten in Europa genutzt werden. „Das Joint-Venture besitzt ein leistungsfähiges Marketing- und Logistik-Center

in Cesky Brod, Tschechien, das alle populären Druckermodelle, Ersatzteile und Zubehör wie Tinten vorhält. Damit können wir Kunden in ganz Europa schnell und unkompliziert bedienen“, erklärt Tan Soo Yong, Managing Director des neuen Gemeinschaftsunternehmens.

Vertriebspartner gibt es bereits in Spanien, Polen, Bulgarien und Griechenland; in Deutschland, Tschechien und der Slowakei laufen erste Gespräche. Peach Industrial s.r.o. sucht aktiv nach Distributoren und Händlern in Europa, darunter auch im deutschen Markt. Für dieses Jahr sind Teilnahmen an den wichtigsten europäischen Messen geplant wie beispielsweise der FESPA 2019 in München.

www.peach.info



Alfred Wirch, CEO von Peach.



Tan Soo Yong, Managing Director.



Die beliebtesten sozialen Netzwerke unter der Lupe

Die Studie „Social. Smart. Simple – Wie Händler über Social Media, Apps und Delivery-Services die Customer Experience erhöhen“ von ECC Köln und Hermes analysiert Nutzungsfrequenz und Imageprofil der bekanntesten genutzten Social-Media-Kanäle.

Soziale Netzwerke entwickeln sich immer mehr zum Verkaufskanal und das nicht erst seit gestern. Dennoch stellt die Auswahl der entsprechenden Kanäle Händler immer noch vor große Herausforderungen. Zusammen mit Hermes hat das ECC Köln daher die bekanntesten Social-Media-Kanäle und deren Image unter die Lupe genommen und für jeden einzelnen Kanal einen entsprechenden Steckbrief mit Zielgruppe, Nutzungsverhalten, Topaktivitäten und Themenbereichen erstellt.

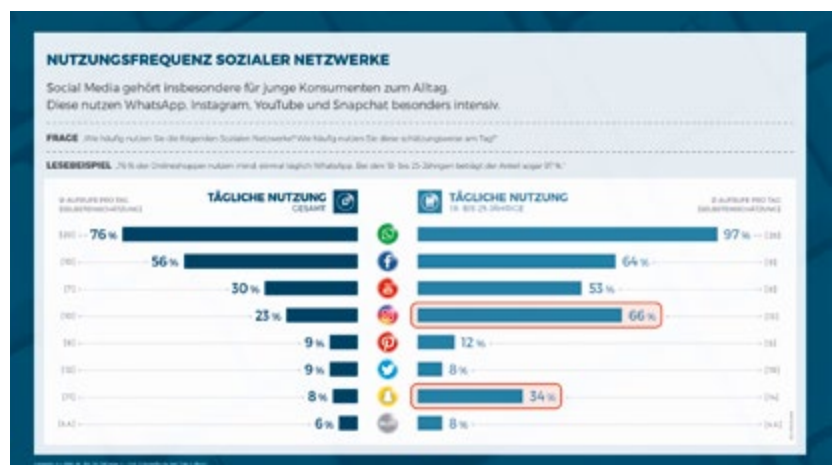
„Neun von zehn Onlineshoppern sind heute in Sozialen Netzwerken unterwegs. Sie gehören damit nicht nur zu den alltäglichen Bewegungsräumen, sondern nehmen auch Einfluss auf den Konsum. So verfügen Instagram und Pinterest mittlerweile über eine Social Shopping-Funktion, die die

klassische Customer Journey völlig auf den Kopf stellt“, sagt Sabrina Mertens, Leiterin des ECC Köln.

Kunden von morgen nutzen Instagram und Snapchat

Die Studie zeigt, dass Whatsapp, Facebook und Youtube die meistgenutzten Sozialen Netzwerke sind: 76 Prozent der Onlineshopper und

sogar 97 Prozent aller 18- bis 25-Jährigen nutzen Whatsapp täglich. Auf Facebook ist insgesamt mehr als jeder Zweite täglich unterwegs, dicht gefolgt von Youtube. Demgegenüber präferiert die jüngere Zielgruppe Instagram und Snapchat. Beide Kanäle werden laut Aussage der Befragten zwischen 13- und 14-mal pro Tag aufgerufen.

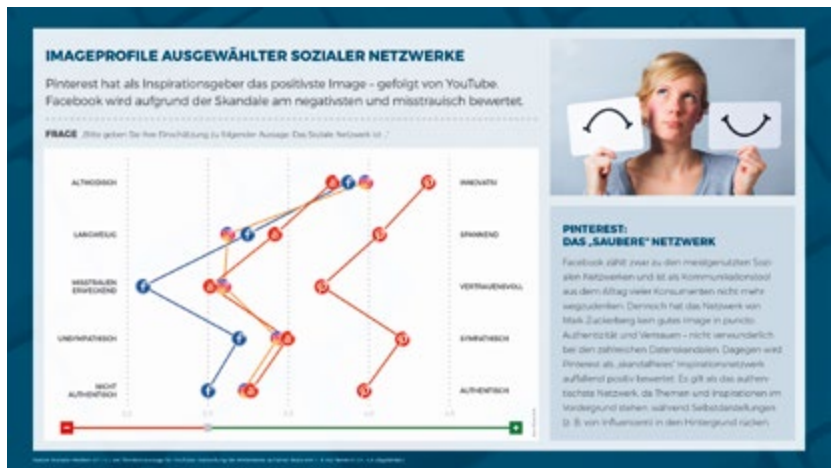




Facebook, ade: Alter der User wirkt sich negativ aus

Facebook zählt zwar mit zu den meistgenutzten Sozialen Netzwerken, dennoch schneidet der Kanal in puncto Authentizität am schlechtesten ab und gilt als wenig vertrauenswürdig. Ein Blick auf die Altersstruktur offenbart außerdem: Facebook wird für die junge Zielgruppe aufgrund des vergleichsweise hohen User-Alters immer unbeliebter.

Dagegen bewerten die befragten Teilnehmer Pinterest als Inspirationsnetzwerk auffallend positiv. Es gilt unter allen untersuchten sozialen Medien als das authentischste und vor allem innovativste Netzwerk. Nicht verwunderlich, denn bei Pinterest stehen kreative Themen anstatt Selbstdarstellung im Vordergrund.



Negatives Image spiegelt sich nicht in Nutzung wider

Die Studie zeigt vor allem: Konsumenten hegen gegen Kanäle wie Facebook, Instagram und WhatsApp eine gewisse Grundskepsis, die sich vor dem Hintergrund wiederholender Datenskandale gefestigt hat. Trotzdem ist der Stellen-

wert der Kanäle sehr hoch und Konsumenten wollen nicht darauf verzichten. Die entsprechenden Netzwerke haben sich bereits zu stark im Alltag verankert.

„Zukünftig wird das Nutzungsverhalten vor allem der jungen Zielgruppe zeigen, bei welchen Kanälen es sich für Händler lohnt genauer hinzuschauen. Denn Social Shopping wird sich fest im Alltag verankern. Allerdings funktioniert Social Media als Umsatzbooster nur dann, wenn Händler Mehrwert in Form von zielgruppengerechten Content liefern“, rät Nicola Perl, Division Manager E-Commerce bei Hermes Germany. Die Studie kann auf der Website von Hermes Germany kostenfrei heruntergeladen werden: www.myhermes.de/geschaeftskunden/ecc-studie/

www.eckkoeln.de



pbsreport

magazin für büro & papeterie

Impressum

Verlag
Zarbock Media GmbH & Co. KG

Anschrift
Sontraer Straße 6, 60386 Frankfurt am Main
Telefon 069/42 09 03-0
Telefax 069/42 09 03-70
E-Mail verlag@zarbock.de
Internet: www.pbsreport.de

Druck
Druck- und Verlagshaus Zarbock
GmbH & Co. KG
Sontraer Straße 6, 60386 Frankfurt
Telefon 069/42 09 03-0
E-Mail team@zarbock.de

Geschäftsführung
Dipl.-Ing. Ralf Zarbock



Redaktion
Pietro Giarrizzo (V.i.S.d.P.) / gia
Telefon 069/42 09 03-79
Aktuelles, Digital Business, Bürobedarf, Technik
pietro.giarrizzo@zarbock.de



Sabine Baumstark / sab
Telefon 069/42 09 03-85
Schule, Freizeit, Papeterie, Lifestyle
sabine.baumstark@zarbock.de



Ann-Katrin Jaeger / jae
Telefon 069/42 09 03-58
Lifestyle, Bürobedarf
ann-katrin.jaeger@zarbock.de

Mediaberatung
Armin Schaum
Telefon 069/42 09 03-55
armin.schaum@zarbock.de



Anzeigen disposition/Aboservice
Daniel Weil
Telefon 069/42 09 03-72
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.

Anzeigenpreisliste
Nr. 49 vom 1. 10. 2018/52. 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

25. bis 29. Januar 2019
Christmasworld, Frankfurt
christmasworld.messefrankfurt.com

26. bis 29. Januar 2019
Paperworld, Frankfurt
www.paperworld.de

26. bis 29. Januar 2019
Creativeworld, Frankfurt
creativeworld.messefrankfurt.com

30. Januar bis 3. Februar 2019
Spielwarenmesse, Nürnberg
www.spielwarenmesse.de

5. bis 8. Februar 2019
Integrated Systems Europe (ISE), Amsterdam
www.iseurope.org

9. bis 13. Februar 2019
Ambiente, Frankfurt
ambiente.messefrankfurt.com

16. bis 18. Februar 2019
ILM Winter Styles, Offenbach
www.ilm-offenbach.de

22. März 2019
PBSdirekt-Partnerforum, Essen
www.bueroboss.de

3. bis 4. Mai 2019
duoSymPos, Berlin
www.duo.de

9. Mai 2019
Büroring Generalversammlung,
www.bueroring.de

20. bis 21. Mai 2019
Soennecken Impuls/Generalversammlung, Sylt
www.soennecken.de

**Weitere Termine finden Sie auf unserer Homepage
unter www.pbsreport.de → Termine**

Vorschau Februar 2019

- Fokus „Nachhaltigkeit“ – Biokunststoffe & Alternative Rohstoffe
- Officepapiere
- Kreativ- und Hobbysortimente
- Spielen und Lernen

**Die nächste Ausgabe des PBS Report erscheint am:
22. Februar 2019 (Anzeigenschluss 6. Februar 2019).**

ISPA – the international gate opener for your business.

ISPA (International Stationery and Office Press Association)
– the association of free trade magazines keeping their eyes open
on the world of stationery and office supplies.



www.ispa.club

For more information visit our website or contact us.
This magazine is a member of ISPA.

ISPA 
INTERNATIONAL STATIONERY AND OFFICE PRESS ASSOCIATION

LEITZ IQ AKTENVERNICHTER SO LEISE - SCHON GEHÖRT?



NEU



*Schreddern unterstützt die Einhaltung der DSGVO (GDPR).

Endlich gibt es einen Aktenvernichter von Leitz. Und nicht bloß irgendeinen: Leitz Aktenvernichter sind leise, sicher, punkten durch stylisches Design und sind in verschiedenen Ausführungen erhältlich, sodass garantiert für jedes Büro und jede Anforderung das richtige Modell dabei ist. Das Ergebnis kann sich sehen lassen!

www.leitz.com

LEITZ[®]
ALLES IM GRIFF