

pbsreport

magazin für büro & papeterie

12 | Händler des Jahres

Preisverleihung auf
der Paperworld

14 | HBS

Interesse an neuen
Bürokonzepten

20 | Messe Frankfurt

Positive Stimmung
beim Messe-Trio

48 | Nachhaltigkeit

Recyclingpapiere
liegen im Trend



Mit Posca Markern Lieblingsstücke kreieren

Graffiti, Street Art und das Customizing von Lieblingsgegenständen werden immer beliebter. Der Acryl-Marker Posca bietet das ideale Sortiment zum kreativen Gestalten auf allen Oberflächen und sorgt mit coolen Displays für neue Impulse am Point of Sale. **Lesen Sie mehr ab Seite 30.**



Zarbock

Druck geht auch grün.

Top-Druckqualität ist für uns seit über 90 Jahren selbstverständlich. Grün ist 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

Nachhaltig sensibilisieren

Der Arbeitsplatz der Zukunft muss nachhaltiger und damit ressourceneffizienter werden, um wettbewerbsfähig zu bleiben – und bei Kunden sowie Mitarbeitern gut anzukommen. Deswegen kommen schon heute bei vielen Unternehmen die Themen wie Lichtsteuerung, Wahl der Leuchtmittel oder Wasseraufbereitung in Büros zur Sprache. Und wie sieht es bei der Wahl von Papier aus? In den 80er Jahren wurde noch die größte Menge des Zellstoffs mit Chlor gebleicht. Recyclingpapier war verpönt als grau und rau, doch auch Recyclingpapier kann glatt und weiß sein. Schulhefte müssen beispielsweise mit Bleistift, Tinte, Kugelschreiber oder Buntstift beschreibbar sein. Diese Ansprüche werden heute von allen Recyclingpapieren mühelos und gut erfüllt.

Sehen Sie selbst! Wir haben die Februar-Ausgabe des PBS Report wieder dem Thema „Nachhaltigkeit“ gewidmet. Um zu zeigen, welche Eigenschaften umweltfreundliche Papiere haben können, wurden die einzelnen Druckbogen vom Druck- und Verlagshaus Zarbock auf unterschiedlichen Offsetpapierqualitäten gedruckt:

Umschlag: Circlesilk Premium White, sehr hohe Weiße, FSC, EU-Ecolabel, 100 Prozent Recycling

Seite 3 bis 18: Recystar Polar, weiß, FSC, EU-Ecolabel, Nordic Swan, Blauer Engel, 100 Prozent Recyclingfasern

Seite 19 bis 34: Cocoon Offset, hochweiß, Blauer Engel, FSC, EU-Ecolabel, 100 Prozent Recyclingpapier

Seite 35 bis 50: Speed Matt, hohe Weiße, holzhaltig, blendfreie Oberfläche, PEFC-Siegel

Seite 51 bis 66: Circleoffset Premium White, hohe Weiße, FSC, Blauer Engel, EU-Ecolabel, 100 Prozent Altpapier

Neben den Recyclingpapieren spielen Biokunststoffe eine immer wichtigere Rolle. Doch eigentlich sind sie keine neue Erfindung. Bereits 1869 stellten die Gebrüder Hyatt Celluloid – einen thermoplastischen Kunststoff auf Cellulose-Basis, dem Hauptbaustoff der meisten Pflanzen – her. Dieses Material ließ sich unter anderem für Filme, Brillenfassungen, Spielzeug und Füllhalter verwenden. Aufgrund seiner schnellen Entflammbarkeit wurde es allerdings rasch wieder verdrängt. Im Jahr 1923 startete die Massenproduktion von Cellulosehydrat bzw. Zellglas unter dem Markennamen Cellophan, welches ebenfalls auf Cellulosebasis entstand und bis heute vor allem für Verpackungen sowie als Einsatz in Briefumschlägen genutzt wird. Durch die Entdeckung von Kunststoffen auf der Basis von Mineralölen entstand schnell eine Konkurrenz, bei der die ersten Biokunststoffe weitestgehend verdrängt wurden.

Erst nach 1980 gab es wieder nennenswerte Entwicklungen: Vor dem Hintergrund der Nachhaltigkeit wollte man erdölbasierte Werkstoffe ersetzen. Zum Einsatz kamen nun vor allem Thermoplastische Stärke (TPS), Celluloseacetat und Polylactide (PLA). Zudem wurden Herstellungsverfahren für biobasiertes Polyethylen (Bio-PE), Polypropylen (Bio-PP) und andere Kunststoffe entwickelt. Immer häufiger finden diese Materialien Verwendung in Büroartikeln. Angetrieben werden die Hersteller nicht nur allein durch die Themen Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung. Immer mehr Konsumenten interessiert es, ob die produzierenden Unternehmen verantwortungsvoll handeln und wirtschaften. Im Zweifel führt die Missgunst bis zum Boykott eines Produktes.

Nachhaltigkeit meint heute weit mehr als nur Recycling-Papier und Bio-Produkte. Deshalb greifen wir für Sie dieses Thema immer wieder auf, um die Menschen der PBS-Branche weiter für dieses zu sensibilisieren.

Viel Vergnügen beim Lesen dieser Ausgabe



Pietro Giarrizzo,
Redaktion PBS Report



Februar
2019

26 Sieben auf einen Streich

Beim Wettbewerb „Produkte des Jahres 2019“ wurden in diesem Jahr auf der Paperworld gleich sieben Produkte ausgezeichnet. Die Sieger heißen Krug & Priester, Durable, Schwan-Stabilo, FLSK, Airpaq, Rössler Papier und Zettler.

48 Papier – Hohe Weiße, hohe Akzeptanz

Recyclingpapiere mit hoher Weiße liegen im Trend. Die aktuelle Insolvenz eines großen Produzenten von Recyclingpapieren hat die Branche beunruhigt. Dem begegnen jetzt Papyrus Deutschland und Lenzing Papier mit Entschlossenheit.

Inhalt

Editorial

- 3 Nachhaltig sensibilisieren

Szene

- 7 Meldungen aus der PBS-Branche

Handel und Forum

- 12 PBS Report – Papier Fischer ist unser „Händler des Jahres 2019“
- 14 HBS – Kunden schätzen beratenden Fachhandel
- 18 HBS – Urkunden an zertifizierte Fachberater überreicht

Unternehmen und Profile

- 20 Messe Frankfurt – Positive Stimmung bei Messe-Trio
- 22 Paperworld – Trends und Innovationen beflügeln die Branche
- 24 Creativeworld – Kreativer Spitzenreiter
- 26 PBS Markenindustrie – „Produkt des Jahres 2019“: Sieben auf einen Streich
- 28 Nordstil – Lifestyle-Messe mit Flair
- 29 Trendset – Gelungener Orderauftakt

Titel

- 30 Faber-Castell – Mit Posca Markern Lieblingsstücke kreieren

Schule und Freizeit

- 31 Faber-Castell – Topseller uni-ball Eye feiert Jubiläum
- 32 Staedtler – Malen macht Spaß und schlau
- 34 Marabu – Stoffe unter Druck
- 35 Staedtler – Vielfalt im Kreativsortiment
- 36 Hahnemühle – Perfekt für Skizzen und Aquarelle
- 37 Rayher – Brandheißer Trend
- 38 Meori – Minis nicht nur für Minis
- 39 Faber-Castell – Farbenfroher Zuwachs für den uni-ball Signo 207
- 40 Pilot Pen – Für ein optimales Einkaufserlebnis
- 41 Schneider Schreibgeräte – Tintenroller ist nachfüllbar

Büro und Technik

- 42 Krug & Priester – Ideal Luftreiniger ist „Produkt des Jahres 2019“
- 43 Moresy – Mobile Ordnung
- 44 Krug & Priester – Ab in die Papiertonne

Digital Business

- 45 Zagg – Schützt Tablet und Augen
- 46 Colop – Digitale Weltneuheit im Stempelbereich



56 Einweg-Plastik vermeiden

Plastik greift unsere Erde und Lebewesen an und zerstört den Lebensraum. Die Konzentration von Mikro- und Makroplastik in Meeren und Böden hat dramatisch zugenommen. Deswegen braucht es Alternativen.

Nachhaltigkeit

- 48 Papyrus – Hohe Weiße, hohe Akzeptanz
- 50 Römerturm – Eine ökologische Innovation
- 51 Römerturm – Vom Becher zum Papier
- 52 Rohstoffe – Alternativen finden
- 54 Novus – Effizienter Umgang mit Ressourcen
- 55 Kunststoffe – Partikel im Boden
- 56 Alternativprodukte – Einweg-Plastik vermeiden
- 58 Trodat – Verantwortung für Mitarbeiter und Umwelt
- 60 Birgit Meyer im Interview, Meori – Für alle Lebenslagen
- 61 Lehner Wool – Reine Schafschurwolle
- 62 Werkhaus – Ein großer Schritt für die Umwelt
- 63 Edding – Erstmals Blauer Engel für einen Textmarker
- 64 Schneider Schreibgeräte – Breeze hat Blauen Engel
- 65 Vepa – Müll wird Möbel

Obligatorisches

- 66 Impressum



**NACHHALTIG,
BUNT UND FAIR
ZUM HANDEL!**

**BPA
free**

Gut für die Umwelt, besser fürs Geschäft:

Die Produkte von Emil vermeiden aktiv Plastikmüll und liegen damit voll im Trend.

- Trinkflasche aus Glas – auch als Weithals-Variante
- Flaschenbeutel aus BIO-Baumwolle
- Viele bunte Designs
- Aktive Handelsunterstützung

Emil® DIE FLASCHE
ZUM ANZIEHEN

**Gleich im Emil Händler-Portal bestellen:
www.emil-die-flasche.de**

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





Nachfolgeregelung bei Köhl mit LEO Familienholding gelöst

Thomas Köhl, geschäftsführender Gesellschafter der Köhl GmbH mit Sitz in Rödermark, hat seine Geschäftsanteile im Rahmen einer Nachfolgelösung an die LEO Familienholding veräußert. „Auch aufgrund unserer Expansionspläne will ich mit diesem Schritt frühzeitig die Gesellschafter-Nachfolge regeln“, erklärt Köhl, der weiterhin Geschäftsführer des hessischen Sitzmöbelherstellers bleiben wird. „Die auf Innovation, Nachhaltigkeit und Weiterentwicklung ausgerichtete Unternehmensplanung erforderliche Klarheit – auch in der Nachfolgefrage“, fügte er hinzu. Die Köhl GmbH ist seit 1976 am Markt. Das Unternehmen ist auf die Herstellung und den Vertrieb von hochwertigen ergonomischen und designorientierten Sitzmöbeln für Büros und Objekte spezialisiert.

Mit dem Verkauf an die LEO Familienholding soll die Position des Sitzmöbelherstellers im deutschen und europäischen Markt weiter ausgebaut und die Unabhängigkeit des Unternehmens erhalten bleiben. Die LEO Familienholding bündelt private Beteiligungen verschiedener Münchener Unternehmerfamilien und beteiligt sich unternehmerisch an ausgewählten und mittelständisch geprägten Unternehmen im deutschsprachigen Raum. LEO ist als Family Office organisiert und investiert ausschließlich das eigene Kapital ihrer Gesellschafter.

www.koehl.com



Christian Dix

Christian Dix und Bernd Opitz verstärken Fellowes-Vertrieb

Fellowes Brands hat sein Vertriebsteam zum Jahresanfang um zwei neue Key Account Manager verstärkt: Christian Dix (Abb. oben), der von Sigel zu Fellowes stößt und Bernd Opitz (Abb. unten), der zuletzt als Sales Manager bei BIC tätig war.

Beide verfügen über umfangreiche Erfahrungen in der PBS-Branche und ergänzen das bestehende Vertriebsteam von Fellowes in Deutschland. Die Erweiterung des Teams ermöglicht unter anderem die Konzentration auf neue strategische Sortimente wie Möbel und Lösungen für mehr Wohlbefinden am Arbeitsplatz und den Ausbau relevanter Vertriebskanäle.

www.fellowes.com



Bernd Opitz



Stabübergabe bei Soennecken Drucken + Kopieren

Die Soennecken eG hat für einen nahtlosen Übergang in der Leitung des Geschäftsfelds Drucken + Kopieren gesorgt. Christof Rösch tritt im März die Nachfolge von Winfried Schneider an. Mit Christof Rösch konnte Soennecken einen ausgewiesenen Fachmann mit langjähriger Erfahrung verpflichten. Nach 26 Jahren im Vertrieb der Streit Service & Solution in Hausach, zuletzt als Bereichsleiter, begleitete er in den letzten sieben Jahren den Fachhandel als Verkaufsleiter bei der Kyocera Document Solution Deutschland GmbH.

„Es ist uns wichtig, dass wir die Position mit einem Kandidaten besetzen können, der neben der fachlichen Expertise im Fachhandel zu Hause ist und dort über eine hohe Akzeptanz und ein ausgeprägtes Netzwerk verfügt“, sagt Vorstandssprecher Benedikt Erdmann.

Winfried Schneider hat das Geschäftsfeld Drucken + Kopieren über elf Jahre lang geleitet und geprägt. Er hat wichtige Meilensteine gesetzt und den Umsatz des Geschäftsfelds verdoppelt und wird mit Christof Rösch gemeinsam einen nahtlosen Übergang schaffen.

www.soennecken.de



Reinhold Messner und
Reinhart Keßner (v.l.)

Schmorrde KG

**Messner besuchte
erneut Löbau**

Am 3. Februar war Reinhold Messner zum zweiten Mal in Löbau zu Gast, nachdem er im Juni 2015 anlässlich des 150. Schmorrde-Jubiläums Gast der Familie Keßner war. Seinerzeit weihte er mit Heike und Reinhart Keßner das erste Löbauer Gipfelbuch auf dem König-Friedrich-August-Turm ein. „Die Resonanz der Touristen auf die Gipfelbücher ist riesig, was über 10000 Einträge aus fünf Kontinenten belegen“, freut sich Reinhart Keßner.

Allerdings fielen zwei Bände in den letzten Wochen dem Vandalismus zum Opfer. So trug sich die Bergsteiger-Legende beim nunmehr zweiten Besuch erneut ein. Die Freude über den Eintrag in Band 20 war bei Familie Keßner als Initiator der Gipfelbücher natürlich groß. Mit viel Applaus wurde Reinhold Messner nach zweieinhalb Stunden von den über 1700 Besuchern in der Löbauer Messehalle verabschiedet. Sein Vortrag „Weltberge – die 4. Dimension“ wird den Besuchern lange in Erinnerung bleiben.

www.schmorrde.de

**Wo finden Sie die
Trends für das
moderne Büro?**

Office easy Blog ...
www.office-easy.eu

Duo schreib & spiel

**Umsatz weiter
gestiegen**

Die Erfolgsbilanz 2018 könnte für Duo schreib & spiel nicht besser ausfallen. Die Handelskooperation steigerte den zentralregulierten Verkaufsumsatz um 5,5 Prozent zum Vorjahr auf 337,5 Millionen Euro. Die Entwicklung der Duo-Anschlusshäuser ist für Duo schreib & spiel eine weitere Erfolgsgeschichte. Zum 31. Dezember 2018 vereinte Duo schreib & spiel 506 Anschlusshäuser. Die Berliner Kooperation konnte demzufolge im Herbst 2018 das 500. Geschäft in die bankgestützte Duo-Zentralregulierung aufnehmen. Das Erfolgsgeheimnis der Berliner liege in der hohen Serviceorientierung und der leistungsstarken Bonusausschüttung begründet. Die Gesellschafter konnten im Geschäftsjahr 2018, zusätzlich zum garantierten Grundbonus von 1,5 Prozent netto, vier weitere Partnerschaftsboni in Höhe von insgesamt 1,25 Prozent netto erhalten.

In der Spitze erreichen die Duo-Gesellschafter für die Umsätze im vergangenen Jahr einen Nettobonus von 2,75 Prozent. Die Kosten der Zentralregulierung übernimmt Duo schreib & spiel. Die starke Serviceorientierung der Duo-Zentrale wurde als Duo-Service X auf der diesjährigen Spielwarenmesse in Nürnberg zum ersten Mal präsentiert. Hier erlebten die Messebesucher die zehn wichtigsten Services, von denen die Duo-Gesellschafter profitieren.

www.duo-zentrale.de



Hans Jörg Iden,
Gabriele Lubasch und
Thorsten Paedelt
leiten die Berliner
Kooperation Duo
schreib & spiel.



Martin Tewes,
Papier Union

Papier Union

**Erweiterung der
Geschäftsführung**

Seit dem 1. Februar verstärkt Martin Tewes die Geschäftsführung der Papier Union, einem Unternehmen der Inapa-Gruppe. „Wir sind überzeugt, dass Martin Tewes unter der Leitung von Thomas Schimanowski, CEO der Papier Union-Gruppe, das Management der Papier Union hervorragend ergänzen wird – nicht zuletzt aufgrund der langjährigen Unternehmenszugehörigkeit von Martin Tewes und seiner bisherigen Verdienste um das Unternehmen. Mit dieser Konstellation sind wir für alle zukünftigen Herausforderungen bestens aufgestellt“, sagt Diogo Rezende, CEO der Inapa-Gruppe. Martin Tewes, 43, ist seit 2009 in der Papier Union tätig und verantwortet seitdem die Geschäftsbereiche Vertrieb und Marketing.

www.papierunion.de



Maul

Familienunternehmen legt weiter zu

Das Familienunternehmen Maul aus Bad König konnte das Jahr 2018 mit einer Umsatzsteigerung von plus 6,3 Prozent abschließen. Den Zuwachs begründet der Geschäftsführende Gesellschafter Stefan Scharmann neben der eindeutigen Positionierung als deutscher Markenartikel-Hersteller mit der frühzeitigen Ausrichtung der Sortimente und Kanäle in Richtung Zukunftsfähigkeit. Auch für das laufende Geschäftsjahr ist eine Fortführung der positiven Gesamtentwicklung geplant.

Den erwirtschafteten Gewinn hat das Unternehmen wieder reinvestiert. So konnte beispielsweise im vergangenen Jahr das ERP-System (Enterprise Resource Planning) aktualisiert werden. Zudem wurde mit der Schneider Schreibgeräte GmbH eine ge-

meinsame Vertriebstochter in Frankreich gegründet, von der man sich zahlreiche Synergie-Effekte und die weitere Erschließung des wichtigen französischen Marktes verspricht.

Für dieses Jahr erwartet Stefan Scharmann eine Fortführung der positiven Entwicklung aufgrund von Produktneuheiten und neuen Kundenlistungen – „immer vorausgesetzt, dass es keine gesamtwirtschaftliche Krise gibt“. Strategisch eingesetzte Investitionen in wichtige Bereiche wie Industrie 4.0 mit dem Einstieg in die Robotik oder in die Intensivierung des Digitalisierungsprozesses sollen den langfristigen Erfolg des mittelständischen Unternehmens sichern.

Der international agierende Familienbetrieb produziert an zwei



Stefan Scharmann,
Geschäftsführender
Gesellschafter

Standorten in Deutschland weit über 1000 Nischen-Produkte. Die Umsatzsteigerung hat auch eine weitere erfreuliche Auswirkung, denn die rund 200 Maul-Mitarbeiter erhalten eine Ausschüttung auf Basis einer Gewinnbeteiligung.

www.maul.de

dexxIT So geht Distribution

www.dexxit.de

So macht Drucken Spaß!

Preisgünstiger Multifunktionsdrucker mit smarten Verbindungsmöglichkeiten

Canon

Canon PIXMA TS 3151

- Gestochen scharfe und randlose Fotodrucke
- Direkt vom Mobilgerät, einer WLAN-Kamera oder aus der Cloud druckbar
- Intuitives 3,8 cm-LC-Display für einfaches Scannen und Kopieren

HEK 38,21 €

Bestell-Nr. 315814 (2226C026)



Canon PG-545 / CL-546 Multi Pack
Bestell-Nr. 724115
(8287B005)
HEK 21,25 €



Canon PG-545 XL schwarz
Bestell-Nr. 724101
(8286B001)
HEK 14,39 €

DIGITAL IMAGING

TV & AUDIO

COMPUTER & CO

STORAGE

HOME & LIVING

DIGITAL SIGNAGE

Bestellung und Beratung unter Tel. 0931 9708 496

dexxIT GmbH & Co. KG | Alfred-Nobel-Str. 6 | 97080 Würzburg, Preis Stand 05.02.2019. Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzl. MwSt. Es gelten die Zahlungs- und Lieferbedingungen der dexxIT GmbH & Co. KG



dexxIT Distribution steht immer zu

B.A.U.M.

Umweltfreundliche Büros gekürt

Im Rahmen der Paperworld wurden die Gewinner des Wettbewerbs „Büro & Umwelt 2018“ ausgezeichnet. Alle Unternehmen und Einrichtungen, die im vergangenen Jahr am Wettbewerb „Büro & Umwelt“ teilgenommen hatten, bewiesen auch im 11. Wettbewerbsjahr wieder großes Engagement im Hinblick auf einen schonenden Umgang mit Ressourcen im Büroalltag. Aus den vielen guten Einsendungen bestimmte die Jury in den vier Wettbewerbskategorien folgende Gewinner:

Kategorie „Behörden, Kommunen, Öffentliche Einrichtungen, Sonstige“

1. Kate Umwelt & Entwicklung e. V. (Stuttgart)
2. Die Rübe e. V. (Lüneburg)
3. Stadt Erlangen

Kategorie „Unternehmen mit bis zu 20 Mitarbeitenden“

1. Adelante Jugendhilfe GmbH (Hamburg)
2. Praxis Krisensicher (Jena)
3. PaSa Travel Experience GmbH & Co. KG (Wittlich)

Kategorie „Unternehmen mit bis zu 500 Mitarbeitenden“

1. OmniCert Umweltgutachter GmbH (Regensburg)
2. Bio Verlag GmbH (Aschaffenburg)
3. Green IT Das Systemhaus GmbH (Dortmund)

Die Hauptpreisträger hatten die Gelegenheit, ihre Best-Practice-Beispiele in Interviews zu präsentieren. Gleichzeitig fiel in Frankfurt der Startschuss für den Wettbewerb „Büro & Umwelt 2019“, bei dem Unternehmen, Einrichtungen und – in einer 2019 eigens eingerichteten Rubrik – auch Kommunen mitmachen können. Bewerbungsschluss ist der 31. Mai 2019.

www.buero-und-umwelt.de



Standort Deutschland

Rössler Papier wird neues Mitglied

Sechs mittelständische Unternehmen aus der PBS-Branche bilden die Initiative Standort Deutschland. Anfang des Jahres hat die Gruppe das Unternehmen Rössler Papier als neues Mitglied aufgenommen.

Die Sicherung des Standorts Deutschland ist das primäre Ziel der Initiative, der nun sechs Mitglieder angehören: HAN, Maul, Renz, Rössler Papier, Sigel und Velloflex. Der Mittelstand bildet das Rückgrat der deutschen Wirtschaft und Gesellschaft. Durch nachhaltiges Produzieren, Handeln und Wirtschaften schaffen und sichern die Mitglieder der Initiative Arbeitsplätze am Standort Deutschland.

Anfang des Jahres hat sich das sechste Mitglied der Runde angeschlossen: Rössler Papier, gegründet 1937 mit Sitz in Düren, legt den Fokus auf hochwertige Papierprodukte, die in der industriellen Manufaktur noch Großteils in Handarbeit gefertigt werden. Mit traditionellen Techniken entstehen emotionale Produkte, die das Leben schöner machen: im repräsentativen Büro, im Home Office oder auch im Wohnzimmer.

„Der Neuzugang von Rössler Papier unterstützt den ursprünglichen Gedanken der Initiative Standort Deutschland. Gemeinsam stehen wir für große emotionale Bindung zwischen Handel, Industrie und Verbrauchern – diesen Gedanken vertreten wir auch weiterhin“, hob Ralf Niehaus, Geschäftsführer HAN Bürogeräte, anlässlich der Paperworld in Frankfurt hervor, bei der Rössler Papier als neues Mitglied vorgestellt wurde. Als „Netzwerk starker Marken“ bezeichnete Jens Magdanz, Vertriebs- und Marketingleiter, HAN Bürogeräte, die Initiative Standort Deutschland, die bereits seit 12 Jahren bestehe. Eine zentrale Aufgabe sehe die Initiative darin, gemeinsam Punkte zu finden, die alle Mitglieder weiterbringe – insbesondere der Erfahrungsaustausch bei Themen wie Industrie 4.0 und Weiterbildung.

Die Mitgliedsunternehmen befinden sich seit Generationen in Familienbesitz und blicken gemeinsam auf über 500 Jahre Erfahrung zurück. Sie repräsentieren einen Gesamtumsatz von 170 Millionen Euro. Rund 1040 Menschen arbeiten in den sechs Unternehmen und 75 Auszubildende erhalten derzeit eine Berufsausbildung auf hohem Niveau.

www.standortdeutschland.de

Genie/Olympia

Zwei Marken unter einem Dach

Die Genie GmbH & Co. KG und die Olympia Business Systems GmbH gehen künftig gemeinsame Wege: Ab dem 1. März werden die Marken der beiden Anbieter von PBS-Produkten von der GO Europe GmbH vertrieben. Dafür beteiligt sich die Genie GmbH & Co. KG an der Olympia Business Systems Vertriebs GmbH, die in GO Europe umbenannt wird. Sitz des von Christian Gerth und Heinz Prygoda gemeinschaftlich geführten Unternehmens wird Hattingen sein.

Durch das Zusammengehen der beiden Unternehmen stärken diese ihre führende Position als Anbieter einer breiten Palette von Produkten und Zubehör für den Gebrauch zuhause, in Schule und Studium sowie am Arbeitsplatz. Mit den Kernmarken Genie, Olympia und bonsai verfügt das Unternehmen künftig über ein breites Spektrum von Schulartikeln, Büroausstattung, Präsentations- und Kommunikationsprodukten, Organisationsmitteln für Beruf, Ausbildung und den privaten Haushalt. Zum Sortiment, das von Ein-

stiegsmodellen bis zum High-end-Produkt reicht, gehören Tisch- und Taschenrechner, Aktenvernichter und Laminiergeräte sowie viele nützliche Accessoires rund um den Schreibtisch. Die drei Marken nehmen in ihren jeweiligen Segmenten Spitzenstellungen im europäischen Markt ein. Zu den Kunden gehören stationäre Einzelhandels- und Fachhandelsketten genauso wie der spezialisierte Versandhandel – online wie offline. Abgerundet wird das Angebot mit den Marken Hartig & Helwig, babyruf, IOIO und Olymp in den Bereichen Sicherheits- und Unterhaltungselektronik sowie Licht.

Heinz Prygoda, geschäftsführender Gesellschafter der Olympia Business Systems Vertriebs GmbH, äußerte sich wie folgt: „Der Schulterchluss der beiden PBS-Anbieter verschafft uns im wettbewerbsintensiven europäischen Handelsumfeld mehr Gewicht. Wir erreichen dadurch die notwendige Größe, um der durch starke Konzentration geprägten Abnehmerseite auch künftig auf gleicher Höhe begegnen zu können.“ Die Anforderungen an Lieferumfänge, die Breite des Sortiments und digitalisierte Bestellvorgänge sind in den letzten Jahren stark angestiegen und erfordern von den mittelständischen Zulieferern erhebliche Investitionen. Das größere Unternehmen wird dafür erweiterte Spielräume haben.

Christian Gerth, geschäftsführender Gesellschafter der Genie GmbH & Co. KG, ergänzte: „Olympia ist mit über 100-jähriger Tradition eine der renommiertesten deutschen Marken für Büroprodukte. Ich freue mich, künftig an der Fortschreibung dieser Erfolgsstory mitwirken zu können. Gleichzeitig sehe ich in dieser Verbindung eine einzigartige Chance, jüngeren Marken wie Genie und Bonsai eine noch bessere Sichtbarkeit im Handel und beim Endverbraucher zu verschaffen.“

www.olympia-vertrieb.de
www.genie-online.de

Christian Gerth (l) und Heinz Prygoda werden das Unternehmen GO Europe gemeinsam leiten.



Voll in Ordnung!

Umweltfreundliche Produkte fürs Büro und Zuhause



Big Organizer

34 x 30 x 32 cm | 6 versch. Farben



Stiftebox VW T1

18 x 16 x 18 cm | über 60 Stiftebox-Motive



Archivbox 5er

38,5 x 27 x 35 cm | 3 versch. Farben

Das gesamte Sortiment finden Sie unter werkhaus.de/reseller | **GRATIS Katalog:** Tel. (0 58 24) 955-0 / info@werkhaus.de

- Innovative Produkte
- Ökologischer Anspruch
- Soziale Verantwortung
- 100% made in Germany





Die „Händler des Jahres 2019“ – das Papier Fischer-Team (Filiale Ettlingen) mit der Geschäftsführung Gabriele Calmbach-Hatz (links) und Constantin Hatz – freuen sich über die Auszeichnung.

Händler des Jahres 2019

Unsere Leser kürten das Fachhandelsgeschäft Papier Fischer, Filiale Ettlingen, zum „Händler des Jahres 2019“. Die Auszeichnung wurde anlässlich der Paperworld in Frankfurt verliehen und von der Redaktion PBS Report feierlich überreicht.

Preisübergabe auf der Paperworld: Constantin Hatz (r.) nimmt den Award von PBS Report-Redakteur Pietro Giarrizzo entgegen.

Die Leser der Fachzeitschrift PBS Report haben zum siebten Mal den „Händler des Jahres“ gewählt. Diese Auszeichnung soll deutlich machen, dass der Fachhandel nach wie vor eine tragen-

de Säule der PBS-Branche ist. Der jährliche Award wird anlässlich der Paperworld in Frankfurt verliehen. Ausgeschrieben wird der Preis von der Zarbock Media, Verlag der Fachzeitschrift PBS Report, in Kooperation mit der Messe Frankfurt. Gewinner ist in diesem Jahr das Handelsunternehmen PapierFischer in Karlsruhe. Die Trophäe wurde an Constantin Hatz, Geschäftsführer PapierFischer überreicht.

dem das innovative Auftreten der Unternehmen am Markt sowie eine ausgeprägte Kundenorientierung und ein nachhaltiges unternehmerisches Handeln. Es war wieder ein spannendes Rennen, das am Ende ein Kandidat für sich entschieden hat. Auf den vorderen Plätzen landeten Breuninger Liebblingsdinge, Guthmann Bürobedarf und Office 52.

Gewinner der Auszeichnung „Fachhändler des Jahres 2019“ ist das Unternehmen PapierFischer in Karlsruhe. Das Fachhandelshaus war im August 2018 mit seiner neuen Filiale in Ettlingen bereits „Händler des Monats“. Geschäftsführer Constantin Hatz, der das Familienunternehmen gemeinsam mit Gabriele Calmbach-Hatz erfolgreich in vierter Generation führt, verfolgt ein Konzept, das den

Der PBS Report hat seine Leser Anfang des Jahres wieder aufgefordert, in einer Online-Abstimmung ihren Favoriten zu wählen. Nominiert waren wie immer alle Händler, die im vergangenen Jahr in der Rubrik „Händler des Monats“ veröffentlicht wurden. Zu den entscheidenden Abstimmungskriterien zählt dabei nicht die Größe, son-





Papier Fischer in Ettlingen: Das Interieur wurde komplett erneuert, das Sortiment konzentriert sich auf Schul-, Trend- und Papeterieartikel.

stationären Schreibwarenfachhandel gekonnt mit einem attraktiven Online-Angebot verknüpft. Ebenso wächst und entwickelt sich das Unternehmen PapierFischer kontinuierlich weiter: 2018 wurde in Ettlingen ein weiteres Ladengeschäft eröffnet, das wie das Karlsruher Stammhaus zentral gelegen ist und Kunden ein vielfältiges Produktsortiment bietet. Ebenfalls 2018 wurde mit der neu gegründeten Marke FischerOffice die Expertise aus über 2000 realisierten Projekten und mehr als 60 Jahren Erfahrung mit Büro- und Objekteinrichtung inhouse gebündelt. PapierFischer verfolgt mit seiner langfristig ausgerichteten Unternehmensstrategie ein gesundes Wachstum und plant in Zukunft die Eröffnung weiterer Standorte in der Region sowie zahlreiche neue Projekte. Die Grundlage für alle Unternehmensaktivitäten bilden bei PapierFischer die Verbindung von Tradition und Erfahrung mit neuen Ideen und zukunftsorientiertem Denken sowie das hohe Maß an Kundenorientierung.

www.papierfischer.de

Coccoina Mia
 WHITE VINYL GLUE FOR PAPER, WOOD, CLOTHS, ETC.
 КОЛЛЕЖНЫЙ КЛЕЙ ДЛЯ БУМАГИ, ДРЕВЕСИНЫ, ТКАНЕЙ, И Т.Д.

Coccoina Mia
 Der weiße Vinylklebstoff in der Tube mit dem unverwechselbaren Mandelduft, zum Kleben von Papier, Holz, Textilien.

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

Dall'Archivio Balma, Capoduri & C.



Schreibwaren Fachhandel



Kunden schätzen beratenden Fachhandel

Der Gesamtbruttoumsatz der PBS-Branche stieg nach vorläufigen Zahlen des IFH in Köln im Jahr 2018 um 1,3 Prozent auf 13,2 Milliarden Euro. Insbesondere die Büromöbelbranche trug einen großen Anteil zu dem positiven Jahresverlauf bei.

Die Nachfrage zur Gestaltung neuer Arbeitswelten und individuellen Bürokonzepten als Alleinstellungsmerkmal im Kampf um Talente ist nach wie vor ungebrochen und beflügelt auch den PBS-Bereich. Denn jedes moderne Bürokonzept setzt wiederum Akzente, bei denen hochwertige Arbeitsmittel wichtig sind. Maßgeblich gestützt wird diese positive Entwicklung durch die insgesamt günstigen Arbeitsmarktdaten. So stiegen allein die Anzahl Büroarbeitsplätze in den letzten Jahren um zwei bis drei Prozent jährlich. Damit bildet der Fachhandel den wichtigsten Vertriebskanal für Büromöbel und PBS-Artikel.

Überraschend ist das Plus bei Bürokommunikationspapieren von einem Prozent, was allerdings auch der Preisentwicklung geschuldet ist. Spezialpapiere legten mit 3,2 Prozent eine positive Performance hin. Gemäß dem stabilen wirt-

schäftlichen Umfeld nahm ferner Büroarbeitsplatzzubehör um 0,5 Prozent zu. Das Minus bei Ordnen und Archivieren von 0,4 Prozent fiel diesmal gering aus. Um 1,3 Prozent, aber immer noch mit einem hohen Marktvolumen von 855 Mio. Euro flachte sich das seit fünf Jahren bestehende Wachstum der Schreibgeräte ab. Trotzdem ist die wiederentdeckte Liebe zur Handschrift und dem Zeichnen ungebrochen, Trends wie Hand-Lettering sorgen für neue Frequenz.

Ein positives Umfeld flankiert die Branchenentwicklung

Die Beschäftigtenzahl lag im Jahr 2018 auf einem fast historischen Hoch. „Im letzten Jahr waren so viele Menschen in Arbeit wie seit der Wiedervereinigung nicht mehr“, berichtet HBS-Geschäftsführer Thomas Grothkopp. Im Jahreschnitt stieg die Zahl der Erwerbstätigen um 1,3 Prozent auf 44,8 Mio. Menschen. Die Arbeitslosen-

quote sank um 0,5 Punkte auf 5,2 Prozent. Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) fiel 2018 um 1,5 Prozent höher aus als im Vorjahr. Die Zahl der Schulanfänger stieg zu Beginn des laufenden Schuljahres um 0,2 Prozent auf 726.400 Kinder. „Ein wichtiger Indikator für den durch die private Nachfrage dominierten Facheinzelhandel“, so Grothkopp. Hier sind die Aussichten weiter positiv. Denn auch die Geburtenrate ist über mehrere Jahre hin gestiegen. Das Schulgeschäft ist nach wie vor eine der tragenden Säulen des Facheinzelhandels und rangiert in der Bedeutung noch vor dem Weihnachtsgeschäft als Umsatzmäßig wichtigste Saison.

In einer digitalisierten Welt steigt der Bedarf nach haptischem Erleben und persönlicher Beratung. Damit steigt die Zahl der Verbraucher, die sich auf die Qualitäten und Stärken des stationären Handels zurückbesinnen. Das geht aus

einer aktuellen Studie der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) hervor und wird besonders bei komplexen und beratungsintensiven Produkten deutlich. „Die Zahl der Kunden, die sich wieder auf die Stärken des stationären Handels besinnen, wächst“, so Grothkopp. „Ein entscheidender Faktor, um sich gegen den stetig wachsenden Onlinehandel zu differenzieren.“ Trotzdem steht der Fachhandel vor großen Herausforderungen. Dabei sehen sich insbesondere die PBS-Fachgeschäfte beim Wettbewerb um Kunden starken Vertriebswegen und –formen wie Drogeriefilialisten und SB-Warenhäuser gegenüber.

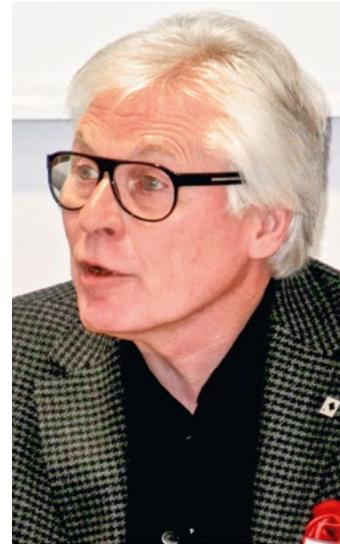
Der Laden wird zur Bühne

Für das vergangene Jahr weist das HBS-Panel bei den PBS-Ladengeschäften ein vorläufiges Umsatzwachstum von 6,5 Prozent auf. Damit konnten Sie sich im harten Wettbewerbsumfeld der Pure Online-Anbieter, den Kauf- und Warenhäusern sowie den branchenfremden Playern wie Drogerien und Discountern behaupten. Der Fachhandel bleibt mit seinen 17 Prozent der wichtigste Vertriebsweg im B2C-Geschäft für klassische PBS-Produkte. Hier spielt die Service- und Beratungskompetenz und seine Nähe zum Kunden eine tragende Rolle.

„Trotz der guten Entwicklung, stehen die PBS-Ladengeschäfte vor großen Herausforderungen, um sich den wechselnden Erfordernissen stetig anzupassen“, so Präsidiumsmitglied Birgit Lessak. „Nur wer wandlungsfähig bleibt und bereit ist, sich den wechselnden Rahmenbedingungen anzupassen, kann seine Position im Markt behaupten“, so Lessak weiter. Heutige Kunden schätzen zwar wieder „mehr Beratung“, verlangen aber auch ein interessantes Ladenkonzept, ein abwechslungsreiches Warenangebot, eine abfragbare On-

lineverfügbarkeit und wollen zum Kauf animiert werden. „Daher ist es wichtig, dass die Produkte wohlüberlegt und den anspruchsvollen Kundenbedürfnissen entsprechend ausgewählt werden, um zu überzeugen“, betont Lessak. Die stetige Anpassung an die aktuellen Gegebenheiten und den wechselnden Kundenanforderungen verlangt die volle Aufmerksamkeit der Inhaber und die ständige Bereitschaft zur Erneuerung. Erlebnis, gepaart mit menschlicher Nähe, ist gerade in der digitalisierten Welt der USP der PBS-Fachgeschäfte.

Statt das Sortiment nach Produkt- bzw. Warengruppen eingeteilt zu präsentieren, sollte die Ladenfläche nach unterschiedlichen Bereichen und Themenwelten gegliedert sein. „Das Auge kauft mit“, weiß Lessak. „Im Ladendesign und der Warenpräsentation wird daher weiterhin Ästhetik, Atmosphäre und Wohlgefühl gefragt sein“. Ergänzt durch Geschenke und Accessoires – nicht nur aus dem Bereich PBS, betont Lessak. Auch Wein, Feinkost und (Koch)Bücher, DIY-Artikel oder eine Kaffeebar zählen dazu. „Mit solchen neuen Erlebniswelten kann der Fachhändler vor Ort überraschen“, betont Lessak. „Dabei soll ein Ladengeschäft zum Stöbern und haptischem Erleben einladen und beispielsweise mit seinen Bastelideen und Workshops kreative Akzente setzen. Solche Anregungen findet der Kunde durch clever gestaltete Laufwege mit Aktionstischen, gern in Verbindung mit den On- und Offlinewelten sowie dem flexiblen Einkaufserlebnis durch „Click & Collect und der Kundenansprache über die sozialen Medien mit Events und Kreativveranstaltungen wie kürzlich der Tag der Handschrift. Die Mitarbeiter müssen gut ausgebildet sein, eine starke Repräsentanz nach außen darstellen und Beratungskompetenz aufweisen.“



Michael Ruhnau,
HBS-Präsident.

Gutes Streckengeschäft

Der PBS-Streckenhandel verzeichnet laut HBS-Panel im Jahr 2018 eine Umsatzsteigerung von 4,0 Prozent. Begünstigt wird das Wachstum durch eine andauernde Schwäche einzelner Global Player. Der mittelständische Streckenhandel punktet mit Beratungskompetenz und kann sich auf den regionalen Wettbewerb einstellen. Er ist in der Lage, über den Außendienst individuelle und kundenorientierte Konzepte zu entwickeln und feste Ansprechpartner zu stellen. Sortimente können so individuell an den Bedürfnissen der Kunden ausgerichtet werden. Darüber hinaus bietet der Streckenhandel eine umfassende After Sales-Betreuung.

So baut der Streckenhandel beispielsweise sukzessive sein Angebot an Hygiene-, Küchen- und Arbeitsschutzartikeln oder die Kaffee- und Getränkeversorgung inklusive dem Bürocatering aus. Zahlreiche Streckenhändler verstehen sich nicht nur als Produkt-, sondern als Servicelieferant im Bereich der Büroversorgung.

Ganzheitliche Konzepte für flexible Office-Landschaften

Anhaltend positiv entwickelte sich erneut die Sparte der Büro- und Objekteinrichter, die im vergangenen Jahr, nach vorläufigen Anga-

ben, Zuwächse von 8 Prozent verzeichnete. Die anhaltend niedrige Zinspolitik war auch im letzten Jahr Treiber für neue Bauprojekte und Ersatzinvestitionen.

In der Einrichtungsbranche geht der Trend zu flexiblen Lösungen, die sich auf individuelle Bedürfnisse schnell und unkompliziert einstellen. Unternehmen setzen dabei nicht mehr nur auf Einzellösungen, sondern auf ganzheitliche Konzepte. Die Arbeitsplatzberatung nach ergonomischen Gesichtspunkten ist dabei selbstverständlich. „Die heutigen Bürowelten müssen flexibel einsetzbar sein“, erklärt HBS-Präsident Michael Ruhнау. Das verlangt nach einer hohen Funktionalität der Büromöbel, bei der einzelne Elemente, individuell getauscht oder ergänzt werden können, „Anfangen bei einer ruhigen Arbeitsumgebung für konzentriertes und fokussiertes Arbeiten, über den Einsatz bei Meetings bis hin zur Nutzung als kreative Arbeitsstätte und Ruhezone“, so Ruhнау weiter. Der modulare Aufbau stellt Stromversorgung und Lademöglichkeiten ebenso sicher, wie die Einbringung von schallabsorbierenden Flächen.

Dabei werden zukünftig Arbeits- und Privatleben mehr und mehr zu dem sogenannten Work-Life-Blending verschmelzen. „Ideen entstehen in den seltensten Fällen am Schreibtisch vor einem weißen Blatt“, weiß Ruhнау. So entsteht ein Arbeitsplatz mit einem häuslichen Wohlfühlambiente, wodurch die Büroumgebung durch Möbel und einzelne Stilelemente wohnlicher wird. Was bleibt, ist Lebenszeit. „Das verlangt allerdings ein hohes Maß an planerischem Geschick“, so Fleischer weiter. Denn die Arbeitswelt der Zukunft erfordert eine Vielfalt an verschiedenen Lösungen. Gerade die Kombination aus „Work“ und „Room“ in einer spontan wechselbaren Arbeitsumgebung verlangt ausgiebige Gespräche, eine konse-

quent durchdachte Planung und Arbeitsplatzgestaltung.

Insbesondere die Umstellung von einem bisher traditionellen auf ein modernes Bürokonzept mit all seinen individuellen Schwerpunkten ist eine planerische Herausforderung. „In eine solchen Planung müssen auch die Mitarbeiter einbezogen werden, damit alle am Ende von der Umstellung profitieren“, so Ruhнау. Dabei spielen akustische Elemente sowie moderne Licht- und Klimakonzepte eine wichtige Rolle. „Diese ganzheitliche Denkweise bildet die Voraussetzung für motivierte Mitarbeiter und deren Leistungsfähigkeit“, so Ruhнау weiter. „Hier bietet die Branche mit komplexen Beratungs- und Planungstools, mit lärmabsorbierenden Flächen und Möbeln sowie Partikelfiltern und Raumluftbefeuchtern adäquate Lösungen“.

Die Bedingungen für flexibles Arbeiten waren nie besser

Positiv zeigte sich der Bereich der Druckerverbrauchsmaterialien mit einem Plus von 0,4 Prozent. Beim EDV-Zubehör verlangsamte sich der Rückgang. Grundsätzlich ist das Druckvolumen weiter rückläufig. In vielen Unternehmen und Organisationen wird die Arbeit mobiler – unterwegs, im Homeoffice oder in Coworking Spaces. „Damit steigt zwangsläufig die Nachfrage nach spezialisierten Anbietern von Druck- und Kopierlösungen, welche die jeweiligen Anforderungen ihrer Kunden analysieren und effiziente Workflows realisieren“, erläutert HBS-Präsidiumsmitglied Helmut Fleischer: „Das hilft Firmen, ihre Prozesse nachhaltig zu optimieren.“ Daher profitieren Anbieter von Dokumenten-managementsystemen (DMS) und Enterprise Content Management (ECM) vom steigenden Interesse an Lösungen für digitale Geschäftsprozesse. Auch die Art und Weise der Erfassung, Verwal-



tung, Speicherung und Bereitstellung von Inhalten (Content) ändert sich.

HBS-Präsident Michael Ruhнау: „Die heutigen Bürowelten müssen flexibel einsetzbar sein.“

Die Nachfrage nach Tintenstrahldruckern ist ungebrochen. Dabei stehen moderne Multifunktionsgeräte (MFP) im Fokus. Sie sind wirtschaftlich, emissionsarm, leise und energiesparend. Allerdings wirkt sich auch hier der Margenverfall bei der Hardware auf die Ergebnissituation der Händler aus. Diese ist durch zusätzliche Serviceleistungen wie Datenschutz und IT-Sicherheit, Beratung zur Nachhaltigkeit und die Optimierung der dokumentenbasierten Prozesse aufzufangen. Gerade der hohe Grad der Digitalisierung mit ihrer leicht vernetzbaren Kommunikation und der Möglichkeit, von überall auf die Daten zuzugreifen, stellt hohe Anforderungen an die IT-Infrastruktur und Datensicherheit.

Die Arbeitswelten von morgen benötigen dazu modernste Lösungen zur Kommunikation und zur Collaboration. Solche Tools unterstützen die Teams, in Verbindung zu bleiben, Ideen auszutauschen und produktiv zu arbeiten. „Wer hier als Händler dabei sein will, muss sich mit den Fragen seiner Kunden zum Thema Digitalisierung auseinandersetzen können“ betont Fleischer. „Zukunftsfähig ist derjenige Händler, der seinen Kunden ganzheitliche Lösungen anbietet, frühzeitig ausreichende

Kompetenz aufbaut und seine Mitarbeiter qualifiziert“. So gehört zu einer neu geplanten Büroeinrichtung auch eine entsprechende IT-Infrastruktur mit Serviceleistungen wie Installation, Inbetriebnahme sowie Wartung und Schulungen. Cloud-Management, IT-Sicherheit, Datenschutz sowie ein automatisiertes Output-Management runden das Angebot ab. Die Kunden erwarten jederzeit gut funktionierende Hard- und Software, einwandfreie Ausdrucke, gleichgültig, ob aus der Cloud, von unterwegs oder seinem Soho-Umfeld (Small Office Home Office).

Ausblick

Für 2019 ist nur mit einer geringen Fortsetzung des seit nunmehr neun Jahren anhaltenden volkswirtschaftlichen Aufschwungs zu rechnen. Prognosen des Instituts für Arbeitsmarkt und Berufsforschung (IAB) rechnen weiterhin mit einem Anstieg der Beschäftigung, auch wenn der Export an Fahrt verliert. Prognostiziert wird für 2019 ein Wachstum von einem Prozent.

Der Bund plant in den nächsten fünf Jahren Ausgaben in Höhe von fünf Milliarden Euro für die Digitalisierung von Schulen. Der Anstieg der Schülerzahlen wird für zusätzlich Ausgaben für PBS-Produkte sorgen. Der Wunsch nach schneller Verfügbarkeit, geringen Versandkosten und flexiblen Einkaufserlebnissen über alle Kanäle hinweg kennzeichnet den moder-

nen Konsumenten. Daher wird das Zusammenspiel von Online und Offline immer wichtiger.

PBS: Produkte kennen und verkaufen

Die PWC-Studie macht deutlich, dass Kunden wieder stärker eine ausführliche und kompetente Beratung zu schätzen wissen. Auch die stationären Händler erleben wieder mehr Frequenz auf der Fläche, gepaart mit einer steigenden Nachfrage nach lösungsorientierter Beratung – ein durchaus positiver Trend im digitalen Zeitalter des Onlineshoppings und den hohen Umsätzen der Pure Onlineplayer.

Dass eine umfassende Beratung- und Servicekompetenz im Zuge der digitalen Handelskonzepte ein Gegengewicht darstellt und der USP der Ladengeschäfte ist, war dem HBS und seinen Branchepartnern sehr wohl bewusst, als 2010 der erste Lehrgang zum „Zertifizierten Fachberater PBS“ startete. Heute steht das moderne Kurskonzept für angewandte Warenkunde und Verkaufstraining für Laden und Strecke.

Werteverständnis als Symbol

Für ein qualitativ hochwertiges und umfassendes Sortiment sowie einen hohen Wiedererkennungswert steht das Schreibwarenzeichen. Schon beim Betreten eines Geschäfts transportiert das Symbol Marken- und Sortimentskompetenz. Hier steht der Kunde im Mittelpunkt eines umfangreichen

Markenangebots, dessen Orientierungspunkte eine ausführliche Beratungs- und Servicekompetenz sind. Bei 850 Lizenznehmer ist das im Jahr 2007 eingeführte Schreibwarenzeichen fester Bestandteil ihrer Ladengeschäfte und dient als Wegweiser zu einem umfangreichen Markenangebot an PBS-Produkten. Der Verband der PBS-Markenindustrie führt es in seinem Logo. Beim HBS dient es als Symbol für den „Zertifizierten Fachberater PBS“. Innerhalb der Branche trägt es maßgeblich zur Erkennbarkeit und Werteidentifikation bei. Die Urheberrechte liegen beim HBS, der die Nutzungsgenehmigungen erteilt. Seit fünf Jahren steht das Symbol auch in Österreich für ein qualifiziertes Angebot von Schreib- und Papierwaren sowie sonstigen PBS-Produkten.

Seit 2015 sind der HBS zusammen mit Büroring, Büroforum 2000, Inter-ES und Prisma auf dem „Händlertreff“ Anlaufstelle für Networking oder dem Austausch unter Kollegen und Partnern. Am Messesonntag fand auf der Fläche des Handelsareals die Zertifikatsübergabe an die Absolventen des letzten Fachberaterkurses und direkt im Anschluss um 17.30 Uhr der Händlertreff statt, ein Get-together für Partner aus Handel und Industrie, zu dem die Partner gemeinsam mit der Messe Frankfurt eingeladen hatten.

www.bwb-online.de



Verhaltene Prognose: Für 2019 rechnet auch der HBS nur mit einer geringen Fortsetzung des seit nunmehr neun Jahren anhaltenden volkswirtschaftlichen Aufschwungs.



Paperworld 2019: Feierliche Zertifikatsübergabe auf dem Handelsareal in Halle 3.0 (Lehrgangsleiterin Martina Kobabe, ganz rechts).

Zertifikatsübergabe an neue PBS- Fachberater

Im Rahmen der Paperworld erhielten die Absolventen des Fachberaterlehrgangs 2018 ihre Zertifikate. Damit haben bisher 124 Absolventen die im Jahre 2010 gestartete Qualifizierungsmaßnahme erfolgreich abgeschlossen.

Im Rahmen der Paperworld fand am 27. Januar auf dem Handelsareal in Halle 3.0 der Messe Frankfurt die Übergabe der Zertifikate an die Teilnehmer des Jahrgangs 2018 statt.

HBS-Präsidiumsmitglied Michael Purper begrüßte die zahlreichen Gäste und betonte seinen großen Respekt für die Leistung der Teilnehmer. „Wer kann schon von sich behaupten, in den letzten zwei Jahren eine elf monatige Weiterbildung gemacht zu haben,“ hob Michael Purper hervor. Dabei lobte er die Unternehmen, die eine solche Maßnahme für ihre Mitarbeiter buchen und sie dabei umfänglich unterstützen.

Lehrgangsleiterin Martina Kobabe verabschiedete anschließend die

Teilnehmer mit einem weinenden und einem lachenden Auge. „Mit jedem Kursende geht auch immer eine zusammengeschweißte Gemeinschaft auseinander“, sagte Kobabe. „In elf Monaten hat man viel zusammen erlebt, gelacht und auch den ein oder anderen Tiefpunkt gemeinsam gemeistert“, stellte Martina Kobabe weiter fest.

Auch wenn die zahlreichen simulierten Verkaufsübungen und Team-Präsentationen eine besondere Herausforderung für Teilnehmer waren, so würden sich alle erneut für diesen Kurs entscheiden. Zusammen mit den Zertifikaten und dem Partnerpräsent erhielten die Absolventen den HBS-Ansteckpin „Zertifizierter Fachberater PBS“, der sie zukünftig als Absolvent die-

ses anerkannten Kurses ausweisen wird. Anschließend konnten sich die Teilnehmer in dem „Goldenen Fachberaterbuch“ verewigen und gemeinsam mit den zahlreichen Gästen und Kollegen auf ihren Erfolg anstoßen.

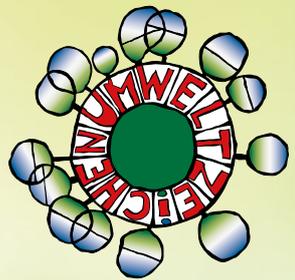
Die Ausbildung zum Zertifizierten PBS-Fachberater erfolgt in Zusammenarbeit mit dem Verband Schweizer Papeterien. Seit 2010 wurden acht Lehrgänge mit insgesamt 124 Absolventen durchgeführt. Der neunte Kurs startete bereits am 16. Januar in Köln. Der Lehrgang ist auf Laden- und Streckenhändler zugeschnitten. Er ermöglicht, das vorhandene Wissen zu erweitern und anwendungsbezogen zu vertiefen. Der Kurs eignet sich gleichfalls für Quer- und Wie-

Für unsere Umwelt

ausgezeichnet!

Mehr als 80 trodat Produkte* erhielten das **Österreichische Umweltzeichen**. Dieses ist ein international anerkanntes Umweltgütesiegel und stellt umfassende Anforderungen an:

- » **Qualität, Gebrauchstauglichkeit, Langlebigkeit**
- » **Gesundheit und Sicherheit für Menschen**
- » **Umwelt (ökologische Kriterien)**



Lehrgangsführerin
Martina Kobabe.

dereinsteiger sowie Azubis. Dabei stärken die Teilnehmer ihre Handlungssicherheit gegenüber Kunden und erweitern ihre Sozialkompetenzen. Die vom Handelsverband Büro- und Schreibkultur (HBS) durchgeführte Schulung wird unterstützt von Büroring, Casio, Durable, Edding, Ergobag, Legamster, Lamy, Pelikan, Prisma, Soennecken, Staedtler, Stabilo, Staufen, Step by Step, Tesa und Veloflex. Der Kurs läuft von Januar bis November. Die fünf Präsenztage werden in der Fachschule des Möbelhandels (Möfa) in Köln-Lindenthal durchgeführt, in welcher der HBS seine Geschäftsstelle hat.

www.fachberater-pbs.de



HBS-Geschäftsführer
Thomas Grothkopp.



*Ausgenommen Produkte mit blauer und violetter Tinte, mit Multi Color Impression Farben, sowie in Blister Verpackung.

pbsreport

trodat[®]

IMMER EIN ORIGINAL

Weitere Informationen und
eine Übersicht finden Sie unter:
www.ecolabel.trodat.net



Positive Stimmung bei Frankfurter Messe-Trio

Frankfurt zählt mit 592.127 Quadratmetern Grundfläche und 12 Hallen heute zu den größten Messegesellschaften der Welt.

Die Frankfurter Konsumgütermessen Christmasworld, Paperworld und Creativeworld haben mit zukunftsweisenden Branchenthemen und aktuellen Trends die neue Geschäftssaison erfolgreich eingeläutet. Messen stehen nach wie vor im Fokus.

Zu den drei internationalen Leitmessen sind wieder 87 466 Besucher aus 161 Ländern auf das Frankfurter Messegelände gekommen. Damit konnte die Messe Frankfurt fast die gleiche Anzahl an Besuchern wie im vergangenen Jahr begrüßen (Vorjahr: 86 503/2017: 85.448). Die 3 119 (Vj: 3 023/2017: 2 920) Aussteller aus 68 Ländern begeisterten den nationalen und internationalen Handel mit ihren Produktinnovationen rund um Dekoration und Festschmuck, Papier, Bürobedarf und Schreibwaren sowie Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarf. Obwohl die Christmasworld mit allein 43 450 Besuchern wieder unangefochten an der Spitze der drei Konsumgütermessen steht, sollte nicht unerwähnt bleiben, dass sie nicht nur einen Tag früher beginnt, sondern damit auch die Dauerkartenbesucher für sich verbucht. In anderen Worten erklärt, wer die Christmasworld bereits am ersten Tag besucht, später noch die Paperworld und Creativeworld auf der Agenda hat, wird eben nur einmal gezählt.

Da aber für die Messe Frankfurt das Ergebnis insgesamt zählt, kann keinesfalls von rückläufigen Besucherzahlen gesprochen werden. Vielmehr ist eine jährliche Steigerung von einem Prozent erkennbar. Nicht gerade viel mag



Pietro Giarrizzo, Redakteur: „Die Halle 3.1 wieder in das Hallenkonzept miteinzubeziehen und der Papeteriewelt damit eine umfassende Bühne zu bieten, hat sich als goldrichtig erwiesen. Die Fachbesucher finden alle Lifestyle-Produkte für den Stationery-Handel kompakt auf einer Hallenebene. Bequem und zeitsparend ist so auch der Bürobedarf auf der Ebene 3.0 erreichbar. Verschlungen soll aber weiterhin der Zugang über die Halle 3.0 – der Besucherstrom wird damit über die Haupteingänge Ludwig-Erhard-Anlage (Hotel Maritim), City und Portalhaus geleitet bzw. gesteuert.“

manch Zeitgenosse dabei denken. Auch auf Ausstellerseite gibt es eine ähnlich positive Entwicklung. Ein Blick in die Branchenkennzahlen des Ausstellungs- und Messe-Ausschusses der Deutschen Wirtschaft e.V. (AUMA) zeigt deutlich, die deutschen Messen gehören noch immer zu den einflussreichsten der Welt – und deutsche Messen gehören zur

Nummer Eins, wenn es um die internationale Ausrichtung geht. Im Vergleich zum Vorjahr gab es ein Prozent mehr Aussteller auf insgesamt 186 Messen. Die Messe Frankfurt liegt mit ihrem Messegelände der Welt in Hannover, Shanghai und eben Frankfurt befinden.

„Der hohe Internationalitätsgrad ist einer der entscheidenden Erfolgsfaktoren. Auch die herausragende Qualität der Besucher und der persönliche Kontakt sind Alleinstellungsmerkmale unserer Messen. Interaktivität, Emotionalisierung und die intelligente Verknüpfung zwischen der analogen und der digitalen Welt sind die wesentlichen Treiber für die kommende Geschäftssaison. Dafür setzt unser Messe-Trio die richtigen Impulse“, sagt Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt.

Das Messe-Trio bestätigt seine Rolle als internationaler Marktplatz der Innovationen und ist eine unverzichtbare Businessplattform für den persönlichen Austausch. Dieses Konzept lockt Besucher aus der ganzen Welt nach Frankfurt am Main: Zu den Top-Besuchernationen zählen



neben Deutschland auch Italien, die Niederlande, Großbritannien, die USA, Frankreich und Russland. Große Zuwächse wurden vor allem aus China und den USA verzeichnet.

Paperworld wieder mit hoher Internationalität

Rund 33.010 (Vorjahr 33.787) Fachbesucher, davon 10.110 (Vj: 11.072) aus Deutschland und 22.900 (Vj: 22.715) aus dem Ausland haben sich von den Trends und Produktneuheiten inspirieren lassen. 92 Prozent der Fachbesucher waren laut der Besucherbefragung sowohl mit dem Produktangebot als auch der Zielerreichung auf der Paperworld sehr zufrieden.

Diese positive Resonanz zeigt, dass Frankfurt sowohl der internationale Marktplatz der Innovationen als auch unverzichtbare Businessplattform für den persönlichen Austausch ist. „Der Fachhandel weiß das breite Angebot der Paperworld zu schätzen. Er nutzt die Chancen, die sich zusätzlich mit der Sortimentsergänzung der Creativeworld und der Christmasworld bieten. Hervorzuheben ist das qualitativ hochwertige und zukunftsweisende Angebot an Vorträgen, Foren und Sonderpräsentationen“, sagt Thomas Grothkopp, Geschäftsführer Handelsverband Wohnen und Büro. Die meisten Fachbesucher kamen neben Deutschland aus China, Italien, Großbritannien, den Niederlanden und USA, sowie Frankreich und Spanien. Zuwächse gab es besonders aus China, der Schweiz, den Niederlanden und Österreich.

Auch Matthias Schumacher, Director International Sales & Key Account Management Consumer & Craftsmen bei Tesa lobt die Internationalität der Besucher: „Wir hatten eine wirklich gute Paperworld. Unsere eher vorsichtigen Erwartungen wurden übertroffen. Die Frequenz an unserem Stand war sehr hoch. Alle für uns wichtigen Besucher, vom Groß-, Büro- bis zum Einzelhandel, waren da und haben sich viel Zeit genommen. Aus dem Ausland begrüßten wir alle Kernkunden aus Europa und konnten auch neue Leads etwa aus Afrika und Middle East gewinnen. Nach dieser Paperworld blicken wir zuversichtlich in die Zukunft.“

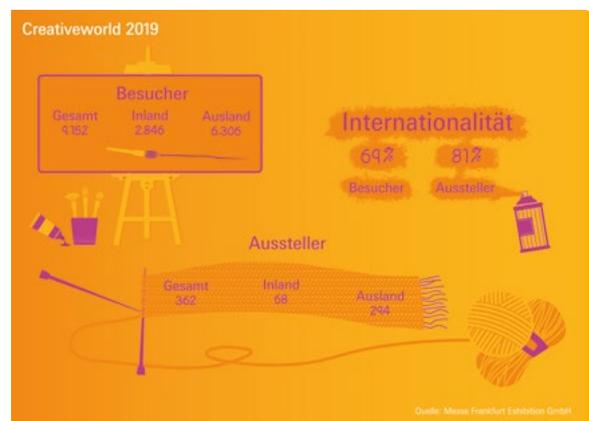
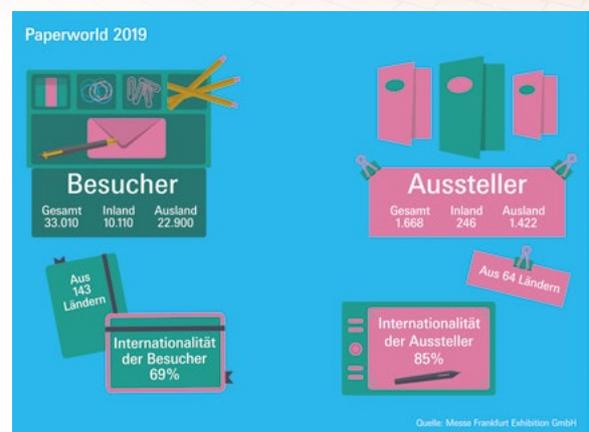
Creativeworld behauptet ihre Top-Position im DIY Markt

Mit stabilen Zahlen bei 9.152 (Vorjahr: 9.266) Besuchern wird die Creativeworld ihrer Rolle als wichtigste Plattform für die Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarfsbranche erneut gerecht. Die 362 (Vj: 336) Aussteller inspirierten Fachbesucher aus 104 Ländern mit ihren Produktneuheiten, Trends und neuen Techniken und sorgten für eine ausgezeichnete Atmosphäre.

Insgesamt kamen 6.306 (6.208) Besucher aus dem Ausland. Dabei waren neben Deutschland viele Händler aus den Niederlanden, Spanien, Großbritannien, Frankreich sowie Italien vor Ort. Außerhalb Europas waren die USA, Russland, Australien und die Türkei stark vertreten. Große Zuwächse wurden vor allem aus den Niederlanden, den USA, Großbritannien und Griechenland verzeichnet.

www.messefrankfurt.com

Messedaten kompakt





Trends und Innovationen beflügeln die Branche

Die Paperworld vereint als einzige internationale PBS-Fachmesse die beiden Warenschwerpunkte Office und Stationery. Der Handel kann in diesem Jahr auf verschiedene Trends zurückgreifen. Wir ziehen eine Bilanz der internationalen Messe.

Die Paperworld ist mit ihrem Produktangebot für Office und Stationery sowie dem umfassenden Rahmenprogramm am Puls der Zeit. Die weltweit größte Branchenfachmesse für Papier, Bürobedarf und Schreibwaren präsentiert neue Themen für die Branche und macht damit Besucher und Aussteller fit für ein umsatzstarkes Geschäftsjahr 2019. „Wir freuen uns über die gute Ausstellerzahl, was beweist, dass die Paperworld die wichtigste internationale PBS-Fachmesse ist. Insgesamt 1668 Aussteller aus 64 Ländern präsentierten sich an den vier Messetagen. Mit einem erneuten Wachstum im zweiten Jahr in Folge, haben wir eine stabile Basis für die Branche geschaffen – und das in einem herausfordernden Marktumfeld“, sagt Stephan Kurzawski, Geschäftsleiter Messe Frankfurt Exhibition GmbH.

Laut Ausstellerbefragung waren in diesem Jahr rund zwei Drittel der Aussteller mit der Beurteilung der Besucherqualität sehr zufrieden. Knapp 80 Prozent der Aussteller gaben an, dass sie ihre Messeziele erreicht haben. Das führt dazu, dass mehr als drei Viertel der Aussteller mit der Paperworld insgesamt sehr zufrieden sind. „Die PBS-



Sabine Baumstark, Redakteurin: „Der Erfolg eines Produkts hängt nicht nur von seinem Nutzen ab, sondern vielmehr von den Gefühlen, das es beim Kauf auslöst. Die Halle 3.1 der Paperworld bot die perfekte Plattform, um diese Erlebnisse entdecken und entfalten zu können. Der abwechslungsreiche Mix aus wertigen und erlesenen Produkten gab den Besuchern der Paperworld die Möglichkeit, den authentischen Anbietern offen zu begegnen, und den Raum für emotionale Reaktion zu schaffen. Mein Fazit: Weiter so, denn nur mit sinnlichen und haptischen Produkten und Erlebnisräumen kann der stationäre Fachhandel seine Stärken weiter ausspielen.“

Markenindustrie ist optimistisch ins Jahr gestartet. Auf der Paperworld 2019 haben die ausstellenden PBS-Markenfirmen ihre nationalen und internationalen Kunden getroffen, die Messe ist damit die ideale Kommunikationsplattform

zum Jahresauftakt. Die Messehallen boten einen nahezu kompletten Marktüberblick – mit zufriedenen Ausstellern und gewohnt guter Besucherqualität“, sagt Thomas Bona, Geschäftsführer, Verband der PBS-Markenindustrie. Unisono klingt die Resonanz von Seiten der Fachbesucher aus dem In- und Ausland, die sich wieder von den Trends und Produktneuheiten inspirieren haben lassen. 92 Prozent davon waren laut der Besucherbefragung sowohl mit dem Produktangebot als auch der Zielerreichung auf der Paperworld sehr zufrieden.

Positive Resonanz: Office und Stationery unter einem Dach

In diesem Jahr wurde die Halle 3 zur Heimat für die beiden Bereiche Office und Stationery. In der Ebene 3.1 hat sich der privatorientierte Stationery-Sektor neu gruppiert, während die Fachbesucher in der Ebene 3.0 die Neuheiten für den modernen Büroarbeitsplatz kennenlernen konnten.

Martina Schneider, Head of Public Relations bei Schneider Schreibgeräte GmbH sagt zum Messeverlauf: „Wir sind sehr zufrieden und die Frequenz in der Halle 3.0 ist sehr gut. Die Paperworld ist die



Die Paperworld vereint als einzige internationale PBS-Fachmesse die beiden Warenschwerpunkte Office und Stationery unter einem Dach. In diesem Jahr wurde die Halle 3 zur Heimat für beide Bereiche.

richtige Plattform, um unsere internationalen Kunden zu erreichen. Nachhaltigkeit war eines der großen Themen, das wir in einer Virtual Reality-Präsentation thematisiert haben – mit großem Erfolg und Zuspruch.“

Besonders die neue Belegung der Halle 3.1 kommt bei den Ausstellern gut an: „Wir sind zufrieden mit der Paperworld und unserem neuen Standort. Die Halle 3.1 ist überaus gelungen. Sie ist hervorragend gestaltet und bietet den Besuchern eine Fülle an Inspirationen und Anwendungsbeispielen. Dazu stimmt der Ausstellermix, wovon auch wir profitieren: Vom ersten Tag an hatten wir mehr Frequenz als im Vorjahr“, sagt Domenic Meier, CEO bei Art-oz Papier AG.

Auch das Angebotsinteresse der Besucher spiegelt die hohe Nachfrage nach beiden Produktgruppen. Besonders gefragt sind Büropapiere und Versandmaterialien (33 Prozent), Büro- und Schreibtischausstattungen (27 Prozent), Organisationsmittel, Kalender und Notizbücher (24 Prozent) sowie Drucker- und EDV-Zubehör (24 Prozent). „Auf der Paperworld lasse ich mich von den neuen Trends und Produkten inspirieren. Unser Fachgeschäft soll sich von anderen abheben, daher bin ich immer auf der Suche nach besonderen Produkten im Bereich Büropapiere und Schreibgeräte. Hier finde ich solche Produkte“, sagt Anne Schwarz, Mitarbeiterin von Kargl Schreibkultur in Koblenz.

Natürlich, schick und edel in die kommende Saison

In diesem Jahr kann der Handel auf verschiedene Trends zurückgreifen: Schlichte Eleganz und opulenter Schick sind kein Gegensatz. Ob edle dunkle Töne in Blau und Grün kombiniert mit schimmerndem Gold oder helle Naturnuancen mit silbernen Highlights – beide Strömungen unterstreichen den urbanen Schick und geben dem Büro eine edle Note. Kombiniert werden diese Farbtrends mit nachhaltigen Produkten, natürlichen Materialien, Reduktion und einem Hauch von Exklusivität. Für das moderne Büro oder den Home-Office-Arbeitsplatz zeigt die Paperworld Ordner aus Kork sowie Kalender aus handgeschöpften Papieren, die in ihrer Herstellung wenig Wasser benötigen. Kombiniert werden diese Produkte mit leichten Farbtönen in Beige oder auch Pastell, die dem Office einen luftigen und gleichzeitig modernen Touch verleihen. Der Sommer mit seinen hellen Farben wird ins Büro geholt, dabei bleiben geometrische Motive, diesmal stark an Art Deco-Elemente angelehnt, weiterhin im Trend. Auf der Paperworld zierte dieser Trend Notizbücher, Ordner und Accessoires. „Der deutliche Trend zu zarten Pastellen und relaxten Non-colours reflektiert das Bedürfnis nach Stille und Natürlichkeit. Die sehr feinsinnigen Farben und Materialien wirken beruhigend. Sie erzeugen den gewissen Wohlfühlfaktor als Kontrapunkt zur Schnelligkeit und Reizüberflutung in unserer urbanisierten Welt“, sagt Katrin-Rössler-Ehlers, Produktentwicklung & Marketing bei Rössler

GmbH & Co. KG. Parallel zur schlichten Eleganz spielt Flexibilität im Büro eine entscheidende Rolle. Ob Tische, die sich mit einem schnellen Handgriff in Whiteboards verwandeln lassen oder digitale Stifte und Stempel – der Trend geht ganz klar hin zu zukunftsweisenden Lösungen mit mehr Funktionalität und einer edlen Ausstattung. Dabei wird das Manager-Büro in der kommenden Saison schlicht und in dunklen Tönen eingerichtet. Reduktion ist das Stichwort. „Die diesjährige Paperworld war eine sehr erfreuliche Messe. Unsere Produktneuheiten, unterteilt nach Lösungen im Bereich Bürobedarf, Bürotechnik und Büroeinrichtung, kamen beim Messepublikum sehr gut an. Auch unsere Lösungskompetenz als Work-Life-Experts stießen auf größtes Interesse“, sagt Frank Indenkampen, Geschäftsführer Novus Dahle GmbH. Überrascht hat der österreichische Stempelhersteller Colop die PBS-Branche mit einer digitalen Stempelösung. Der „e-mark“ ist ein auf Inkjet-Technologie basierendes elektronisches mobiles (batteriebetriebenes) Markierungsgerät, welches in Kombination mit einer App funktioniert und mit welchem der Anwender mit einer einfachen Seitwärtsbewegung Abdrucke auf unterschiedlichsten Materialenaufbringen kann.

Im kommenden Jahr finden die Konsumgütermessen erneut rund um den letzten Samstag im Januar statt: Christmasworld: 24. bis 28. Januar 2020, Paperworld und Creativeworld: 25. bis 28. Januar 2020. paperworld.messefrankfurt.com



Kreativer Spitzenreiter

Mit stabilen Besucherzahlen wird die Creativeworld ihrer Rolle als wichtigste Plattform für die Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarfsbranche erneut gerecht. Hier treffen an vier Tagen Business und eine große Kreativität zusammen.

Von den Fachbesuchern der Creativeworld kam in diesem Jahr der größte Teil aus dem Einzelhandel, aber auch zahlreiche Besucher aus dem Groß- und Außenhandel orderten auf der Messe für Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarf. Die Besucherqualität bleibt deshalb auf einem sehr hohen Niveau: 75 Prozent der Fachbesucher sind Führungskräfte und bringen demnach eine besondere Einkaufs-Entscheidungskompetenz mit. „Wie immer kommt die kreative Welt in Frankfurt am Main zusammen“, bringt es Charlotte Lynn Nielsen, Export Director Creativ Company auf den Punkt.

„Die Creativeworld steht in unserer Branche immer mehr im Fokus. Wir merken das an den sehr guten Kontakten, die wir hier treffen oder die wir neu knüpfen“, erklärt Nils Knappe, Geschäftsführer H. Schmincke. Und Harold Kruijs, Marketing Director Royal Talens fügt hinzu: „Die Qualität der Besucher und Meetings ist sehr hoch – mehr als 90 Prozent unserer Besucher sind Entscheider.“ Die Einkäufer interessieren sich am meisten für Produkte aus dem Hobby- und Bastelbereich. Aber auch der Grafik- und Künstlerbedarf sowie Handarbeiten und textiles Gestalten sind stark nachgefragt. „Die Hersteller sind mir der



Ann-Katrin Jaeger, Redakteurin: „Auf der Creativeworld konnten die Besucher viele spannende Neuheiten entdecken. Auffällig ist, dass die DIY-Messe immer internationaler wird, gleichzeitig aber die Qualität der angebotenen Produkte zuweilen schwankt. Die etablierten 'großen' Hersteller wussten die Besucher mit interessanten Live-Vorführungen an die Stände zu locken – während andere Aussteller mit ihren Me-too-Produkten versuchten mehr oder weniger zu überzeugen. Was die Trends angeht, gab es überall das kräftige Neon zu sehen, das sich effektiv mit Weiß und Schwarz kombinieren lässt. Hier lassen sich tolle Akzente setzen, auf Leinwand, aber auch auf Textil. Der deutsche Fachhandel ist souverän genug, aus dem großen Ganzen die tatsächlichen Innovationen zu entdecken.“

Creativeworld sehr zufrieden und freuen sich über die starke Frequenz“, sagt Gerlinde Karg, Vorsitzende des Vorstands und Geschäftsführerin, Verband

Hobby-Kreativ e.V. Sie hob außerdem die Rolle des Creativeworld Forums hervor: „So ausgebucht wie in diesem Jahr habe ich das Forum noch nicht erlebt. Für den Handel und auch die Hersteller sind solche Workshops enorm wichtig.“

Die Aussteller inspirierten mit ihren Produktneuheiten, Trends und neuen Techniken und sorgten für eine ausgezeichnete Atmosphäre. „Die Creativeworld gibt das Tempo für das Jahr vor. Hier stellen wir neue Produkte vor und erfahren, wie die Neuheiten bei unseren Kunden ankommen. Sie ist ein sehr guter Treiber für das Geschäftsjahr und die Akzeptanz der neuesten Produkte“, sagt Eric Chaveau, Geschäftsführer Pébéo.

„Keine andere Fachmesse vereint Kreativität und Business so einzigartig wie die Creativeworld“, bestätigt auch Stephan Kurzawski, Geschäftsleitung Messe Frankfurt Exhibition GmbH. „Wir begrüßen jedes Jahr zahlreiche Besucher aus dem Ausland, in diesem Jahr waren es 69 Prozent. Sie kommen zu uns weil wir ihnen den weltweiten DIY-Markt in vier Tagen an einem Ort bieten.“ Dabei waren neben Deutschland viele Händler aus den Niederlanden, Spanien, Großbritannien, Frankreich sowie Italien

„Keine andere Fachmesse vereint Kreativität und Business so einzigartig wie die Creativeworld“
– Stefan Kurzawski, Messe Frankfurt.



vor Ort. Außerhalb Europas waren die USA, Russland, Australien und die Türkei stark vertreten. Große Zuwächse wurden vor allem aus den Niederlanden, den USA, Großbritannien und Griechenland verzeichnet. Das bestätigt auch Karl-Heinz Hartmann, Leiter HQ Services, Event Manager Staedtler: „Hier auf der Creativeworld treffen wir sehr viele Kunden aus Deutschland und Europa, aber auch aus Australien und den USA. Die Stimmung ist gut und wir sind sehr zufrieden.“

Trends von der Creativeworld

Die diesjährige Creativeworld hat einmal mehr gezeigt: Handel ist Wandel, aber eines bleibt: Menschen wollen kreativ sein. Sei es, um sich und anderen eine Freude zu bereiten mit Bildern und Objekten, oder um das eigene Zuhause zu gestalten – als persönlichen Rückzugsort, aber auch als Treffpunkt mit Freunden für entspannte Stunden und fröhliche Feiern.

Bei dem Wunsch, den eigenen Wohnraum einzigartig, stilvoll und doch warm zu gestalten, spielen Stoffe eine Hauptrolle – gern verziert mit „PomPoms“ und Tassel schmuck. Für das textile Gestalten stehen eine ganze Reihe neuer und innovativer, aber auch traditioneller und wiederbelebter Techniken bereit: Siebdruck, mit Punch Needle sticken, Makramee oder Wandschmuck aus dickem Garn.

Außerdem zeigt sich bei immer mehr Herstellern, dass Natur und Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle

spielen: Einfach anwendbares Färbemittel aus Naturfarben, nachhaltig hergestellte Produkte wie Pappmaché aus recycelten Zeitungen, Paletten aus wasserdichtem Karton oder öko-zertifizierte Highlighter. Passend dazu ist das Trendmotiv die Monstera-Pflanze, auch Fensterblatt genannt. Die markante Silhouette findet sich als Motiv für Textildruck wieder, auf Stickern und Stempeln oder Aufnäher. Zusammen mit anderen grünen Pflanzen und Kakteen zaubert das Monstera-Blatt ein Naturfeeling in jedes Zuhause.

Ganz besonders stark ist der Trend zur Personalisierung. Hier ist nach wie vor Handlettering unübertroffen. Mit Pinsel und Stiften auf Papier und Porzellan, mit Kreiden auf Glas, mit Rubbelkrepp-Markern auf Aquarellbildern oder mit handlichen LötKolben auf Holz und Leder. Eine weitere angesagte Form der Kalligraphie ist Street Art: Weg von der Straße und rein ins Wohnzimmer. Acrylmarker und Aqua-Brush-Pens gehören dabei genauso selbstverständlich zum Graffiti-Trend wie Sprühfarben in allen Tönen, von klassischen Nuancen über Neon bis Metallic mit Spiegeleffekt.

Nicht zu vergessen – Acrylic Pouring: die Mischtechnik, bei der Acrylfarben mit einem Medium in einem Gefäß kombiniert und dann über eine Oberfläche gegossen werden. Die Technik lässt endlose Farbspiele zu, das marmorierte Ergebnis erinnert mal an Pop Art, mal an Mineralien.

Farblich lässt sich in diesem Jahr keine spezielle Trendfarbe erkennen: von Aquarellfarben bis zur Deko-Farbe in Violett-, Grün- und Blautönen ist alles dabei. Auch gedämpfte und erdige Töne, von Ocker und Sepia über Terrakotta bis Moos sind beliebt und unterstreichen den Trend zur Natürlichkeit. Zarte Pastelltöne sind aus der kreativen Welt nicht wegzudenken, gern in Kombination mit Neon- oder Kupferakzenten.

Creativeworld Forum

Weiterbildungs-Charakter hat darüber hinaus das Creativeworld Forum, eine feste Größe auf der Creativeworld. „Vor ein paar Jahren haben wir erkannt, dass die Fachbesucher aktiv am Geschehen teilhaben wollen und die neuesten Produkte, Werkzeuge und Techniken der Hersteller testen wollen. Also bieten wir jetzt den ganzen Tag über Workshops an. Die Resonanz ist fantastisch“, erklärt Michael Reichhold, Leiter Creativeworld. Für die Fachbesucher macht gerade diese Praxisnähe den besonderen Reiz der Creativeworld aus. Nur hier finden sie Hersteller aus aller Welt und können noch dazu mit den neuesten Produkten arbeiten. Martin Erler, Geschäftsleiter Efcoco sagt dazu: „Auf der Creativeworld geht es natürlich ums Business, gleichzeitig auch um eine große Kreativität. Die Menschen wollen die Techniken nicht nur gezeigt bekommen, sondern auch mitmachen. Das können Sie im Forum. Besonders interessant sind darüber hinaus die Creativeworld Trends.“

creativeworld.messefrankfurt.com



Preisverleihung auf der Paperworld: die Preisträger „Produkt des Jahres 2019“.

Sieben auf einen Streich

Beim Wettbewerb „Produkte des Jahres 2019“ wurden in diesem Jahr auf der Paperworld gleich sieben Produkte ausgezeichnet. Die Sieger heißen Krug & Priester, Durable, Schwan-Stabilo, FLSK, Airpaq, Rössler Papier und Zettler.

Mit dem Luftreiniger Ideal AP40 PRO von Krug & Priester, dem Durafix-Prinzip von Durable, dem Stabilo Pen 68 metallic, der Vacuum Insulated Stainless Steel Fask von FLSK, der Airpaq Rucksack Kollektion von Airpaq, der Papeterie-Kollektion Cacao von Rössler Papier und der Graspapier Kalenderserie von Zettler konnten von der Jury-Sprecherin Christine Schmidhuber vom Bundesverband Sekretariat und Büromanagement, gemeinsam mit Torsten Jahn, Vorsitzender des Verbands der PBS-Markenindustrie, gleich sieben „Produkte des Jahres 2019“ ausgezeichnet werden.

Für das Jahr 2019 sind dies die bedeutendsten Produktauszeichnungen der PBS-Branche. Die Preise wurden am 26. Januar auf der internationalen Messe Paperworld in Frankfurt am Main verliehen. Insgesamt hatten der renommierten Jury aus Management, Fachhandel, Design und Fachmagazinen 72 ganz unterschiedliche Produkte und Produktserien zur Begutachtung vorgelegen. 27 Herstellerfirmen hatten ihre Favoriten eingesandt. Die Teilnahme am Wettbewerb ist übrigens kostenfrei – so wie auch Schauspieler selbstverständlich nicht

für den Oskar, Musiker nicht für den Grammy, Wissenschaftler nicht für den Nobelpreis zahlen. Jury-Sprecherin Christine Schmidhuber vom Bundesverband Sekretariat und Büromanagement, Bremen, freute sich über die erwartete hohe Beteiligung: „Unser Preis hat inzwischen einen solchen Bekanntheitsgrad erreicht, der Verbrauchern eine nützliche Orientierung und Herstellern wie Handel zusätzliche Argumentationshilfen und Vermarktungsmöglichkeiten an die Hand gibt.“

In diesem zum neunzehnten Mal ausgeschriebenen Wettbewerb hatte der Verband der PBS-Markenindustrie, Düsseldorf, Büro- und Schreibwaren mit zukunftsweisenden neuen Ideen für Handhabung und Gestaltung gesucht. Unter den aufmerksamkeitsstarken Einsendungen behaupteten sich sämtlich Markenprodukte mit hervorragenden Eigenschaften in Design, Funktionalität und Verarbeitungsqualität. Die unabhängige, prominent besetzte Jury hatte alle eingesandten Produkte nach einem strengen Kriterienkatalog begutachtet und die Siegerprodukte im neunzehnten Wettbewerb prämiert.

Technisch ausgereifte Lösung

Das prämierte Siegerprodukt in der Kategorie „Gewerblicher Bürobedarf“ ist ein besonders kompakter, gleichzeitig aber leistungsstarker Luftreiniger aus dem Hause Ideal Krug & Priester aus dem schwäbischen Balingen, nämlich der Ideal AP40 PRO. Über ein komfortables Bedienelement lassen sich die wichtigsten Funktionen intuitiv bedienen. Nicht zuletzt auch von den besonders geringen Laufgeräuschen zeigte sich die Jurorin und Fachredakteurin von HobbyArt und Handarbeit! aus Leinfelden-Echterdingen, Kathrin Weik, beeindruckt und empfiehlt den Einsatz fürs Büro genauso wie für Ruheräume oder sogar fürs Kinderzimmer.

Weiterentwicklung

Mit dem Durafix-Prinzip hat es der Hersteller Durable aus Iserlohn sehr gut verstanden, eine eigentlich bekannte technische Eigenschaft, den Magnetismus, konsequent für einen nahezu universellen Gebrauch weiterzuentwickeln. Den begehrten Preis „Produkt des Jahres 2019“ in der Kategorie „small office home office“ erhielt Durable nun für seine Zettelhalter, Leisten, Schienen und abschneidbaren Magnetbandrollen.



Christine Schmidhuber und Torsten Jahn nahmen die Auszeichnung auf der Paperworld vor.



„Das superpraktische Durafix-Prinzip garantiert höchste Flexibilität zum Beispiel bei der Teamarbeit“, findet Pietro Giarrizzo vom Fachmagazin PBS Report aus Frankfurt am Main.

Erfolgreich auf die Zielgruppe gesetzt

Die Auszeichnung „Produkt des Jahres 2019“ in der Kategorie „Schul- und Privatbedarf“ geht an den Stabilo Pen 68 metallic des Markenherstellers Stabilo aus Heroldsberg. Das Versprechen, dass die fünf außergewöhnlichen Farben eine hohe Deckkraft haben und kreative Ideen auf besondere Art und Weise veredeln, konnten die Juroren durch ihre Tests auf verschiedenen Untergründen bestätigen. Jury-Sprecherin Christine Schmidhuber dazu in ihrer Laudatio: „Für mich wieder einmal ein echter Wow-Effekt aus dem Hause Stabilo.“

Kalt und heiß fürs Büro

Überall dort, wo eine Trinkflasche nicht nur einfach funktionieren, sondern auch gut aussehen soll, punktet ab sofort der Hersteller FLSK aus München mit dem Siegel „Produkt des Jahres 2019“. Die Vacuum Insulated Stainless Steel Flask überzeugte die Jury des Verbands der PBS-Markenindustrie mit ihrem puristischen Design und erhielt den Designpreis des Wettbewerbs in dieser Kategorie. Klaus Hogrebe, Produkt-Designer aus Düsseldorf: „Form, Farben und Funktion bilden einen erstklassigen ästhetischen Gleichklang.“

Nachhaltig mit Design im Einklang

Einen weiteren Preis in der Kategorie Design war für die Jury die Airpaq Rucksack Kollektion des Kölner Start-ups Airpaq wert. „Die Produktserie ist das Ergebnis einer meisterlichen Verarbeitung von Recyclingmaterialien, die höchsten Qualitätsansprüchen genügt. Wir hätten genauso gut den Nachhaltigkeitspreis vergeben können“, fasste Kommunikationsdesigner Niklas Weibelhaus aus Düsseldorf die Diskussion in der Jury zusammen. Aufgrund deren Gutachten ist Airpaq mit der höchsten Punktzahl „Produkt des Jahres 2019“ geworden.

Das Zusammenspiel unterschiedlicher Materialien

Die Dürener Manufaktur Rössler Papier erhielt für ihre neue Papeterie-Kollektion Cacao den begehrten Preis „Produkt des Jahres 2019“ in der Kategorie Nachhaltigkeit. Die Jury fühlte sich besonders vom außergewöhnlichen Papier angesprochen, wofür Kakaofrucht-Schalen verwendet werden. Jurorin Birgit Brauch, Fachhändlerin aus Lünen, verspricht ihren Kundinnen und Kunden „echte Hingucker mit Charme und einem sinnlichen Erlebnis durch die angenehme Haptik“.

Bewährtes mit Innovation vereint

Einen weiteren Preis in der Kategorie Nachhaltigkeit erhält das Pro-

dukt eines Unternehmens, das in diesem Jahr erstmalig unter den Siegerfirmen ist: Zettler Kalender aus Schwabmünchen. Die bereits mit dem PSI Sustainability Award 2018 ausgezeichnete Graspapier Kalenderserie überzeugte die Jury als „Produkt des Jahres 2019“. Das zertifizierte Set besteht aus Graspapier und ist uneingeschränkt recyclingfähig und kompostierbar. Jurorin Franziska Möbius, Redakteurin bei BusinessPartner PBS, Cebra und Cutes aus Wiesbaden, freute sich über die Verwendung von „nachwachsendem, energie- und ressourcenschonendem Rohstoff für eine besonders innovative Kalenderserie.“ Und mit einem Geheimnis erfreut die Kalenderserie auch noch: sie duftet dezent nach frischem Gras.

Der Jury des vom Verband der PBS-Markenindustrie organisierten Wettbewerbs zu den „Produkten des Jahres 2019“ hatte für die Prämierung wieder eine hohe Zahl von 72 Einsendungen aus 27 Herstellerfirmen vorgelegen. Um die beeindruckende Vielfalt zu sichten, die technischen Qualitäten zu prüfen und die gestalterischen Raffinessen zu begutachten, hatten sich die Juroren wieder einen Tag Zeit genommen. Und das ehrenamtlich. Herausgekommen sind erneut „Produkte des Jahres“, die ihre Auszeichnungen tatsächlich verdient haben.

www.pbs-markenindustrie.de

Der Jury des vom Verband der PBS-Markenindustrie organisierten Wettbewerbs zu den „Produkten des Jahres 2019“ hatte für die Prämierung wieder eine hohe Zahl an Einsendungen vorgelegen.



Lifestyle-Messe mit Flair

Eine steife Brise frischen Designs sorgte drei Tage lang für sehr gute Stimmung in den Hallen der Nordstil: 20 000 Fachbesucher orderten in Hamburg für ihre Geschäfte die neuesten Produkte, holten sich kreative Impulse und wertvolles Branchenwissen.

Mit 970 Ausstellern aus Deutschland und Europa sowie 20 000 Besuchern ist die Nordstil der Branchentreff im Norden. 170 Unternehmen aus dem Ausland, darunter schwerpunktmäßig die Marktführer aus Dänemark, den Niederlanden und Schweden brachten Flair, Stil und Design unter den Hamburger Fernsehturm. Das vielfältige Angebot und die hohe Ausstellerqualität sorgten für große Zufriedenheit bei den Besuchern.

„Die Winter-Nordstil hat wieder einmal ganz klar gezeigt: Hier ordert der norddeutsche Einzelhandel. Sowohl die sehr hohe Zufriedenheit der Aussteller als auch der Besucher und deren gestiegenes Orderverhalten belegen dies eindeutig. Die Nordstil bringt neue Impulse für eine individuelle Sortimentsgestaltung und ist mit ihrem Rahmenprogramm genau auf den Bedarf der Händler fokussiert. Für den Norden ist die Nordstil die Orderplattform schlechthin“, erklärt Binu Thomas, Leiter der Nordstil. „Dass sich die bisher hohe Konsumneigung eintrübt, wie es die aktuelle Verbraucherumfrage des Handels-

verbandes Deutschland (HDE) ergibt, hatte keinen negativen Einfluss auf die hohe Attraktivität der Ordermesse Nordstil für den Fachhandel: Attraktive Produkte mit neuestem Design finden immer ihre Kunden“, bestätigt Thomas Grothkopp vom Handelsverband Wohnen und Büro.

Einfach erfolgreich sein

Ob junge Unternehmen, kreative Ideen für den POS oder anregende Live-Präsentationen und Workshops: Die Winter-Nordstil bot für Einkäufer ein umfangreiches Rahmenprogramm. Spannende Events machten den Messebesuch zu einem besonderen Erlebnis. So nutzten zahlreiche Besucher beispielsweise die Vorträge und Präsentationen im Nordstil Forum zu Themen wie Design und Innovationen oder Kundenkommunikation und Verkaufskompetenz. Die Praxistipps zeigten, wie man das Orderinteresse der Kunden wecken kann und wie sich Trends wirkungsvoll in Szene setzen lassen. Ausgefallene Ideen rund um die Point-of-Sale-Dekoration lieferten außerdem elf Markenhersteller im Village. Frische Impulse zeigte das



Nordlichter-Areal mit innovativen Produkten junger Designer. Die nächste Nordstil findet vom 27. bis 29. Juli statt.

Das vielfältige Angebot und die hohe Ausstellerqualität der Nordstil sorgten für große Zufriedenheit bei den Besuchern.

Nordstil – Regionale Ordertage Hamburg

Die Nordstil ist die regionale Orderplattform für den Norden. Sie verfügt über ein umfassendes Produktangebot gegliedert in die Produktbereiche Haus & Garten, Stil & Design, Geschenke & Papeterie, Souvenirs sowie Schmuck & Mode. Für den Einzelhandel zwischen Weser, Elbe, Harz und dem Öresund ist die Nordstil der regionale Ordertermin für das Frühjahr- und Sommergeschäft, sowie für das Herbst-, Winter- und Weihnachtsgeschäft.

nordstil.messefrankfurt.com



Impressionen von der Trendset Winter 2019.

Gelungener Orderauftakt

Rund 31 000 Einkäufer und Top-Entscheider aller Handelsformen kamen trotz Extremwetterlage und besonderer Terminsituation nach München zur Trendset Winter 2019. Aussteller diskutierten den Termin, der von der Messe München vorgegeben wurde.

Die Trendset fand in diesem Jahr nicht zum gewohnten Wochenend- beziehungsweise Feiertagstermin statt, sondern von Donnerstag, den 3. bis Samstag, den 5. Januar. Die Terminverschiebung war den nachfolgenden Messen am Messestandort München geschuldet. Aufgrund dieser Gegebenheiten mit 31 000 Besuchern ein vergleichsweise gutes Ergebnis (mit rund 15 Prozent weniger Besuchern im Vergleich zum Vorjahr), das, auch dank des großen Aussteller-Engagements, zu einem gelungenen Orderauftakt zur Frühjahr-/Sommer-Saison 2019 beitrug.

Die Geschäftsführer und Einkäufer aus dem Einzel-, Groß- und Onlinehandel nutzten den frühen Termin der Trendset Winter 2019, um nach dem Weihnachtsgeschäft direkt für die kommende Saison zu ordern und die leeren Regale in ihren Lagern wieder mit neuer Ware aufzufüllen. Neben Sommer- und Osterarti-

keln für Frühjahr/Sommer 2019 orderten viele auch direkt für den kommenden Herbst/Winter 2019/20. Nach dem Motto „Nach Weihnachten ist vor Weihnachten“ hatten einige der circa 2 500 ausstellenden Marken und Kollektionen bereits Preview-Artikel für A/W 2019/20 im Gepäck.

Gute Ergebnisse trotz widriger Termin- und Wettersituation

Der von der Messe München gelegte Termin der Trendset Winter 2019 wurde von Ausstellern und Besuchern diskutiert. „Die Trendset hat wie immer alles sehr gut organisiert. Und auch München als Standort ist immer wieder erfolgreich. Allerdings haben unsere Kunden aus dem Einzelhandel uns berichtet, dass ihnen diesmal der Termin, der wegen den nachfolgenden Messen komplett auf Werkstage gelegt wurde, zu schaffen macht. Sie müssten ihre Geschäfte dann zusperren und können auch nicht auf Mitarbeiter

zurückgreifen, da die meisten um diese Zeit noch im Urlaub sind. So konnten viele den Termin gar nicht oder nur unter Schwierigkeiten wahrnehmen. Unverständlich, warum die Messe München nicht den Sonntag mit eingeplant hat“, wundert sich Caroline Vosteen. „Diesmal ist der Termin einfach unglücklich gelegt. Wir bedauern die Terminentscheidung der Messe München“, sagt Arnold Maier, Geschäftsführer von AM-Design, „Alles Werkstage und der Sonntag beziehungsweise Feiertag (6. Januar – Hl. Drei Könige) ist nicht mit drin. Das ist für uns Aussteller unverständlich. Wir machen auf der Trendset Winter, als erstem Messetermin im neuen Jahr, unser Frühlingsgeschäft. Das wird uns dieses Mal durch den Termin schwer gemacht. Das ist dann kaum noch aufzuholen – insbesondere für Firmen ohne Außendienst. Für junge Unternehmen kann so eine Terminentscheidung existenzbedrohend sein.“

www.trendset.de



Das limitierte Bodendisplay zieht alle Blicke auf sich. Es wurde von Graffiti-Künstlern gestaltet.

Der vielseitige Posca-Marker bietet unbegrenzte Anwendungsfreiheit und ist ideal für fast alle Kreationen.

Mit Posca Markern Lieblingsstücke kreieren

Passionierte Boarder, Surfer oder Rider haben eine besondere Beziehung zu ihren Freizeitbegleitern. Dem Lieblingsstück die eigene Note zu verleihen, liegt derzeit voll im Trend. Die neuen Posca Acryl-Farbmarker verleihen jedem Gegenstand den persönlichen Touch.

Ob Snow- oder Skateboard, Schuhe, Rucksack – personalisierte Gegenstände sind absolut angesagt und Ausdruck des individuellen Lifestyles. Der passende Stift zum kreativen Trend wird gerade in der Funsport- und Street-Art-Szene besonders geschätzt: der Posca Acryl-Farbmarker. Er überzeugt auf fast allen Oberflächen wie Kunststoff, Textilien, Metall oder Glas, mit einer großen Palette von bis zu 55 intensiven, sehr gut deckenden Farben und mit acht unterschiedlichen Spitzen zum Zeichnen, Kolorieren, Illustrieren, Schreiben und Markieren. Von Street-Art, über Graffiti, Illustrationen, Comics und Porträtzeichnungen bis hin zu Home-Deco und der Personalisierung von Lifestyle-Objekten – mit Posca sprechen Händ-

ler eine breite Zielgruppe an und nutzen die Chance, auch Jugendliche wieder an den POS zu locken.

Im Handel präsentieren sich die Marker auf Wasserbasis für Kreative ab 14 Jahren im limitierten Bodendisplay „Graffiti“, das von Graffiti-Künstlern gestaltet wurde und individuell mit Etuis und Einzelstiften bestückt werden kann. Die passende POS-Dekoration holt die Zielgruppe bereits am Schaufenster ab und führt sie in das Fachgeschäft. Faber-Castell bewirbt den Marker außerdem mit zahlreichen Aktivitäten wie einer groß angelegten Influencer-Kampagne mit Urban Art Künstlern, auf Kreativmessen, mit In-Store Promotions, in Kreativ-Magazinen und Sponsorings von Street Art Events. Neu in diesem

Jahr: Erstmals wird es auch für das Posca-Sortiment im Frühjahr Kreativseminare in Berlin, Hamburg und am Unternehmenssitz in Stein geben. Verkaufsberaterinnen und -beratern werden neben Expertenwissen auch praktische Anwendungsmöglichkeiten der Marker sowie nützliche Tipps für die erfolgreiche Kundenberatung vermittelt. Für die Seminarkosten kommt Faber-Castell per Schulungsgutschein auf, die Teilnahme für den Handel ist kostenlos (Informationen und Anmeldung über den zuständigen Bezirksleiter oder das Trademarketing über susanne.lutz-troidl@faber-castell.de). Alle Displays sind bestellbar über Faber-Castell und seine Partner Großhändler sowie PBSeasy.

www.posca.com/de



Der bekannte Tintenroller uni-ball Eye ist besonders bei Vielschreibern sehr beliebt. Zum 25. Geburtstag präsentiert Faber-Castell ein Jubiläumsdisplay.



Der uni-ball Eye verfügt über ein einzigartiges Tintenfluss-System, das für eine hohe Schreibleistung sorgt.



Topseller uni-ball Eye feiert Jubiläum



Ein Bestseller feiert Jubiläum: Der uni-ball Eye wird 25 Jahre alt. Als zuverlässiger Tintenroller mit hohem Schreibkomfort ist er gerade bei allen Vielschreibern sehr beliebt und behauptet seit Jahren seine Spitzenposition im Markt. Geschätzt wird der dokumentenechte Klassiker mit grauem Schaft, der mit einer Linienbreite von 0,4 Millimeter schreibt, auch für seinen großen Tintenvorrat und den

gleichmäßigen Tintenfluss, der für ein konstantes Schriftbild sorgt.

Über die Jahre wurde das erfolgreiche uni-ball Eye Sortiment stetig erweitert, etwa um den uni-ball Eye Micro für extra feines Schreiben und die Trendvariante uni-ball Eye Design mit irisierendem Schaft. Am PoS präsentiert sich der Topseller uni-ball Eye fine zu seinem 25-jährigen Geburtstag zum unverbindlichen Aktionspreis von

1,99 Euro im attraktiven Jubiläumsdisplay. Bestückt mit 48 Stiften in Rot, Blau und Schwarz ist es für Händler zu besonders lukrativen Konditionen erhältlich und bestellbar über Faber-Castell, Eberhard Faber und PBSeasy. Alle Displays sind bestellbar über Faber-Castell und seine Partner Großhändler sowie PBSeasy.

www.uni-ball.de



Fotos: Copyright: Plan International



Malen macht Spaß und schlau

Am 6. Mai heißt es wieder: An die Stifte, fertig, los! Zum Weltkindermaltag, der dieses Jahr zum elften Mal stattfindet, ruft Staedtler kleine Künstler dazu auf, ihre Traumberufe auf Papier zu bringen. „Wenn ich groß bin...! / Follow your dream ...!“ lautet das Motto.

Der weltweite Aktionstag soll Kinder zum Malen und Kreativsein anregen – und das Ganze für den guten Zweck. Für jedes gemalte Bild unterstützt Staedtler die Hilfsorganisation Plan International mit einem Euro, um die Lernbedingungen von Kindergarten- und Schulkindern in Ruanda nachhaltig zu verbessern.

Ob zuhause, gemeinsam mit der Kindergartengruppe oder der Schulkasse – ab dem 1. April sind alle Kinder zwischen drei und zwölf Jahren dazu aufgerufen, ihre einfallreichen Beiträge beim

Schreib- und Kreativwarenhersteller Staedtler per Post einzureichen. Einsendeschluss ist der 30. Juni.

Ziel des Weltkindermaltags ist es, Kinder zum kreativen Gestalten mit Stiften, Pinseln und Papier zu bewegen. Insbesondere in Zeiten der Digitalisierung ist es wichtig, analoge Techniken wie das Zeichnen und Malen nicht aus den Augen zu verlieren. Ulrike Jährling, Journalistin und Moderatorin der Deutschlandfunk-Kindersendung „Kakadu“, unterstützt Staedtler in diesem Jahr als Experte: „Malen ist eine unmittelbare Form, sich

kreativ auszudrücken. Mit Stift und Papier können Kinder ganz eigene Welten entstehen lassen. Wir lernen immer dann am besten, wenn Empfindungen dabei sind und wir sinnliche Erfahrungen machen.“ Wenn Kinder zum Stift greifen, stärken sie ihre Feinmotorik, ihre kognitiven Fähigkeiten, ihre Kreativität, ihr Kommunikationsvermögen und ihr Selbstbewusstsein. Gleichzeitig entspannt das Kreativsein durch die Konzentration auf das eigene Bild und den selbstbestimmten Umgang mit Farben, Formen und Motiven.



Auch in diesem Jahr ruft Staedtler wieder zum Weltkindermaltag auf.



Mit der finanziellen Unterstützung, die durch den Weltkindermaltag zustande kommt, wird das Projekt „Gute Bildung für Kinder“ in Ruanda gefördert, das Schülerinnen und Schülern ein sicheres und kindgerechtes Lernumfeld ermöglicht.

Kinder malen ihre Traumberufe

Das diesjährige Motto des Weltkindermaltags – „Wenn ich groß bin...!/ Follow your dream...!“ – ist zugleich das Thema des deutschlandweiten Malwettbewerbs und bietet Kindern eine Möglichkeit, ihre Wünsche darzustellen. „Schön, wenn Träume aufs Papier kommen – dann sind sie in der Welt! Und toll, wenn Eltern wertschätzend nachfragen, ins Gespräch kommen“, sagt Ulrike Jährling. Und so lernen auch die Eltern – zum Beispiel, dass sich Berufswünsche ihrer Kinder heute anders gestalten, als noch vor zehn Jahren und „Umweltschützer“ bei vielen vor Feuerwehrmann, Tierärztin oder Lokomotivführer kommt. „Wir haben eine große Verantwortung, Kindern keine vorgeformten Bilder vorzusetzen und ihnen ihr eigenes Tempo bei ihrer individuellen Entwicklung zu lassen“, erklärt Ulrike Jährling.

In der Alterskategorie der Drei- bis Sechsjährigen werden jeweils die besten 50 Einzel- und Gruppengemälde mit Warenpaketen von Staedtler prämiert. Gleiches gilt für Teilnehmer der Alterskategorie sieben bis zwölf Jahre. Dass Kinder dabei auch andere Kinder unterstützen, damit sich deren Lernbedingungen verbessern, stellt eine zusätzliche Motivation für die Teilnehmer dar.

Der gute Zweck motiviert neben tollen Preisen zum Mitmachen: Für jedes eingereichte Bild unterstützt Staedtler Plan International mit einem Euro. „Wir unterstützen Plan International nun zum zweiten Mal und freuen uns, die Zukunft der Kinder mit diesen wichtigen Projekten zu fördern“, sagt Axel Marx, Geschäftsführer der Staedtler-Gruppe. Mit dem Erlös aus dem Malwettbewerb wird

das Projekt „Gute Bildung für Kinder“ in Ruanda gefördert, das Schülerinnen und Schülern ein sicheres und kindgerechtes Lernumfeld ermöglicht. Das Projekt will die Lernbedingungen an 25 Kindergärten sowie 20 Grund- und Sekundarschulen in den Distrikten Bugesera und Nyaruguru in Ruanda nachhaltig verbessern. Neben der Sicherung von Bildungsstandards und der Stärkung des Bildungssektors in Ruanda soll insbesondere die Lernsituation von Mädchen verbessert werden, da diese von der schlechten Bildungssituation besonders betroffen sind. Staedtler möchte mit dem Weltkindermaltag dazu beitragen, dass alle Kinder auf der Welt die Chance haben, ihre Traumberufe zu verwirklichen.

staedtler.de/weltkindermaltag



Das Set „Marabu Soft Linol Textil Print & Colouring“ kombiniert zwei Techniken - Hochdruck und Aquarell. Es enthält Druckfarbe, Zubehör und Aquarellfarbe. Im Set enthalten sind 100 ml Textil Print Lampenschwarz, 2 x 15 ml Textil Aquarelle in Zitron und Magenta, Schaumroller, Schneidewerkzeug mit 2 Klingen, Softcutplatte (15,5 x 9 cm), Pinsel Größe 12, Motivvorlage und Anleitung.



Stoffe unter Druck

Für das neue Hochdruckset „Marabu Soft Linol Textil Print & Colouring“ wurde Marabu auf der Creativeworld mit dem Innovationspreis Creative Impulse (1. Platz) in der Kategorie „Komplettsset des Jahres 2019“ ausgezeichnet.

Das Set gehört zum neuen Programm „Marabu Textil Print & Colouring“. Dieses neue Programm steht für das Bemalen und Bedrucken von Textilien. Das innovative, schlüssige Gesamtkonzept ist entwickelt für die individuelle Gestaltung von Kleidung, textilen Accessoires und Wohntextilien. Es überzeugt mit speziellen Farben für Druck- und Gestaltungstechniken, faszinierenden Effektfarben, einfach anzuwendenden Produkten und attraktiven Sets.

Das ausgezeichnete Set „Marabu Soft Linol Textil Print & Colouring“ kombiniert die Techniken Hochdruck und Aquarell und ist damit einmalig auf dem Markt. Motive auf Textilien lassen sich einfach,

schnell und effektiv in der Hochdrucktechnik drucken und vielfältigen. Das gelingt mit einer sorgfältigen Zusammenstellung an hochwertigen Farben, anwendungsfreundlichen Werkzeugen und Hilfsmitteln. Eine eigene Motivwelt kann erstellt werden, womit sich Gestaltungsmöglichkeiten ergeben, die vorher undenkbar waren. Das individuelle Motiv wird mit Hilfe von Transferpapier und Bleistift auf die Softdruckplatte übertragen und anschließend mit dem Schneidewerkzeug bearbeitet. Im Hochdruck sind die druckenden Teile der Druckform erhalten. Der Geißfuß eignet sich für dünne Linien, mit dem großen Flachausheber können breite Linien und große Flächen geschnitten werden. Die Softdruckplatte

ist dank ihrer Weichheit besonders leicht zu schneiden und zu bearbeiten. Das Motiv wird spiegelverkehrt gedruckt. Das ist vor allem dann wichtig, wenn mit Schrift gearbeitet wird. „Textil Print“ wird mit dem Schaumroller gleichmäßig dünn auf die Erhebungen der Druckplatte gewalzt und dann sauber auf den Stoff abgedruckt. Anschließend die Druckplatte einfach mit Wasser reinigen oder für einen neuen Druckvorgang verwenden. Das Motiv kann reproduziert und das eigene Design in Serie angefertigt werden. Mit „Textil Aquarelle“ kann der Druck anschließend coloriert und weiter gestaltet werden – eine Anwendungsmöglichkeit, die es nur bei Marabu gibt.

www.marabu-creative.com



Vielfalt im Kreativsortiment

STAEDTLER pure colour

Die Design Journey von Staedtler überzeugt durch ihre Produktvielfalt. Sie fasst rund 35 Produkte in über 70 Produktvarianten zusammen und bietet Anfängern und fortgeschrittenen Hobbykünstlern die perfekten Produkte für kreative Entdeckungsreisen.

Die Produkte der Design Journey von Staedtler motivieren kreative Anfänger und animieren fortgeschrittene Hobbykünstler, neue Ideen auszuprobieren.

Staedtler bietet mit dem Sortiment unter dem Namen Design Journey die idealen Begleiter für den individuellen Kreativpfad an: Neben edlen Pastellkreiden, leuchtenden Acrylfarben und Doppelfasermalern mit Pinselspitze stehen hochpigmentierte Farbstifte und hochwertige Künstlerbleistifte im Fokus.



Das Logo und das Verpackungsdesign mit Bildwelten der nordamerikanischen Nationalparks sorgen für einen besonderen Wiedererkennungswert bei Händlern und Kunden.

146C und 146 10C: Große Vielfalt mit Farbstiften

Nordamerika bietet mit seinen farbenfrohen Wäldern, der vielfältigen Flora und Fauna und seiner unberührten Wildnis ein Inspirationsfeld für Hobbykreative jeden Alters. Mit den hochwertigen Buntstiften der Design Journey kommen die Nuancen in der Landschaft besonders gut zur Geltung. Die Buntstifte in der klassischen Sechskantform gibt es als hochpigmentierte (146C) und als wasservermalbare Variante (146 10C). Erstere sind seit Januar 2019 zunächst in 24 Farben erhältlich, ab Juni 2019 wird das Sortiment auf insgesamt 72 Farben erweitert. Ebenfalls seit Januar gibt es die Aquarellstifte in 24 strahlenden Farben im Handel. Die hochwertigen Buntstifte werden aus PEFC-zertifiziertem Holz aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern gefertigt.

149C: Farbstift Staedtler super soft mit extra weicher Mine

Der neue Farbstift Staedtler super soft ermöglicht sehr weiche Farbverläufe: Das Abendrot der untergehenden Sonne, im Abendlicht

schimmernde Bergkuppen oder das flirrende Licht an einem heißen Sommertag lassen sich so besonders gut in Szene setzen. Der Buntstift in der klassischen Sechskantform ist seit Februar 2019 in 24 Farben erhältlich und kann auch als 12er Set im Karton- oder Metalui erworben werden.

146 10G: Neuer Vollminienstift für leuchtende Farben

Ebenfalls neu im Sortiment ist der wasservermalbare, hochpigmentierte Vollminienstift in der klassischen Sechskantform. Durch die 7mm Vollmine ohne Holzmantel ist er perfekt für großflächiges Skizzieren und Schraffieren geeignet. Dabei sorgt die lackierte Oberfläche für saubere Hände. Dank der Wasservermalbarkeit lassen sich mit dem passenden Pinsel strahlende Aquarelleffekte auf das Papier zaubern. Seit Januar ist der Stift in 12 leuchtenden Farben im Handel erhältlich.

100P: Hochwertiger Pastellstift für sanfte Verläufe

Wer detailreiche Zeichnungen anfertigt und auch bei kleinen Flä-

chen auf äußerste Präzision Wert legt, für den ist der hochwertige Pastellstift das richtige Malwerkzeug. Mit einem Minendurchmesser von 3,6 mm lässt sich lineares Arbeiten genauso optimal realisieren wie das Gestalten großer Flächen. Ebenso eignet sich der Stift zum Verwischen und Mischen mit Bunt- und Kohlestiften, um feine Farbverläufe zu erzeugen. Seit Januar 2019 kann der Pastellstift in vier erdigen Tönen und in Weiß im Handel erworben werden.

Neben den Produktneuheiten im Bereich der Buntstifte zeichnet sich die Design Journey auch durch Erweiterungen in bestehenden Produktsortimenten aus. So sind die extrabreiten Fineliner 338 als Bestandteil der Design Journey seit Mitte Januar 2019 in einer 10er und einer 20er Packung erhältlich. Der pigment liner 308 ist ab April 2019 auch im Rahmen des Kreativsortiments in den zusätzlichen Farben Gelb, Hellblau, Hellgrün, Fuchsia, Hellbraun und Grau im Handel zu erwerben.

www.staedtler.de



Das Skizzenbuch „The Cappuccino Book“ hat getöntes Papier.

Perfekt für Skizzen und Aquarelle

Hahnemühle hat im Sommer das Skizzenbuch „The Cappuccino Book“ auf den Markt gebracht. Die Besonderheit: getöntes Papier. Jetzt ist „the ZigZag book“ dazugekommen. Es besteht aus 18 zum Akkordeon gefalteten Seiten aus feinstem Aquarellpapier.

Für warmtonige Motive ist „The Cappuccino Book“ mit seinem hellbraunen Papier die erste Wahl. Farben stehen gut auf dem dezenten Hintergrund und leuchten sanft. Mit weißen Höhungen lassen sich wunderbare Kontraste erzielen. Das glatte Skizzenpapier mit geschlossener Oberfläche ist für Tuschestift, Füller und Acrylmarker oder andere wasserbasierte Stifte mit wenig Abrieb bestens geeignet. Der dunkelbraune Einband des Skizzenbuches liegt geschmeidig in der Hand. Fest und dezent gemasert fasst er sich an wie edles Holz. In mehreren Lagen gebunden und fadengeheftet erlauben die Seiten zweiseitiges Arbeiten über den Mittelfalz hinweg. Ein braunes Lesezeichenband und der geprägte Hahn auf der Rückseite komplettieren die hochwertige Ausstattung. Mit 40 Blatt/80 Seiten im Flächengewicht von 120 g/m² ist „The Cappuccino Book“ schlank und ein idealer Begleiter auch für unterwegs. Zugleich bietet es ausreichend Vorrat für viele Motive. „The Cappuccino Book“ ist das zweite Skizzenbuch mit getöntem Papier von Hahnemühle. „The Grey Book“ ist 2018 von der PBS Markenindustrie als Produkt des Jahres gekürt worden.

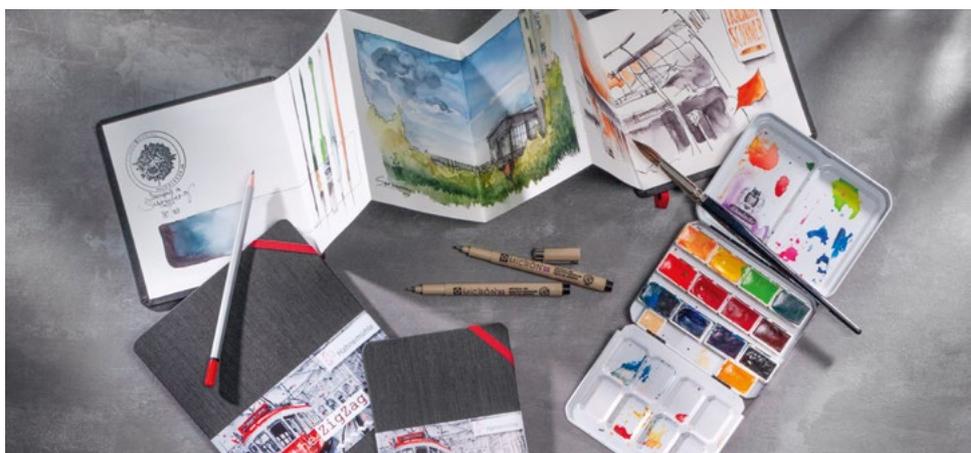
„the ZigZag book“

Hahnemühle folgt mit der Einführung des „the ZigZag book“ dem Wunsch vieler Urban Sketcher. Unendliche Möglichkeiten der Gestaltung erlauben 18 zum Akkordeon gefaltete Seiten aus feinstem Aquarellpapier. Ob die Giraffe mit dem längsten Hals, das breiteste Panorama oder eine Bilder Geschichte im Instagram-Look. Alles ist möglich mit „the ZigZag book“. Es ist ideal für Urban Sketcher, Daily Painter oder die Fans von New Watercolor – eben für alle, die unterwegs gerne malen und zeichnen. „the ZigZag book“ gibt es quadratisch in 14 x 14 cm oder im Hochformat in A5 und A6. Das Aquarellpapier mit feinkörniger Oberfläche auf Vorder- und Rückseite ist für alle Nassmaltechniken mit Pinsel oder Stift bestens geeignet. Ein Flächengewicht von 300 g/m² sorgt für Stabilität. Farben stehen wunderbar auf der Oberfläche und las-

sen sich leicht abnehmen. Maskierstifte und Masking Tapes lassen sich ohne Rückstände entfernen. Selbst Radieren ist dank Oberflächenleimung problemlos möglich. Robuste Buchdeckel mit großzügigem Überstand schützen den Inhalt. Der feuchtigkeitabweisende Einband mit leinenartiger Struktur macht „the ZigZag book“ unempfindlich gegen äußere Einflüsse. Ein rotes Gummiband über die rechte obere Ecke gezogen, verschließt es zuverlässig und macht das Buch zum Hingucker. Der auf die Rückseite geprägte Hahn unterstreicht die Exklusivität dieses kreativen Leporellos.

Hahnemühle produziert seit dem Jahr 1584 Papier und ist die älteste deutsche Künstlerpapierfabrik. Neben traditionellen Künstlerpapieren sind digitale FineArt Papiere für Inkjet-Drucke heute Teil des Portfolios. www.hahnemuehle.com

„the ZigZag book“ für alle Aquarellfans.





Brandmalen mit modernen Schriften und Motiven.

Brandheißer Trend

Klassisches Brandmalen war gestern. Mit einigen Tricks und modernen Trägern aus Holz erlebt der Klassiker vergangener Tage ein Comeback und kreierte im Handumdrehen einzigartige Dekorationen fürs Zuhause.

Wer den Brandmalkolben übers Holz führt, erlebt Kreativität mit allen Sinnen. Das Hören des Knisterns, der Geruch des Brennholzes und das immer währende Design, das gebrannt wird, machen das DIY zum Erlebnis. Dabei werden coole Statements und hübsche Motive auf die verschiedensten Träger mithilfe von Transferpapier übertragen und anschließend für immer fixiert. Von der Save the Date Postkarte, dem Kochlöffel für jeden Tag bis zum dekorativen Aufsteller – der persönliche Fingerabdruck wird schnell und maximal einzigartig sowie unwiderruflich aufgedrückt.

Hallo Hygge

Holz und natürliche Designs stehen für eine hyggelige Atmosphäre. Der Bedarf an Wohlfühlambiente und natürlichem Chic lässt den beliebten Trend auch 2019 hochle-

ben. Holz erdet das Zuhause und verleiht den eigenen vier Wänden eine wärmende Geborgenheit. Zusammen mit verspielten Brenn-Designs dekorieren die rustikalen Träger jeden Raum, die Motive lassen sich ganz nach Jahreszeit und Affinität perfekt ans bestehende Interior anpassen. So erfüllt der Kreativ-Klassiker mehrere Anforderungen und ist in der Lage, aktuelle Trends authentisch umzusetzen.

Kreatives für die Ewigkeit

Brandmalkolben gibt es viele, das Zubehör hierfür ist oft beschränkt. Die Variante von Rayher ist praktischerweise in einer Holzschatulle verpackt, fünf verschiedene Basic-Aufsätze inklusive. Zusätzlich wird das Starter Set durch zehn weitere Aufsätze – bestehend aus verschiedenen starken Spitzen und Motivstempeln – unterstützt. Schon kann begonnen werden. Für einen

gelungenen ersten Start bieten sich acht Sets mit Vorlagen zu verschiedenen Vorlagen an, die mit Transferpapier auf den Träger der Wahl gepaust und dann einfach mit der heißen Spitze nachgemalt werden. So übermitteln große Holzscheiben liebe Botschaften und das Tablett wird durch verspielte Pflanzen geschmückt.

Für ein buntes Finish sorgen zusätzlich farbintensive Lasuren in elf Farbtönen. Die transparente Acrylfarbe auf Wasserbasis veredelt unbehandeltes Holz. Die fließende Konsistenz lässt sich spielend leicht auftragen. Der Farbauftrag setzt sich dezent über eingebrannte Muster, ohne deren Effekt einzugrenzen. Gleichzeitig wird das Holzelement versiegelt und so für den Innen- und Außendienst bereit gemacht.

www.Rayher.com



Minis nicht nur für Minis

Meiri präsentiert zum Frühjahr eine Serie junger Designs für die beliebte Mini Falbox. Zum Start dabei: coole Tierprints, flauschiger Plüsch und bemalbare DIY Motive. Vorgestellt wurden die Neuheiten auf der Paperworld und Ambiente.

Aufräumen ist selten eine Lieblingsbeschäftigung – weder für die Kids noch für Erwachsene. Das könnte sich mit den neuen Designs von Meiri schlagartig ändern. Denn hier sorgen ab jetzt die drei trendigen Prints Frosch, Eule und Lama für gute Laune beim Ordnung halten. Kuscheliges Ambiente verbreiten die trendigen Plüsch-Minis in Dream Rose und Candy Mint. Kreative Geister freuen sich über die DIY Box zum Bemalen, ebenfalls im Miniformat. Ob Dschungel, Ozean oder Großstadttreiben, die fröhlichen Motive können mit Textil- oder Filzstiften ausgemalt werden.

Ob Schul-, Bastel- oder Malsachen, BüROUTENSILIEN, Schlüssel oder Kosmetika – die Meiri Mini Falboxen sammeln und sortieren all die kleinen und wichtigen Dinge im Kinderzimmer und der gesamten Wohnung. Dabei sorgen ihre beiden Netztaschen innen für das Extra an Ordnung. Wie alle Meiri Lösungen lassen sich die kleinen Alleskönner leicht zusammenfalten und platzsparend verstauen. Und natürlich machen die Mini Falboxen als Geschenk jederzeit eine gute Figur: prall gefüllt mit den Dingen, die die Herzen unserer Lieben höher schlagen lassen.

Mit den drei Patches-Sets Retro, Face und Tropical präsentiert Meiri ein perfektes Accessoire für alle Falboxen. Von Rollerskates über Einhorn bis Kaktus: Die trendigen Motive pepen die Miniboxen immer wieder neu auf. Dabei lassen sich die schicken Sticker leicht aufkleben und rückstandslos wieder abziehen.

Diese und viele andere Neuheiten präsentierte Meiri auf den Messen Paperworld und Ambiente in Frankfurt, darunter die brandneue Home Collection mit ihrer trendorientierten Farbwelt für einen natürlich-urbanen Lebensstil.

www.meiri.com

Eine Auswahl der neuen Meiri Minis.





Das kompakte Köcherdisplay lädt mit trendigen uni-ball Schreibgeräten zum Zugreifen ein.

Der neue uni-ball Signo 207 Colours ist in sieben Schaft- und dokumentenechten Schreibfarben erhältlich.



Farbenfroher Zuwachs für den uni-ball Signo 207

Der farbige Gelroller Signo 207 Colours eignet sich ideal zum Schreiben, farbigen Hervorheben und Scribbeln. Mit seiner ergonomischen Gummigriffzone und der angenehm weich gleitenden Spitze ist er der ideale Begleiter für den täglichen Gebrauch.

Dank ihres unvergleichlichen Schreibkomforts können die uni-ball Gel- und Tintenroller ihre Spitzenposition am Markt seit Jahren erfolgreich behaupten. Gerade der Gelroller uni-ball Signo 207 mit Druckmechanik, der besonders leicht über das Papier gleitet und so für ein angenehm weiches Schreib-

gefühl sorgt, hat sich dabei als Bestseller etabliert. Für farbigen Schreibspaß im Unterricht und in der Freizeit sorgt nun der neue Signo 207 Colors. Er ist in sieben Schaft- und dokumentenechten Schreibfarben erhältlich, die Farben Blau, Rot und Schwarz sind sogar nachfüllbar. Zum Schul- und Semesterstart findet man

sie im kompakten Köcherdisplay oder zusammen mit den trendigen uni-ball Schnelldrehern Air Trend, Powertank Trend und Eye Design im Aktionsdisplay für die junge Zielgruppe. Bestellbar über Faber-Castell sowie seinen Partner-Großhändlern und PBSeasy.

www.uni-ball.de



Das neue Shop-System von Pilot zeichnet sich durch optimale Sichtbarkeit des Sortiments, schnelle Orientierung, einheitliche Markenpräsenz und klare Kaufargumente aus.

Für ein optimales Einkaufserlebnis

Der Schreibgerätehersteller Pilot hat auf Grundlage der Ergebnisse einer Studie zu Einkaufsverhalten und -erwartungen der Verbraucher ein neues Shop-System entwickelt. Mit der aktiven Verkaufshilfe will Pilot gezielt Kaufimpulse am POS setzen.

Was ist deutschen Shoppern beim Kauf von Schreibgeräten besonders wichtig? Dieser Fragestellung ging eine im Auftrag von Pilot durchgeführte Studie zum Einkaufsverhalten und -erwartungen nach. Das Ergebnis: Gute Beratung und die Möglichkeit Haptik und Schreibverhalten der Produkte vorab zu testen, spielen eine entscheidende Rolle.

Auf Grundlage dieser und weiterer Ergebnisse hat der Schreibgerätehersteller ein neues Shop-System entwickelt, das seit Februar erhältlich ist. Das entstandene Konzept zeichnet sich durch optimale Sichtbarkeit des Sortiments, schnelle Orientierung, einheitliche Markenpräsenz und klare Kaufargumente aus, die ein rundum gelungenes Einkaufserlebnis garantieren.

Das neue Shop-System von Pilot dient Händlern als aktive Verkaufshilfe, die kompatibel mit den gängigen Tego-Regalsystemen und zudem flexibel, modular einsetzbar in Höhe und Breite ist. Kernstück ist eine zentrale Teststation mit integriertem Screen, auf dem sowohl Produktneuheiten als auch konkrete Anwendungs-Clips gezeigt werden. Darüber hinaus sorgt ein LED-beleuchtetes Kopfschild für optimale Sichtbarkeit auch von Weitem. Durch eine attraktive und aufmerksamkeitsstarke Wareninszenierung der breiten Produktpalette, die zum Entdecken und Ausprobieren einlädt, können Händler ihre Sortimentskompetenz optimal präsentieren.

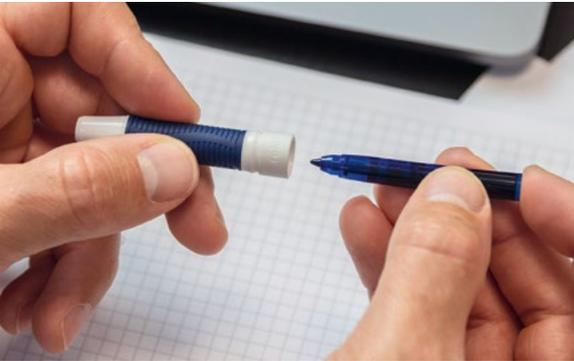
Die Shopper-Studie führte Pilot bereits Anfang 2017 durch, um mithilfe von Tiefeninterviews und Feld-

beobachtung herauszufinden, was der Zielgruppe beim Einkaufen von Schreibwaren wichtig ist. Heraus kam unter anderem, dass die Mehrheit der Befragten in Bezug auf die Marke genau weiß, was sie kaufen möchte, bevor sie das Geschäft betritt. Dennoch treffen 82 Prozent die finale Kaufentscheidung direkt am POS. „Die Ergebnisse haben uns bestätigt, welchen hohen Stellenwert eine attraktive Markenpräsenz am POS hat. Mit unserem neuen Shop-System setzen wir daher gezielt Kaufimpulse und orientieren uns an den Bedürfnissen der Verbraucher“, erklärt Folia Tzanidakis, Marketingleitung bei Pilot Pen Deutschland. Mehr Details zum neuen PILOT Shopkonzept können unter info@pilotpen.de oder beim zuständigen Außendienstmitarbeiter angefragt werden.

www.pilotpen.de



Der One Change ist nicht nur nachfüllbar mit Patronen, sondern bei jedem Patronenwechsel gibt es eine nagelneue Spitze.



One Change ist nachfüllbar

Die Tintenrollerfamilie One avancierte nach ihrer Einführung 2015 schnell zum Topseller. Jetzt entwickelte Schneider das beliebte Schreibgerät weiter zum One Change, dem ersten nachfüllbaren Modell der erfolgreichen Tintenroller-Serie.

Während die Tintenrollerfamilie One nach der Einführung im Jahr 2015 blitzschnell zum Topseller wurde und im selben Jahr noch von der PBS-Markenindustrie den Titel „Produkt des Jahres“ gewann, hatte Schneider stets ein weiteres Ziel vor Augen: Der One sollte auch noch nachfüllbar sein. Jetzt wurde dieses Ziel erreicht und Schneider präsentiert stolz den neuen One Change, das erste nachfüllbare Modell der beliebten Tintenroller-Serie One.

macht sich nicht nur als eleganter Begleiter oder Accessoire beliebt, sondern steht für wichtige Notizen und dokumentenechte Unterschriften in markanter Schrift sofort bereit.

Aufgrund der weich gleitenden Schreibeigenschaften kam der Tintenroller sofort super in der Zielgruppe an. Umweltbewusste nVielschreibern steht der neue nachfüllbare Tintenroller bei allen täglichen Schreibbedürfnissen zur Seite. Die gummierte Oberfläche und die Farbkontraste geben dem sonst eleganten Business-Look den sportlichen Touch. Die glänzenden Metallteile veredeln den Anblick.

ra-Smooth-Spitze, die einem das Gefühl eines rundum leichten Schreibens bietet. Das ergonomische Griffprofil lässt den One Change locker in der Hand liegen und federleicht fließt die farbindensive Tinte zur markanten Strichstärke von 0,6 mm zu Papier.

Das Schneider „S“ auf dem Clip steht als Symbol und Synonym für Qualität und Präzision auf dem Clip. Die jeweilige Schreibfarbe erkennt man am umlaufendem Ring am Schaft. Im One Change finden zwei Patronen Platz.

Die Tintenpatronen sind in fünf verschiedenen Farben erhältlich. Als Schreibfarben stehen schwarz, rot, blau, grün und violett zur Auswahl. Alle Tinten der One Serie sind dokumentenecht nach ISO 14145-2 und können zwei bis drei Tage offen liegen ohne einzutrocknen. Das innovative Super-Flow-System garantiert einen gleichmäßigen Tintenfluss von Anfang bis Ende.

www.schneiderpen.com

Die Tintenpatronen sind in fünf verschiedenen Farben erhältlich.



Der modern-sportliche Anblick des Schreibgeräts mit hochwertigem Metallclip, gepaart mit den richtigen inneren Werten machen den One Change zum absoluten Star auf den Schreibtisch, denn er

Die Umwelt stand bei der Entwicklung des „Neuen“ im Vordergrund. Er ist jedoch nicht nur mit Patronen nachfüllbar, sondern bei jedem Patronenwechsel gibt es eine nagelneue Spitze, was maßgeblich die Lebensdauer des Produktes beeinflusst. Gleich wie sein Familienmitglied der One Business besitzt der One Change die angenehme Ult-



Der Ideal AP40 PRO vereint klares Design mit effizienter Luftreinigung, und dies bei hoher Laufruhe und niedrigem Energieverbrauch.

Ideal Luftreiniger ist „Produkt des Jahres 2019“

Der Hochleistungs-Luftreiniger Ideal AP40 PRO wurde auf der Paperworld ausgezeichnet. Überzeugt hat er die Jury vor allem durch sein herausragendes Zusammenspiel von Design, Funktionalität und Verarbeitungsqualität.

Bereits zum 19. Mal wurde der Wettbewerb „Produkt des Jahres“ vom Verband der PBS-Markenindustrie ausgeschrieben. Das Ziel dahinter: Auch im Jahr 2019 Papier-, Büro- und Schreibwaren-Artikel mit zukunftsweisenden, neuen Ideen für Handhabung und Gestaltung zu finden. Der Hochleistungs-Luftreiniger Ideal AP40 PRO ging in der Kategorie „Gewerblicher Bürobedarf“ als klarer Sieger mit komfortablem Bedienkonzept für Gesundheit, Leistungsfähigkeit und Wohlbefinden hervor.

Geschäftsführer Daniel Priester nahm die Auszeichnung entgegen: „Wir freuen uns sehr, zu den Preisträgern dieser bedeutendsten Produktauszeichnung der PBS-Branche zu gehören und bedanken uns recht herzlich. Diese Prämierung zeigt, dass wir mit diesem

Produktbereich auf dem richtigen Weg sind und ist die größte Belohnung für unsere Arbeit. Da das allgemeine Gesundheitsbewusstsein steigt, sehen wir noch viel Raum für weitere Innovationen und große Potenziale im Markt.“

Der Ideal AP40 PRO vereint klares Design mit effizienter Luftreinigung, und dies bei hoher Laufruhe und niedrigem Energieverbrauch. Ausgestattet mit dem 360-Grad-Smartfilter überzeugt der Ideal AP40 PRO mit einer überragenden Reinigungsleistung von bis zu 99,99 Prozent. Die speziell entwickelten HEPA-Filter mit mehrstufiger Filtertechnik entfernen Schadstoffe aus der Raumluft – auch lungengängige und ultrafeine Partikel, die krank machen können. Die fünf Filterschichten der 360-Grad-Smartfilter fangen kleinere und größere Partikel sowie

Gase und Moleküle ab. Sie filtern auch die sogenannten MPPS („Most Penetrating Particle Size“), die am schwierigsten abzuscheidenden Partikel mit einer Größe zwischen 0,1 und 0,3 Mikrometern. Denn dank der runden Bauform wird die Filterfläche optimal ausgenutzt.

Für die 360-Grad-Smartfilter können optional zusätzliche, waschbare Vorfilter bestellt werden: Serienmäßig wird der Ideal AP40 PRO mit einem Premium-Vorfilter aus hochwertigem, technischem Textilgewebe geliefert. Das Modell lässt sich mit den knallbunten Vorfilter-Überzügen aber auch individuell auf die jeweilige Einrichtung abstimmen und fügt sich mit seinem hochwertigen Design nahtlos in jedes Ambiente ein. So schön kann reine Luft sein.

www.ideal.de

Der Ideal-Messestand zog nicht nur wegen der LED-Leinwand die Blicke der Besucher auf sich – die bunte Variante des Ideal AP40 PRO erhielt viel Lob von den Fachbesuchern.





Jens Bruins, Moresy-Geschäftsführer



Mit Moresy sind alle Unterlagen auch unterwegs gut aufgehoben.

Die Module verfügen über verschiedene Features.



Mobile Ordnung

Das „Mobile Registratur System“ mit dem Namen Moresy ermöglicht die übersichtliche Organisation, den leichten Transport und die sichere Aufbewahrung geschäftlicher Unterlagen. Entwickelt hat das mobile System Jens Bruins.

Aufgrund meines Vertriebshintergrunds kenne ich die logistischen Herausforderungen, die die berufliche Tätigkeit außer Haus mit sich bringt“, erklärt Moresy-Gründer und Geschäftsführer Jens Bruins. „Als ehemaliger Vertriebler, der geschäftlich viel unterwegs war, um bei Messeauftritten und Kundenterminen in ganz Deutschland vor Ort zu sein, habe ich nach einem Produkt gesucht, das einen reibungslosen Berufsalltag abseits des Büros ermöglicht.“

So entwickelte Bruins Moresy. Das „Mobile Registratur System“ besteht aus verschiedenen Modulen mit integrierten Schubladen oder Aufbewahrungsmöglichkeiten für Regis-

ter, die sowohl vertikal als auch horizontal zusammengesteckt und zu einem Modul kombiniert werden können. Mithilfe eines ausziehbaren Griffs und Rollen auf der Unterseite lässt sich das System mühelos transportieren. Zur rutschfesten Beförderung in Fahrzeugen steht dem Nutzer zusätzlich eine Befestigung zur Verfügung, auf die die Module gesteckt werden. Dadurch ist das System auch in geräumigen Fahrzeugen stabil transportierbar. Ebenso fügen sich die Module in auseinandergestecktem Zustand in kompaktere Kofferräume ein. Da die Module abschließbar sind, ist zudem für die nötige Diskretion im Umgang mit vertraulichen Dokumenten gesorgt.

Die Herstellung der robusten Systeme entspricht hohen deutschen Standards. „Qualität und faire Beschäftigungsverhältnisse sind mir ein großes Anliegen“, sagt Jens Bruins weiter. „Deshalb werden alle Produkte in Deutschland hergestellt. Ich habe gewisse Ansprüche an ein Produkt. Diese Erwartungshaltung wollte ich nicht nur mir selbst, sondern auch meinen Kunden erfüllen.“ Auf seine Produkte gewährt das Startup-Unternehmen drei Jahre Garantie.

Da die Module je nach gewünschtem Corporate Design gestaltet werden, erfolgt die Fertigung für jeden Kunden individuell.

www.moresy.de



**JUMBO
Shreddern
in XXL**

Das besondere Highlight: Bei drei der Jumbo-Modelle kommt die „Blaue Tonne“ mit einem Aufangvolumen von 240 Litern zum Einsatz.

Ab in die Papiertonne

Think Big: Wo andere Shredder schon lange nicht mehr mithalten können, kommen die neuen Jumbo Aktenvernichter von Ideal noch nicht mal ansatzweise an ihre Grenzen. Unter einige Modelle passt sogar die komplette Altpapiertonne.

Denn diese Datenschützer erzielen bei Leistung und Volumen absolute Spitzenwerte. So schrecken die Jumbos auch vor der DSGVO-sicheren Vernichtung großer Papiermengen nicht zurück. Und überzeugen vor allem mit ihrem gigantisch hohen Aufangvolumen, was außergewöhnlich lange Leerungsintervalle garantiert. Die Ideal-Aktenvernichter 2465 CC, 2604 CC, 3105 CC sowie 4005 CC (jeweils in der Schnittvariante 2 x 15 mm und 4 x 40 mm) sind – neben den bekannten Schnittvarianten – ganz neu jeweils auch als Jumbo-Variante erhältlich.

Extra hohes Aufangvolumen für lange Leerungsintervalle

Das besondere Highlight der Ideal-Modelle 2604 CC JUMBO, 3105 CC JUMBO und 4005 CC JUMBO: Die

„Blaue Tonne“ (für Altpapier in manchen Gebieten auch als „Grüne Tonne“ bekannt) kommt als Auffangbehälter zum Einsatz. Dadurch erreichen diese Modelle ein überdurchschnittlich hohes Aufangvolumen von 240 Litern. Dank der mitgelieferten „Blauen Tonne“ kann das Schnittgut ganz einfach dem allgemeinen Papier-Recycling zugeführt werden. Auch das kleinste Jumbo-Modell Ideal 2465 weist mit einem 75 Liter-Schnittgutbehälter ein doppelt so hohes Aufangvolumen wie seine Standardvarianten auf. Sowohl der umweltfreundliche Schnittgutbehälter wie auch die Blaue Tonne sind dabei mit oder ohne Auffangsack verwendbar und lassen sich sauber und bequem durch die Maschinen-Fronttüre entnehmen.

Automatischer Öler garantiert konstante Leistung

Die Modelle Ideal 3105 Jumbo und Ideal 4005 Jumbo werden standardmäßig mit automatischem Öler geliefert. Der Ideal 2604 Jumbo ist wahlweise mit oder ohne automatischem Öler verfügbar. Die fein dosierte, automatische Öleinspritzung auf die Schneidwalzen während des Shredderns garantiert eine gleichbleibend hohe Schnittleistung. Gleichzeitig bindet das umweltgerechte Spezialöl entstehenden Staub und reinigt und pflegt die Messerwellen. Höhenverstellbare Füße an allen JUMBO-Aktenvernichtern ermöglichen eine Platzierung dieser Geräte auch auf problematischen Flächen. Unebenheiten beim Bodenbelag können damit spielend ausgeglichen werden.

www.ideal.de

Die Ideal-Aktenvernichter 2465 CC, 2604 CC, 3105 CC sowie 4005 CC gibt es jetzt auch in der Jumbo-Variante.





Das robuste Messenger Case und Vision Guard ist für knapp 70 Euro inkl. MwSt. erhältlich. Es ergänzt die bereits bestehende Produktpalette der Displayschutzlösungen, die aktuell für die neueste iPad-Generation sowie für verschiedene Smartphones erhältlich sind.

Schützt Tablet und Augen

Das robuste Case mit aufsteckbarem Displayschutz von Zagg filtert schädliches Licht und reduziert die Augenbelastung. Die sogenannte Eye Safe-Technologie soll alle Anwender – und damit auch Kinder – vor schädlichem HEV-Blaulicht schützen.

Ob in der Schule, in der Universität oder im Berufsalltag – mobile Geräte wie das iPad 9,7 Zoll begleiten Kinder und Erwachsene stetig. Die intensive Nutzung digitaler Helfer führt jedoch dazu, dass die Blinzelraten sinken, was wiederum zu trockenen, juckenden oder brennenden Augen aber auch zu Kopf- und Nackenschmerzen und letztlich der so genannten „digitalen Augenbelastung“ führt. Das von den Geräten ausgehende Licht, wird als hochenergetisch, sichtbares Licht, kurz HEV-Licht bezeichnet und reicht tief ins Auge, was zu Netzhautschäden und langfristigen Sehproblemen führen kann. Der aufsteckbare Displayschutz des Rugged Messenger Case und Vision Guard mit integrierter Eye Safe-Technologie filtert einen Großanteil des HEV- sowie 99 Prozent des UV-Lichts heraus, während die

robuste Außenhülle das iPad 9,7-Zoll vor Kratzern und etwaigen Gehäuse-Schäden bewahrt.

Robust, sturzsicher und augenschonend

Das iPad ist mittlerweile als technisches Hilfsmittel fester Bestandteil im Schul- und Ausbildungsbereich und ermöglicht eine ganz neue Lernerfahrung. Unsere Kinder nutzen die mobilen Geräte nicht nur in ihrer Freizeit, sondern auch schon regelmäßig im Unterricht. Die Risiken für ihre Augen und damit für ihre Gesundheit steigen also. Die sogenannte Eye Safe-Technologie soll alle Anwender – und damit auch Kinder – vor schädlichem HEV-Blaulicht schützen. In Kombination mit der strapazierfähigen Außenhülle bietet das Rugged Messenger Case und Vision Guard so optimalen Schutz vor Stürzen, die unweigerlich in

Klassenzimmern und unterwegs passieren.

Die EyeSafe-Technologie selbst wurde von Healthé entwickelt. Das gesundheitsorientierte Unternehmen hat sich auf die Entwicklung von Produkten spezialisiert, die HEV-Licht von digitalen Medien blockieren. Aktuelle Forschungen haben schon jetzt einen Zusammenhang zwischen HEV-Licht und langfristigen Sehproblemen festgestellt, einschließlich altersbedingter Makuladegeneration und Grauem Star, welches Hauptursachen für eine Erblindung sind. Es ist zudem erwiesen, dass Augen erst im Teenageralter voll entwickelt sind. Das war sicher mit ein Grund, warum Zagg hier den dringenden Bedarf an Produktinnovationen gesehen hat, die das Problem der digitalen Augenbelastung angehen.

www.zagg.com



Der „e-mark“ ist ein auf Inkjet-Technologie basierendes elektronisches mobiles (batteriebetriebenes) Markierungsgerät,

Digitale Weltneuheit im Stempelbereich

Der neue „e-mark“ stellt einen Meilenstein in der Welt der Stempelprodukte dar. Nach einem mehrjährigen Entwicklungsprozess hat das Produkt samt der dazugehörigen Software die Serienreife erlangt. Premiere war auf der Paperworld in Frankfurt.

Der österreichische Stempel-spezialist Colop präsentiert mit dem „e-mark“ anlässlich der Paperworld einen digitalen Stempel, der in Kooperation mit Hewlett Packard SPS entwickelt wurde. Herausgekommen ist dabei der wohl kleinste Tintenstrahldrucker der Welt. Aber was ist der „e-mark“ nun tatsächlich? Er ist ein auf Inkjet-Technologie basierendes elektronisches mobiles (batteriebetriebenes) Markierungsgerät, welches in Kombination mit einer App funktioniert und mit welchem der Anwender mit einer einfachen Seitwärtsbewegung Abdrucke auf unterschiedlichsten Materialen aufbringen kann. Im Gegensatz zu herkömmlichen Stempellösungen, kann ein einzelner Abdruck bis zu

150 Millimeter lang sein. Mit einer Spezialfunktion lässt sich dieser aber mit nur einer Seitwärtsbewegung beliebig oft wiederholen. Derzeit ist die einzige Begrenzung die Höhe einer Zeile von rund 14 Millimeter, es können jedoch mehrere Zeilen mit unterschiedlichem Inhalt untereinander abgedruckt werden. Kernstück des „e-mark“ ist ein Druckkopf, der praktisch genauso funktioniert wie ein herkömmlicher Tintenstrahldrucker, mit dem einzigen Unterschied, dass er nicht mechanisch, sondern per Hand bewegt wird.

Mit einer von Colop entwickelten App für Smartphones oder Tablets bzw. einer Software für PCs sind unlimitierte Abdruckdesigns ge-

staltbar, bereits fertig gestaltete Vorlagen beinhaltet oder Spezialfunktionen verfügbar. Es können unterschiedlichste Texte oder Bilder wie Firmenlogos oder Fotos äußerst flexibel vollfarbig gestempelt werden. Datums-, Zeit- oder Nummerierungs-Funktionen sind ebenso möglich wie ein Barcode oder QR-Code Generator und noch vieles mehr.

Der „e-mark“ eröffnet damit zahlreiche neue Anwendungsmöglichkeiten und ist demnach für den Handel, Industrie, gewerbliche Anwender aber auch den privaten Endverbraucher äußerst interessant. Der digitale Stempel hat sogar das Potential, eine neue Ära im Bereich der

Geschäftsführer Ernst Faber: „Mit dem ‚e-mark‘ wird ein Meilenstein im Bereich des Stempels gesetzt und der Schritt in die Digitalisierung vollzogen.“



Der „e-mark“ ist gleichzeitig auch der kleinste Tintenstrahldrucker.



Ein einzelner Abdruck kann bis zu 150 Millimeter lang sein. Mit einer Spezialfunktion lässt sich dieser aber mit nur einer Seitwärtsbewegung beliebig oft wiederholen.



Verkaufs- und Marketingleiter Franz Ratzenberger (o.): „Der Verkaufsstart des ‚e-mark‘ erfolgt noch im ersten Halbjahr dieses Jahres.“

Alex Breton, Minderheits-eigentümer von Colop Digital (rechts oben)



General Manager von HP Speciality Printing Systems hinzu.

Markierungstechnologie einzuleiten.

Bei einem geplanten Verkaufspreis von knapp 300 Euro ohne MwSt., inklusive Software, wird deutlich, der „e-mark“ ist kein Gadget. Auch bietet das elektronische Markierungsprodukt unverkennbar mehr Funktionen als ein klassische Stempel. Das Verbrauchsmaterial, die Patrone, soll bei rund 40 Euro liegen und für fast 5000 Abdrucke ausreichen. Mit der Entwicklung des „e-mark“ ist auch eine Kooperation mit Hewlett Packard SPS (HP Speciality Printing System) entstanden. „Wir freuen uns sehr, dass Colops „e-mark“-Produkt mit der HP Inkjet-Technologie, die sich perfekt für dieses Markierungsgerät eignet, auf den Markt kommt. Diese Anwendung der HP Technologie in der digitalen Kennzeichnung bietet Partnern und Kunden von Colop eine breite Palette von Funktionen, die statische Stempel nicht bieten“ fügte Annette Friskopp,

Gemeinsam mit dem schwedischen Entwickler, Erfinder und Geschäftspartner, Alex Breton hat Colop kürzlich für die weitere Entwicklung von digitalen und elektronischen Markierungsprodukten eine eigene Firma gegründet – die Colop Digital GmbH. Neben dem „e-mark“ sind bereits weitere elektronische Produkte und digitale Markierungsgeräte in der Pipeline. Damit wird auch das Team weiterwachsen: Nicht nur für die Entwicklung der Hardware, sondern auch in der Softwareentwicklung werden qualifizierte Mitarbeiter eingestellt, weil die App und die Software ein wichtiger Teil der Leistungsfähigkeit der Produkte sind.

„Die Gründung der Colop Digital ist unsere Antwort auf eine immer stärker vernetzte Welt. Mit den digitalen Produkten leisten wir zukünftig gemäß unserem Leitsatz „The Spirit of Innovation“, selbst einen aktiven Bei-

trag zu dieser globalen Entwicklung“, betont Ernst Faber. „Bei ersten Vorpräsentationen wurde das neue Produkt begeistert aufgenommen und selbstverständlich haben wir als innovatives Unternehmen den Wettbewerbsvorteil mit internationalen Patenten abgesichert“, sagt Ernst Faber.

Trotz der vielfältigen neuen Vorteile und Funktionen, die der „e-mark“ bietet, wird er die traditionellen Stempel keinesfalls ersetzen. Diese Innovation stellt vielmehr eine wichtige Ergänzung zum Kernsortiment von Colops dar. Das Unternehmen erwartet sich durch den Produktlaunch eine Stärkung und einen Ausbau der derzeitigen Marktposition. Erst kürzlich wurden in Millionenmetropolen in China (Guangzhou) und Indien (Mumbai) zwei neue Vertriebsniederlassungen gegründet, um auf den asiatischen Wachstumsmärkten noch stärker Fuß zu fassen.

„Aufgrund des wirtschaftlichen Aufschwungs in diesen Ländern haben wir uns zu diesem wichtigen Schritt entschieden“, erklärt Verkaufs- und Marketingleiter Franz Ratzenberger. Der asiatische Markt mit über vier Milliarden Einwohnern wird für das Unternehmen immer bedeutender, da dort in der Stempelindustrie die Nachfrage nach hochwertigen Produkten immer größer wird. Der Verkaufsstart des „e-mark“ soll in Deutschland, Österreich und der Schweiz noch im ersten Halbjahr dieses Jahres erfolgen.

www.colop.com
emark.colop.com



Hohe Weiße, hohe Akzeptanz

Recyclingpapiere mit hoher Weiße liegen im Trend. Die aktuelle Insolvenz eines großen Produzenten von Recyclingpapieren hat die Branche beunruhigt. Dem begegnen jetzt Papyrus Deutschland und Lenzing Papier mit Entschlossenheit.

Der Gang in die Insolvenz eines großen Herstellers für Recyclingpapiere Ende 2018 hat in der Papierbranche für Verunsicherung gesorgt. Die Frage ging um, ob Recyclingpapiere mit hoher Qualität und Weiße noch in ausreichendem Maße verfügbar seien. Dem begegnete Papyrus Deutschland mit der Zusicherung, dass Recyclingpapiere auch mit hohen Weißgraden verfügbar und lieferbar seien. Die Verfügbarkeit und Liefertreue unter anderem von RecyStar® Polar, RecyStar® Nature und BalancePure® sind durch Papyrus sichergestellt.

Grundlage für die Zusicherung war und ist neben der modernen Logistik des führenden Papiergroß-

händlers die enge Partnerschaft mit dem Hersteller hochwertiger Recyclingpapiere, Lenzing Papier.

Graues Image wird weiß

Das österreichische Unternehmen Lenzing Papier ist bekannt für seine hohe Innovationskraft und die Entwicklung wegweisender Deinking-Technologien zur wirkungsvollen und umweltschonenden Aufbereitung von Sekundärfasern. „Lenzing Papier hat mit seinen Produkten maßgeblich dazu beigetragen, das einst im wahrsten Sinn des Wortes angegraute Image von Recyclingpapier reinzuwaschen, hin zu einem hoch weißen Produkt, das hinsichtlich Optik und Verarbeitungsqualität Frischfaser-

papieren in nichts nachsteht,“ erklärt Frank Prath, Bereichsleiter Marketing und Backselling. Dies zeige sich deutlich am Trend hin zu einem höheren Verbrauch an Recyclingpapieren. Viele Unternehmen und insbesondere öffentliche Institutionen sowie staatliche Behörden setzen vermehrt Papierprodukte aus 100 Prozent Altpapier ein.

Der Altpapierverbrauch wächst

Wichtig für eine gute Umweltbilanz ist in Deutschland auch, dass Frischholzfaser durch Altpapier ersetzt werden. Ein großer Anteil der gesamten eingesetzten Papierfasern stammt aus dem Altpa-

Mit den werkseigenen Deinkinganlagen kann die Umweltbelastung geringer gehalten werden als nach dem heute bekannten Stand der „best-verfügbaren Technologien“ (BAT).



Frank Prath, Bereichsleiter Marketing und Backselling bei Papyrus: „Papyrus Deutschland und Lenzing Papier setzen sich für Recyclingpapiere mit hoher Weiße ein. Der Bedarf ist bei vielen Unternehmen und auch öffentlichen Institutionen groß“.



pierrecycling. Für die Herstellung von rund 22,6 Millionen Tonnen Papier, Pappe und Kartonagen setzte die deutsche Papierindustrie im Jahr 2016 rund 16,9 Millionen Tonnen Altpapier ein. Der Altpapieranteil an der gesamten inländischen Papierproduktion, die so genannte Altpapiereinsatzquote, lag bei rund 75 Prozent. Im Jahr 2000 bewegte sie sich noch bei nur 60 Prozent.

Die höchste Einsatzquote besitzt Recyclingpapier mit dem „Blauen

Engel“, da es nur aus 100 Prozent Altpapier hergestellt werden darf. Pro Kilogramm Sekundärfaserpapier lassen sich mehr als zwei Kilogramm Holz einsparen.

Innovation fördert Umweltschutz

Wichtig für die Vergabe des Blauen Engel sind neben dem Altpapier-einsatz eine energieeffiziente und emissionsarme Produktion sowie die Reduzierung von Schadstoffen. „Ein Unternehmen wie Lenzing Papier erreicht dies schon seit vielen Jahren indem es Technologien und Prozess-Methoden entwickelt und verfeinert, die den Einsatz von Rohstoffen, Chemikalien, Energie und Frischwasser nachhaltig minimieren. So gehört Lenzing Papier seit mehr als 30 Jahren zu den Technologieführern in der Recyclingpapierproduktion,“ betont Lenzing Chef Brunbauer.

Dunkle Wolken am Horizont

Trotz der nach wie vor hohen Akzeptanz und steigenden Nachfrage von Recyclingpapier im Busi-



Ernst Brunbauer, Geschäftsführer bei Lenzing: „Lenzing Papier gehört seit mehr als 30 Jahren zu den Technologieführern in der Recyclingpapierproduktion.“

ness- und Verbrauchermarkt, zeichnen sich Ernst Brunbauer zufolge dunkle Wolken am Horizont ab. „Vor kurzem wurde in Deutschland eine Diskussion in Gang gesetzt, die Vergabe des Blauen Engel an Papiere mit höheren Weißen einzustellen und die Weiße nach unten zu nivellieren. Sollte dies in die Tat umgesetzt werden, bewirkt dies, dass Anwender sich von Recyclingpapieren abwenden könnten, kritisiert der Lenzing Geschäftsführer.

www.papyrus-deutschland.de

Eine ökologische Innovation

Mit „Gmund Bio Cycle“ bietet Römerturm eine wertvolle Alternative zu anderen Recycling- und ökologisch nachhaltigen Papieren.

Natürliche Ressourcen schonen und umweltbewusst handeln – vor diesem Ziel entstand das neue Sortiment „Gmund Bio Cycle“ der Büttenpapierfabrik Gmund, welches ab sofort in Deutschland exklusiv über Römerturm verfügbar ist.

Papier ist ein vielfältiger Stoff, der in zahlreichen Produkten eingesetzt wird: von Druckerpapieren über Pappbecher und Verpackungen bis hin zu Werbeprospekten. Insgesamt werden so in Deutschland jährlich rund 20 Millionen Tonnen Papier verbraucht. Mit „Gmund Bio Cycle“ bietet Römerturm eine wertvolle Alternative zu anderen Recycling- und ökologisch nachhaltigen Papieren. Die fünf Produkte der Kollektion bestehen zu 50 Prozent aus FSC-zertifiziertem Zellstoff und einem zweiten, schnell wachsenden und vor allem umweltschonenden Inhaltsstoff:

Chlorophyll – Blattgrün: Grundlage des Papiers ist Gras von frischen Wiesen. Unter Hinzugabe von natürlichem Chlorophyll entsteht ein starkes Papier in kräftigem Grün, das sich in 600 g/m² ideal als Grundlage für Buch- und Siebdruck eignet und sich sogar kompostieren lässt.

Wheat – Stroh: Rund fünf Prozent unverarbeitetes Stroh ist in diesem Papier enthalten und weist mit goldenen, glänzenden Einschlüssen

auf den optisch und haptisch beeindruckenden Inhalt hin.

Cannabis – Hanf: Cannabiszellstoff aus europäischem Anbau wird in leichten Pflanzeneinschlüssen sichtbar, die griffige Struktur verleiht dem Papier eine besondere Natürlichkeit.

Rag – Baumwolle: Die eingearbeitete Baumwolle sorgt im Zusammenspiel mit Frischfaserzellstoff für ein stilvolles Papier mit großer Strapazierfähigkeit und exzellenter Haptik.

Cycle – Kreislauf: Unangefochtener Spitzenreiter an Umweltfreundlichkeit und ein echter Allrounder – dieses Papier besteht zu 100 Prozent aus Recyclingzellstoff und überzeugt mit einem eleganten Creme-Ton.

Allen Papieren gemein ist die hervorragende Ökobilanz und höchste Qualität. Aufgrund der individuellen Zusammensetzung bietet „Gmund Bio Cycle“ einen spürbaren Mehrwert hinsichtlich Design und Haptik. Gmund und

Römerturm setzen so ein deutliches Statement für ökologisches Handeln. Darüber hinaus können auch Unternehmen ein klares Zeichen pro Umweltfreundlichkeit setzen, indem sie ihre Materialien, wie Broschüren und Verpackungen oder auch das Papier für die Printkommunikation, mit dem ökologischen „Gmund Bio Cycle“ produzieren.

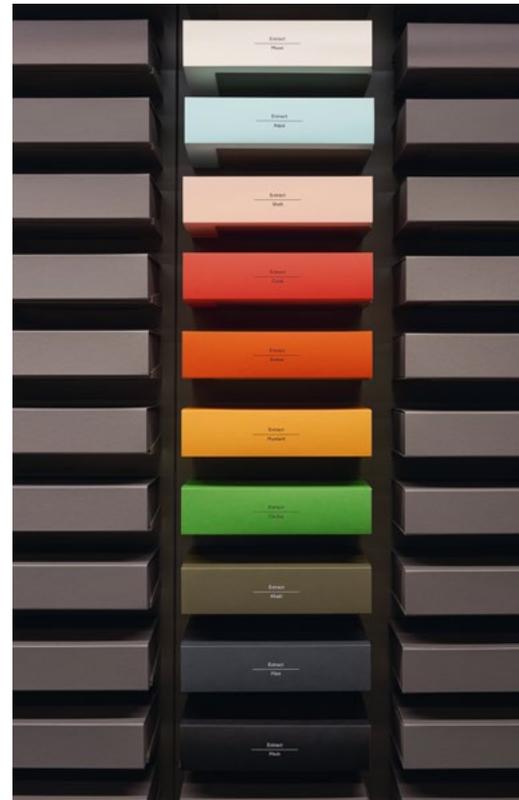
„Bei Römerturm Feinstpapier haben ökologische Produkte bereits eine lange Tradition und wir bauen diesen Bereich konsequent weiter aus“, erklärt Petra Roß, Marketingleiterin bei Römerturm Feinstpapier. „Daher freuen wir uns umso mehr, mit „Gmund Bio Cycle“ eine weitere innovative Kollektion in Deutschland zu vertreiben und unseren Kunden damit eine noch größere Auswahl an hochwertigen Papieren präsentieren zu können.“ Die Papiere sind je nach Ausführung in den Grammaturen 100, 120, 300 und 600 g/m² verfügbar. „Gmund Bio Cycle“ eignet sich für alle gängigen Drucktechniken und ist vielfältig einsetzbar.

www.roemerturm.de





Auch beim Kaffeegenuss kann man neuerdings einen Beitrag für den Klimaschutz leisten. Römerturm bietet dafür als Vertriebspartner von Extract eine gute Möglichkeit.



Vom Becher zum Papier

Ob Genuss oder Notwendigkeit – ohne den morgendlichen Kaffee geht bei vielen Menschen gar nichts. Der wird oftmals unterwegs getrunken, und so finden jeden Tag unzählige Pappbecher ihren weg in den Müll. Das muss nicht sein!

Römerturm bietet hier eine umweltfreundliche Alternative. Der schnelle Coffee to go auf dem Weg zur U-Bahn oder zum Büro gehört für viele Menschen zum Alltag. So werden allein in Deutschland jährlich fast drei Milliarden Einwegbecher benutzt und weggeworfen, die größtenteils nicht recycelt werden. Denn die Wiederverwertung ist aufgrund der Materialmischung von Papier und Polyethylen nur schwer möglich. G.F Smith hat mit Extract ein bahnbrechendes neues Produkt auf den Markt gebracht, das dieses globale Problem anpackt. Römerturm unterstützt das einzigartige Projekt als exklusiver

Vertriebspartner für Extract in Deutschland.

Mithilfe der Cupcycling-Technologie können nun 90 Prozent eines Einwegbechers in FSC-zertifizierte Papierfasern umgewandelt werden. So enthält jedes einzelne Blatt Extract mit einer Grammatur von 380 g/m² mindestens fünf aufbereitete Coffee-to-go-Becher. Die verbleibenden zehn Prozent Plastik werden zu anderen Produkten weiterverarbeitet, sodass keine Abfälle entstehen („zero waste“).

Ziel des Projekts ist es, ein besseres Bewusstsein für Abfälle und deren

Auswirkungen auf die Umwelt zu schaffen. „Extract ist unser Beitrag zu dem Bemühen, das weltweite Problem der Einwegbecher zu lösen“, sagt John Haslam, Joint Managing Director von G.F Smith. Das Unternehmen vertraut darauf, dass schon in naher Zukunft nachhaltige Alternativen zu den Einwegbechern entwickelt werden und sich diese im Alltag durchsetzen. Bis dahin ist Extract ein effektiverer Ansatz, um aus einem Wegwerfprodukt etwas Schönes und Sinnvolles zu kreieren. Extract ist in den Grammaturnen 130 g/m² und 380 g/m² bereits ab 25 Bogen über Römerturm in Deutschland erhältlich.

www.roemerturm.de



Der Anbau von Energiepflanzen schafft größere Unabhängigkeit vom fossilen Rohstoffmarkt.

Alternativen finden

Die weltweite Nachfrage nach Rohstoffen und Energie nimmt zu, fossile Rohstoffe werden jedoch immer knapper und ihre Nutzung belastet die Umwelt. Immer mehr gewinnt die Bioökonomie an Bedeutung – sie setzt auf nachwachsende Rohstoffe.

Die industrielle Produktion in Deutschland und vielen anderen Ländern hängt seit Jahrzehnten von fossilen Rohstoffen ab. Diese Rohstoffe gehen jedoch zur Neige. Darüber hinaus beschleunigt ihre Nutzung den Klimawandel und trägt damit entscheidend zur Erderwärmung bei. Andere Wege geht deshalb die Bioökonomie, die es sich zum Ziel gesetzt hat, Rohstoffversorgung und Nachhaltigkeit so zusammenzuführen, dass eine Alternative zur erdölbasierten Wirtschaft entstehen kann. Die Bioökonomie setzt dabei auf die Erzeugung und Nutzung erneuerbarer biologischer Ressourcen wie Pflanzen, Tier und Mikroorganismen. Die Rohstoffe stammen in der Regel aus der Land- oder Forstwirtschaft oder es werden organische Reststoffe und Nebenprodukte verwendet. Dabei entstehen völlig neue Produkte und Verfahren, die oft vielfältige Vorteile haben, etwa bei der Energiebilanz, dem Klimaschutz oder bei den Produktionsbedingungen oder der Entsorgung.

Viele Produkte des täglichen Lebens enthalten auch heute schon nach-

haltige Rohstoffe, darunter Büroprodukte, Waschmittel, Farben und Lacke. Bioenergie ist eine wichtige Säule im Energiemix der Zukunft. Im Fokus der Zukunft steht hier die effiziente Nutzung von Pflanzenreststoffen, so will man die Konkurrenz mit der Lebensmittelproduktion vermeiden. In Deutschland werden derzeit über 100 Millionen Tonnen an nachwachsenden Rohstoffen genutzt, den größten Anteil darunter hat das Holz. Nachwachsende Rohstoffe tragen zum Umweltschutz bei, indem sie CO₂-Emissionen vermeiden. Mit ihrer Nutzung wird die Energieversorgung vor Ort genutzt. Darüber hinaus sind sie ein wichtiger Wirtschaftsfaktor im ländlichen Raum, da ihr Anbau eine Alternative für Land-

wirte bietet und damit Wertschöpfung und Arbeitsplätze bringt.

Der Anbau nachwachsender Rohstoffe basiert in Deutschland auf dem Grundsatz der Nachhaltigkeit. Forscher sind intensiv auf der Suche nach Alternativen zu den dominierenden Energiepflanzen Mais und Raps, da die Artenvielfalt erhalten bleiben soll. Der Anbau nachwachsender Rohstoffe soll nach Möglichkeit wenig Konkurrenz zum Anbau von Nahrungsmitteln sein. Bereits 2014 wuchsen in Deutschland auf 14 Prozent der landwirtschaftlichen Nutzfläche Energiepflanzen, also Pflanzen, die gezielt ganz oder überwiegend für die Erzeugung von Strom, Wärme oder Kraftstoff

Bio im Büro

Biokunststoffe spielen bei innovativen und kreativen Büroprodukten eine immer größere Rolle. Sie bestehen beispielsweise aus Holz (Lignin), Zucker- oder Stärkepflanzen und tragen somit ebenfalls zum Klima- und Ressourcenschutz bei. Recyclingfähigkeit,

biologische Abbaubarkeit oder transparente Lieferketten werden durch anerkannte Gütezeichen dokumentiert und sichern Anforderungen an die Nachhaltigkeit ab.

das-nachwachsende-buero.de



Pappeln wachsen schnell und spielen deshalb eine wichtige Rolle in der nachhaltigen Forstwirtschaft.

Die Durchwachsene Silphie ist eine Energiepflanze, die auch als Bienenweide dient.

angebaut werden. Dazu zählen vor allem Mais, Raps, Getreide, Gräser und Zuckerrüben. Diese Pflanzen kommen zur Biogaserzeugung aber auch zur Herstellung von Biodiesel und Bioethanol zum Einsatz. Um die Vielfalt zu erhöhen wird als Energiepflanze die Durchwachsene Silphie mittlerweile häufiger angebaut. Sie wächst rasant und gedeiht zehn bis fünfzehn Jahre in Folge. Ihr Vorteil: Sie ist eine sehr gute Bienenweide. Die momentan wichtigsten Industriepflanzen in Deutschland sind Ölsaaten wie Raps und Stärke- und Zuckerpflanzen. Pflanzenöle werden vor allem von der chemischen Industrie zu Schmierstoffen verarbeitet. Stärke- und Zuckerpflanzen werden beispielsweise als Tenside in Waschmitteln genutzt oder bilden die Grundlage für biobasierte Kunststoffe.

Der wichtigste alternative Rohstoff ist Holz. Jährlich wachsen in den deutschen Wäldern rund 122 Millionen Kubikmetern Holz. Schonend und nachhaltig erzeugt werden bundesweit rund 76 Millionen Kubikmetern Holz pro Jahr geerntet. Demnach wächst deutlich mehr Holz nach als genutzt wird. Deutschland verfügt damit über zunehmende Holzvorräte. Nachhaltige Forstwirtschaft in Deutsch-

land leitet einen wichtigen Beitrag zur Beschäftigung und Wertschöpfung im ländlichen Raum.

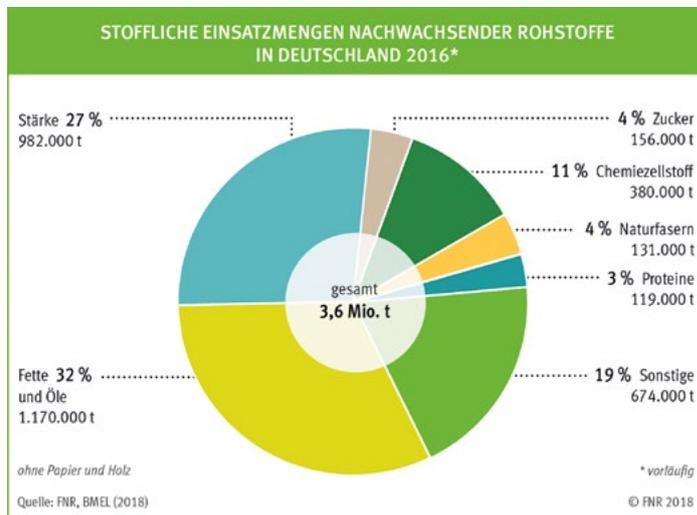
Ausblick

In Zukunft wird die Bioökonomie mit nachwachsenden Rohstoffen als Alternative zu herkömmlichen industriellen Produktion eine wachsende Rolle spielen. Wichtig ist, dass ihr Ausbau mit der Ernährungssicherung, dem Schutz der Umwelt, des Klimas und der Biodiversität einhergeht. Dies kann am besten gelingen, wenn Biomasse in Zukunft noch effizienter genutzt wird. Ziel muss es sein, den Stoffkreislauf möglichst zu schließen. Darüber

hinaus muss der landwirtschaftliche Anbau gegen die Folgen des Klimawandels gewappnet werden.

Bioökonomie bietet gerade, aber nicht nur in Deutschland die Chance einen innovativen Markt zu positionieren, die sie ist ein Innovationsmotor, der dem Standort viele Pluspunkte bringt. Dadurch entstehen nicht nur Arbeitsplätze, die gerade im ländlichen Raum für eine verbesserte Infrastruktur sorgen, Deutschland stellt die Rohstoffversorgung auf ein breiteres Fundament und macht sich unabhängiger von Drittanbietern.

www.fnr.de



Stoffliche Einsatzmengen nachwachsender Rohstoffe in Deutschland 2016.



Neben ökologischen Gesichtspunkten wurde bei der Entwicklung Wert auf edles Design sowie einfache Handhabung gelegt.

Effizienter Umgang mit Ressourcen

Die Heftgeräte und Locher der neuen „re+new“ Serie, die das bewährte Novus Design und Funktion mit Nachhaltigkeit verbinden, hat Novus Dahle auf der Paperworld präsentiert. Bei allen Modellen wurde ABS-Rezyklat zur Herstellung verwendet.

Die Geräte bestehen zu einem großen Teil aus Rezyklat, das heißt, aus wiederverwerteten Kunststoffen, die nach ihrer erstmaligen Nutzung für andere Gebrauchsgüter wie beispielsweise Kühlschränke dem Recycling-Kreislauf zugeführt wurden. Abhängig vom Modell beträgt der Anteil des Rezyklats, das von einem Eucertplast-zertifizierten Lieferanten bezogen wird, am Gesamtkunststoffeinsatz bis zu 95 Prozent. Mit der Sortimentserweiterung trägt der Hersteller zum einen dem stetigen wachsenden Zuspruch für umweltfreundliche Produkte seitens der Verbraucher Rechnung und zum anderen den unternehmenseigenen Richtlinien zur Nachhaltigkeit.

Bei allen Geräten der „re+new“ Familie sind sowohl die Metall- als auch die Kunststoffteile im „All Black“-Design ausgeführt. Um die intuitive und sichere Bedienung zu gewährleisten, heben sich die Funktionstasten bei den Heftgeräten sowie die Beschriftungen durch einen ansprechenden grünen Farbton ab.

Bei allen Modellen der Serie wurde ABS-Rezyklat zur Herstellung verwendet. Der unterschiedlich große Anteil am insgesamt benötigten Kunststoff erklärt sich aus den verschiedenen Eigenschaften der Geräte. Um diese zu erreichen, wird das jeweils optimale Material eingesetzt. Ein Beispiel: Die Locherböden von Novus sind rutschhemmend und geteilt aufklappbar, dafür eignen sich andere Materialien besser als ABS Kunststoff. Neben dem Einsatz des Rezyklats ist die Konstruktion der Geräte Teil des nachhaltigen Konzepts. Alle Produkte sind so entworfen und verarbeitet worden, dass sie sich ohne großen technischen Aufwand auseinanderbauen und sortenrein trennen lassen. So können die einzelnen Elemente nach Gebrauch passend entsorgt und anschließend teilweise erneut der Wiederverwertung zugeführt werden. Im Übrigen wird bei der Verpackung ebenfalls auf Umweltfreundlichkeit geachtet, so besteht diese nicht aus beschichtetem Papier und auf ein Sichtfenster mit Folie wurde verzichtet. Auch die Geräte selbst sind in Seidenpapier eingewickelt statt in Folie.

Das Thema Umweltschutz steht schon länger auf der Agenda des Herstellers aus Lingen. So ersetzt die neue Serie die bislang verfügbaren Novus Eco Geräte, die bereits vor einigen Jahren auf den Markt gebracht wurden. Die konsequente Weiterentwicklung der Produkte unter ökologischen Gesichtspunkten entspricht der Unternehmensphilosophie, die neben Richtlinien zur Qualität und Sicherheit des Sortiments auch Prinzipien zur Nachhaltigkeit enthält. Bei der Produktion wird daher unter anderem auf den effizienten Umgang mit Ressourcen geachtet, dazu gehören neben der erneuten Nutzung von Materialien und der damit verbundenen Reduzierung des Rohstoffbedarfs auch die Aspekte Energieverbrauch und CO₂ Emissionsoptimierung. Zudem wird der Einsatz umweltgefährdender Stoffe minimiert. So sind die „re+new“-Geräte komplett chrom- und nickelfrei und können daher auch von Anwendern mit einer entsprechenden Allergie uneingeschränkt genutzt werden..

www.novus-dahle.de



Partikel im Boden

Die Umweltverschmutzung durch Kunststoff hat längst auch landwirtschaftliche Flächen erreicht. Dies belegt jetzt eine Studie, die ein Forschungsteam der Universität Bayreuth in der Zeitschrift *Scientific Reports* veröffentlicht hat.

Die Bayreuther Forscher um Prof. Dr. Christian Laforsch haben erstmals einen durch konventionelle Landwirtschaft genutzten Acker auf Kunststoff hin untersucht und alle gefundenen Partikel vermessen sowie chemisch analysiert. Dabei stellten sie eine deutliche Kontamination durch Makro- und Mikroplastik fest, obwohl auf diesem Acker und den angrenzenden Flächen weder kunststoffverunreinigter Dünger noch Agrartechniken eingesetzt wurden, die in größerem Umfang zur Verschmutzung durch Plastik hätten beitragen können. Als Makroplastik werden Kunststoffteile bezeichnet, die größer als fünf Millimeter sind. Die Bayreuther Forscher haben insgesamt 81 solcher Plastikteile identifiziert, die auf der Oberfläche des Ackerbodens gesammelt wurden. Hochgerechnet bedeutet dies eine Makroplastik-Kontamination von 206 Teilen pro Hektar. Zusätzlich wurde die Ackerfläche stichprobenartig auf Mikroplastik im Größenbereich von einem bis fünf Millimeter hin untersucht. Die Auswertung der Funde hat ergeben, dass der Ackerboden pro Kilogramm Trockengewicht im Durchschnitt 0,34 Mikroplastik-Teilchen enthält. Hochgerechnet bedeutet dies, dass sich in einem



Auch Ackerböden sind mit Makro- und Mikroplastik verschmutzt. Herkunft und Auswirkungen werden untersucht.

Hektar des Ackerbodens mindestens 150 000 Mikroplastikteilchen befanden. Aufgrund der Bewirtschaftungspraxis war die Untersuchungsfläche in den letzten Jahren einer vergleichsweise geringen Verwendung von Plastik ausgesetzt. „Ackerland, das über größere Zeiträume hinweg mit einem kunststoffverunreinigten Dünger – wie zum Beispiel Kompost aus bestimmten Kompostieranlagen oder Klärschlamm – bearbeitet wird, dürfte größere Mengen

an Partikeln enthalten. Dies gilt ebenso für Agrarflächen, die mit Kunststoff-Gewächshäusern und Mulchfolien bewirtschaftet werden. Insofern ist keineswegs auszuschließen, dass die Plastik-Kontamination von Ackerland in Deutschland im Durchschnitt höher ist, als wir sie auf unserer Untersuchungsfläche festgestellt haben“, erklärt Sarah Piehl M.Sc., Erstautorin der Studie und Doktorandin an der Universität Bayreuth. www.uni-bayreuth.de

Einweg-Plastik vermeiden

Plastik greift unsere Erde und Lebewesen an und zerstört den Lebensraum. Die Konzentration von Mikro- und Makroplastik in Meeren und Böden hat dramatisch zugenommen. Deswegen braucht es Alternativen.

Über 15 Millionen Tonnen Plastik. So viel wird allein in Deutschland jedes Jahr verbraucht. Weltweit gesehen sind es sogar 200 bis 250 Millionen Tonnen. Die Auswirkungen des exzessiven Verbrauchs von Plastik sind weitreichend. Zum einen werden sowohl Länder als auch Meere verschmutzt, zum anderen findet sich die aufgelösten und zerkleinerten Mikro-Partikel des Plastiks in den Lebensmitteln und sogar in lebenden Organismen.

Die EU-Kommission wird bestimmte Einweg-Kunststoffprodukte verbieten. Damit will sie die Verschmutzung der Umwelt und insbesondere der Meere durch Plastikmüll bekämpfen.

Die Alternative sind Mehrwegprodukte – gerade für unterwegs. Und es gibt sie auch mit einem Anteil an nachwachsenden Rohstoffen.

www.bund.de

Nachhaltig unterwegs

Plastikbecher belasten die Umwelt. Für den schnellen Kaffee oder die Trinkpause unterwegs gibt es Al-

ternativen, die nicht nur praktisch, sondern auch stylisch sind. Sie lassen sich immer wieder verwenden.



Isoliertrinkbecher

Mit dem „isoMug Plus Soft“ setzt Alfi auf Mobilität mit sinnlichem Touch und perfekten Komfort. Der Isoliertrinkbecher mit der hochwertigen Silikonmanschette liefert zur angenehmen Haptik außergewöhnliche Optik und Alfi-typische Funktionalität. Relief-Motiv in Rot, Royal Blau, Cool Cassis, Apfelgrün oder Schwarz: Der „TopTherm“-Vakuum-Edelstahlkörper darunter hält vier Stunden heiß oder acht Stunden kalt und bietet zu jeder Jahreszeit angemessen temperierte Getränke. Ohne Innenbeschichtung und absolut schadstofffrei hergestellt ist der Mug ein Garant

für authentischen Geschmack und schont dabei die Umwelt. Das besonders schicke Mehrweg-Prinzip setzt wie bei allen anderen Alfi Mugs auf Nachhaltigkeit und 10 Jahre Garantie.

www.alfi.de

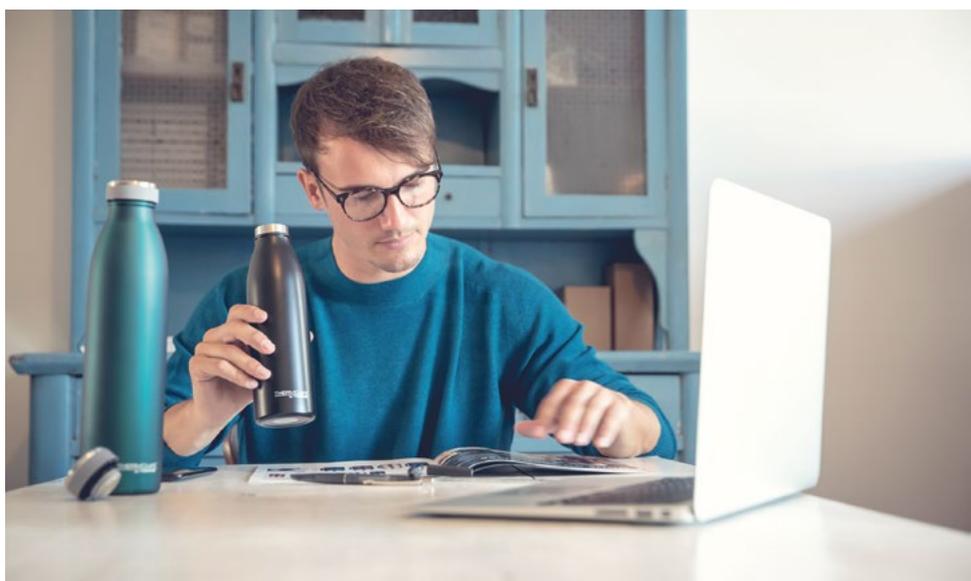
Thermocafé

Thermos transportiert mit der neuen Isolier-Trinkflasche das Lebensgefühl angesagter Locations und mobilisiert damit das urbane Feeling. In stylish mattiertem Look in Edelstahl, Schwarz, Weiß, Pink und Teal begleiten die Neuheiten Großstädter wie Trendsetter durch den Tag: Beim zweiten Frühstück im Büro sind die Trinkflaschen ebenso griffbereit wie

bei sportlichen Aktivitäten und Treffen mit Freunden am Abend.

Volltreffer für aktive Genussmenschen: Die schicken Isolier-Trinkflaschen passen optisch wie praktisch in jede Tasche und sind schlag- und bruchfest. Zeit zum Relaxen oder lieber ein Energiebooster? Durch den praktischen Drehverschluss lassen sich Getränke aller Art problemlos einfüllen und genießen. Mit Kaffee, Tee und Saftschorle versorgen die Bottles in zwei Größen individuell und flexibel mit Flüssigkeit. Die Isolier-Trinkflaschen halten absolut dicht – auch bei Kohlensäure.

www.thermos.com



Espresso Doppio

„Espresso Doppio“ von Troika passt für alle gängigen Kaffeemaschinen und Becherhalterungen und lässt sich beliebig oft verwenden. Durch den verwendeten Edelstahl besonders hochwertig und robust. Der kleine Thermobehälter schluckt mit 160 Millilitern beispielsweise einen doppelten Espresso und hält ihn mit seiner Doppelwand-Isolierung schön heiß und – dank Gummidichtung – schwappsicher, da wo er hingehört. Für alle, die auch unterwegs nicht auf ihren Koffein-Kick verzichten möchten. Aus der Troika Designwerkstatt. Kunststoff und Edelstahl, mit praktischem Verschluss-Schieber.

www.troika.de



„Espresso Doppio“ passt für alle gängigen Kaffeemaschinen.



Ideen von Smash

Muss eine Frischhaltebox immer eckig sein? „smash-design“ meint nein und hat eine praktische Kombination entworfen, die entweder als Snack-Rolle Doppel mit zwei Behältern oder als „Snack-Rolle Trippel“ mit drei Behältern angeboten wird. Die ungewöhnliche Form macht das Verstauen besonders komfortabel. Jedes einzelne Element lässt sich mit anderen ganz nach Bedarf zu einer langen Rolle zusammenstecken, oben drauf sitzt ein zuverlässiger Drehverschluss.

Die lebensmittelechten Kunststoffdosen sind satiniert und geeignet

für Mikrowelle sowie Spülmaschine. Viele aktuelle Farben stehen zur Wahl – Mixen erlaubt! Damit man den Inhalt gut erkennen kann, gibt es klare Sichtfenster. Snacks in verschiedenen Größen, aber auch Joghurt oder Dips lassen sich mit der tollen Rolle von „smash“ sicher transportieren.

www.zielonka-shop.de



Bamboo Cup

Chicmic bietet mit seinem Bamboo Cup eine Alternative zu umweltschädlichen Wegwerf-Bechern. Die Becher fallen durch ihre originellen Designs auf und bestehen überwiegend aus nachhaltig wachsenden Bambusfasern, Maiskornpulver und geringerer Menge MF als Bindemittel. Der festverschließbare Deckel ist patentiert und besteht aus Bambus. Nach der Benutzung kann der Bamboo Cup in der Spülmaschine gereinigt werden.

www.chicmic.de



Bamboo Dishes

Das Bambusgeschirr von Lässig Bamboo Dishes (Teller, Schale, Becher) besteht zu 80 Prozent aus natürlichen und umweltfreundlichen nachwachsenden Rohstoffen und nur zu 20 Prozent aus dem Kunststoff Melamin. Zu den natürlichen und umweltfreundlichen nachwachsenden Rohstoffen zählt nicht nur der Bambusanteil mit 45 Prozent Bambus, sondern auch der Anteil an Mais mit 35 Prozent. Maisstärke wird als natürliches Bindemittel eingesetzt. Die Löffel bestehen aus Bambus und Polypropylen. Das Bambusgeschirr ist sowohl lebensmittelecht als auch spülmaschinengeeignet (bis 65°C).

www.laessig-fashion.de

Das Bambusgeschirr ist lebensmittelecht und spülmaschinengeeignet.

Verantwortung für Mitarbeiter und Umwelt

Die Trodat-Trotec-Group beschäftigt weltweit rund 1 500 Mitarbeiter. Der Konzernumsatz lag 2017 bei 249 Millionen Euro. Trodat, als Teil der Gruppe und heute weltweit größter Stempelhersteller, lebt seine Nachhaltigkeitsstrategie

Diese Strategie umfasst unter anderem Nachhaltigkeitsmanagement, Compliance und Corporate Governance, betrieblicher Umweltschutz und nachhaltige Produktion – als integralen Bestandteil der Unternehmensphilosophie. Zur Sicherstellung seiner Nachhaltigkeitsziele arbeitet das 1912 gegründete Unternehmen mit einem integrierten Managementsystem. Folgende Zertifizierungen sind dabei Bestandteil Qualitätsmanagementstandard EN ISO 9001:2015, Arbeitsschutzmanagement OHSAS 18001:2007, interna-

tionale Umweltmanagementnorm ISO 14001:2015 und » Energiemanagement ISO 50001:2011.

Compliance und Corporate Governance

Trodat Produkte sollen nicht nur größten Nutzwert bieten, sondern auch zu jedem Zeitpunkt gefahrlos verwendet werden können und im Einklang mit den jeweils geltenden Rechtsvorschriften stehen. Von größtem Stellenwert auf internationaler Ebene ist für den österreichischen Stempelhersteller die Einhaltung der EU Chemikalienverordnung (REACH) sowie der California Proposition 65.

Betriebliche Maßnahmen im Sinne der Umwelt

Ein wichtiges strategisches Anliegen ist der niedrige Wasser- und Energieverbrauch, erreicht durch Maßnahmen in der Effizienzsteigerung und somit Energieverbrauchsreduktion und –rückgewinnung aus der Produktion zur Gebäudetemperierung. Der Stromverbrauch je produzierter Spritzguss-einheit wurde seit 2009 um 40,5 Prozent gesenkt. Seit 2001 wurden

mehr als 1 000 Tonnen CO₂ durch die Verringerung von fossilen Brennstoffen eingespart.

Die lokale Wirtschaft

„Eine Vielzahl an lokalen Zulieferern versorgt uns mit wichtigen Rohstoffen und Betriebsmitteln. Allein im Jahr 2017 wurde knapp die Hälfte (46 Prozent) unseres gesamten Einkaufsvolumens von regionalen Lieferanten beschafft. Dadurch können wir unnötige Transportwege reduzieren und unseren CO₂-Abdruck nachhaltig verringern“, erklärt Armin Herdegen, Geschäftsführer Trodat Vertriebs GmbH. Außerdem trägt Trodat aktiv zur Verfügbarkeit gut ausgebildeter Fachkräfte am Wirtschaftsstandort Linz-Wels bei, indem der Stempelspezialist selbst ein engagierter Ausbildungsbetrieb sei.

Innovation

Die hohe Innovationskraft bei Trodat ergibt sich aus einer extrem hohen Fertigungstiefe von der Planung, Realisierung und Wartung der Produktionsanlagen bis hin zur Herstellung der Werkzeuge.



Armin Herdegen,
Geschäftsführer Trodat
Vertriebs GmbH



„Internes Know-how und die Zusammenarbeit mit externen Spezialisten (z. B. Austrian University of Applied Sciences) führen zu einer permanenten Weiterentwicklung unserer Produkte und laufend neuen Detaillösungen“, ergänzt Armin Herdegen. Innovative Produktlösungen ganzheitlich zu betrachten, bringe langfristig Vorteile in vielen Belangen: „So leicht und klein wie möglich Produkte zu gestalten, bedeutet, CO₂-Emissionen von Beginn an zu reduzieren.“

Produktion

Ein weiteres Ergebnis der Innovationskraft im Produktionsprozess ist die Reduktion von Ausschuss und Abfall aus der Produktion auf ein produktionstechnisch notwendiges Minimum. Bei Trodat werden heute bereits 80 Prozent aller Produktionsabfälle wiederverwertet. Die Recyclingquote bei mechanisch nicht beanspruchten Teilen liegt sogar bei 100 Prozent. Darü-

ber hinaus ist die gesamte Produktion völlig frei von Abwässern.

Klimaschutz

Ganzheitlicher Klimaschutz beruht bei Trodat auf drei Säulen: CO₂ vermeiden, reduzieren und ausgleichen. Dieser Grundsatz begleitet das Unternehmen mit Sitz in Wels seit Jahren bei seinen Bemühungen, die CO₂-Emissionen der Produktionsprozesse und Produkte immer weiter zu reduzieren. Jährlich werden die unvermeidbaren CO₂-Emissionen der meistverkauften Produkte ermittelt und durch WWF empfohlene Gold-Standard-Klimaschutzprojekte ausgeglichen. „Damit sind unsere Best-seller klimaneutral – serienmäßig“, betont Herdegen.

Rohstoffe

Trodat setzt Rohstoffe mit Bedacht ein und verwendet demnach 100 Prozent Ökostrom in seiner Produktion. „Wir reduzieren die CO₂-Emissionen durch den Einsatz von

Recyclingkunststoff (bis zu 65 Prozent aus Post-Consumer-Material für unseren Trodat Printy 4.0)“, unterstreicht Armin Herdegen.

Trodat erfüllt nicht nur die RoHS Richtlinie (Restriction of Hazardous Substances), sondern verzichtet auch völlig auf PVC in der Herstellung. Eine weitere Maßnahmen ist das permanente Monitoring der Rohstoffe in Bezug auf Qualitäts-, Umwelt-, Energie- und Sicherheitsaspekte (zertifiziert durch den TÜV-Austria).

Gelebte Nachhaltigkeit findet Anerkennung

Um all den Einsatz für Klimaschutz noch stärker sichtbar zu machen, hat Trodat 2017 die Verleihung des Österreichischen Umweltzeichens für mehr als 80 der meistverkauften Produkte angestoßen und im September 2018 erhalten.

Ausgezeichnete Leistung

Durchdachtes Design, eine extrem hohe Qualität und der gelebte Nachhaltigkeitsgedanke finden weltweit Anerkennung. Alleine in den Jahren 2016, 2017 und 2018 wurden Trodat zahlreiche Preise und Auszeichnungen verliehen – zuletzt bei der Umfrage von Focus Money unter „Deutschlands Beste“ in der Kategorie Bürobedarf gewählt worden.

www.trodat.de

Trodat Deutschland

Trodat liefert Produkte bereits seit 1951 nach Deutschland. In den darauffolgenden Jahren konnte Trodat dank der guten Zusammenarbeit mit dem deutschen Stempelfachhandel die Marktführerschaft bei selbstfärbenden Stempelgeräten kontinuierlich ausbauen. Die Trodat Deutschland Vertriebs GmbH wurde 1997 mit Sitz in Nürnberg gegründet – einhergehend mit der Wandlung von Trodat vom reinen exportorientierten zum global agierenden Unternehmen. Marktnähe in der Entwicklung von Produkten und verkaufsunterstützenden Aktivitäten für den Stempel – sowie den Büroartikelfachhandel sind damit noch stärker gewährleistet.



Den eigenen Lebensstil frei entfalten. Darum geht es Meori, der Lifestylemarke aus Hamburg. Alle Lösungen lassen sich mit wenigen Handgriffen auf- und zusammenfalten und platzsparend verstauen. Sie sind hochwertig, pflegeleicht, funktional und stabil.



Für alle Lebenslagen

Vor fünf Jahren hat sich Meori das erste Mal auf einer Messe vorgestellt. Seitdem hat sich die Marke aus Hamburg „recht gut entfaltet“ – wie die Familie Meyer ihren Erfolg beschreibt. Wieviel davon mit Nachhaltigkeit zu tun hat, erfahren wir im Interview.

Frau Meyer, Sie beschreiben ihre Produkte als „Begleiter in allen Lebenslagen“. Was ist an der Meori Faltbox nachhaltig?

Meyer: Die Kernidee unserer faltbaren Lösungen ist, dass ich sie überall hin mitnehmen und beliebig einsetzen kann. Zum Beispiel nutze ich ein und dieselbe Meori Faltbox zum Einkaufen, zum Aufräumen zu Hause, für meine Bürosachen und auf Reisen. Ich brauche also nicht für jede Lebenslage ein anderes Produkt, sondern habe meine Faltbox, die alles mitmacht. Die ist sehr stabil, pflegeleicht, einfach zu handhaben und trägt bis zu 30 Kilo Gewicht. Dazu erweitern unsere durchdachten Accessoires wie Schultergurt, Kühl-, Picknick- oder Flaschenein-

sätze ihre Funktionen um ein Vielfaches.

Dennoch haben Sie ihr Angebot diversifiziert, etwa mit den Meori Shopping-Lösungen.

Meyer: Wir haben gesehen, dass zwar sehr viele Menschen nachhaltige und multifunktionale Lösungen wie die meori Faltbox suchen, aber nicht jeder ist eben der „Boxen-Typ“. Daher entwickeln wir Alternativen, die dem Meori Prinzip folgen, und Leute ansprechen, die vielleicht lieber Taschen nutzen.

Und was ist an der Meori Einkaufstasche besonders?

Meyer: Klar, eine Tasche bleibt eine Tasche. Dennoch denken unsere Modelle ein klein bisschen weiter. Sie sind nicht nur schick und robust, sondern lassen sich durch ihre besondere Konstruktion sehr leicht befüllen. Ihr Innenleben

sorgt dafür, dass ich unterwegs alles im Griff habe. Vom Style her eignen sie sich für den Einkauf auf dem Wochenmarkt genauso wie für Businessunterlagen, Sportklamotten oder einen Wellnessstrip.

Und was ist mit der Mini Faltbox? Die gilt als Schnelldreher in der Branche. Das klingt nicht sehr ökologisch.

Meyer: Die Meori Mini Faltbox ist eines meiner Lieblingsprodukte. Mit ihren tollen Farben und Motiven funktioniert sie als Verpackung und Geschenk in einem. Ihre wahre Größe entfaltet sie dann im täglichen Leben. Bei uns zu Hause finden Sie die Mini überall: im Kinderzimmer, im Bad, in der Küche, im Flur als Schlüsselkästchen an der Wand und auf dem Schreibtisch. Ihren Erfolg als Schnelldreher verdankt die Mini dem Mix von Design, Preis und Positionierung

Birgit Meyer, verantwortlich für Sales und Marketing bei Meori.



am POS. Dafür haben wir extra Displays entwickelt, die so richtig zum „Mitschnacken“ einladen.

Was heißt Nachhaltigkeit für Sie persönlich?

Meyer: Als Mutter dreier Kinder ist das Thema für mich sehr präsent. Ich möchte einfach, dass sie eine Welt hineinwachsen, die intakt und lebenswert ist. Dazu gehört zum einen, dass wir vernünftig mit den Ressourcen umgehen, weniger wegwerfen und zeitgemäße Alternativen finden. Zum anderen ist mir der respektvolle Umgang miteinander wichtig. Das gilt gleichermaßen für Familie, Freunde und Geschäftspartner.

Für unsere Händler sind wir daher auch so etwas wie ein Begleiter in allen Lebenslagen. Davon profitieren alle Seiten. Aus dem intensiven Austausch heraus sind beispielsweise nicht nur neue Produktideen entstanden, sondern auch die sehr flexiblen Metalldisplays, die sich ganz leicht unseren verschiedenen Kollektionen anpassen können.

Die ersten großen Branchenmessen sind gerade vorbei. Was dürfen wir als Nächstes von Meori erwarten?

Meyer: In diesem Frühjahr feiern wir unseren fünften Geburtstag mit einer ganz neuen Farbwelt, der Meori Home Collection. Die Messen haben gezeigt, dass wir mit den relaxten Naturtönen ein neues, Lifestyle-orientiertes Publikum erreichen. Das hat uns sehr gefreut. Auch unsere Neuheiten, wie etwa die Plüschboxen, die Metallic-Prints oder die Tiermotive, kommen sehr gut an. Und natürlich haben wir auch neue Ideen in petto, die wir aber erst zeigen, wenn es alles soweit ist. Auf jeden Fall dürfen sich Kids und Eltern auf was Großes freuen. So viel sei verraten. Lassen Sie sich also überraschen.

www.meori.com



Die Kollektion aus softer Wolle umfasst Kordel, Bänder und Schnüre sowie eine breite Palette an Filzen für eine Vielzahl an Anwendungsfeldern. Immer neue Designs und Farben eröffnen eine sehr trendorientierte und hoch aktuelle Produktwelt:

Reine Schafschurwolle

Tausend Ideen aus 100 Prozent reiner Schafschurwolle, inspiriert von internationalen Designern und Trendexperten: Stylit heißt die frisch lancierte Kreativ-Marke aus dem Hause Lehner Wool. Die Kollektion aus softer Wolle umfasst Kordel, Bänder und Schnüre sowie eine breite Palette an Filzen für eine Vielzahl an Anwendungsfeldern. Immer neue Designs



und Farben eröffnen eine sehr trendorientierte und hoch aktuelle Produktwelt: emotional, individuell und mitreißend. International bekannt sind die kreativen Produkte bereits in der Grünen Branche, wo der Hersteller seit Jahren eine marktführende Rolle einnimmt. Für die Marke Stylit wurden jetzt drei Linien entwickelt, mit denen Lehner Wool zusätzliche Zielgruppen adressiert: „floral it“ für Blumen und Pflanzen, „craft it“ für den Top-Trend DIY und Basteln sowie „pack it“ für die Bereiche Verpacken und Schenken.

Der anhaltende internationale Erfolg der österreichischen Traditionsfirma rührt in besonderem Maße aus der nachhaltigen Unternehmensphilosophie. Deren roter Faden führt von der Konzentration auf die Kernkompetenz Schafschurwolle über den Mut zum Experiment bis hin zur besonnenen Erschließung neuer Märkte. So macht sich Lehner Wool regelmäßig durch innovative Lösungen



einen Namen. Hierzu zählt unter anderem das patentierte und Natureplus-zertifizierte Ionic Protect Verfahren, das Schafwolle nachhaltig und völlig biozidfrei schützt. „Unsere große Stärke liegt im Wissen um die besonderen Eigenschaften der Schafwolle und der rein mechanischen Be- und Verarbeitung dieses vielseitigen Naturproduktes. Angetrieben sind wir von der Vision, für alle Bereiche des Lebens innovative Lösungen zu entwickeln: nachhaltig, gesund und einzigartig. Dafür stecken wir die Erfahrung aus zwei Generationen und über 50 Jahre Entwicklungsarbeit in alle unsere Brands“, sagt Geschäftsführer Ing. Alexander Lehner.

www.lehner-wool.com



Nachhaltige Geschenkideen und Ordnungssysteme von Werkhaus.

Ein großer Schritt für die Umwelt

Torten, Baufahrzeuge, Lokomotiven und Mondlandung – die umweltfreundlichen und praktischen Produkte von Werkhaus erscheinen in immer neuen Variationen und passen zu jedem Wohn- und Ordungsstil.

Immer mehr Menschen haben keine Lust mehr auf massenweise gefertigte Wegwerfprodukte, sie möchten Schönes kaufen, bei dem sie auch ein gutes Gewissen haben. Bei Werkhaus gibt es ausschließlich nachhaltig hergestellte Produkte – ökologisch, sozial und fair. Die farbenfrohen Wohn- und Büroaccessoires bestehen aus recyceltem Holz (MDF) und FSC-Papier und machen einfach gute Laune.

Ganz neu im Sortiment sind Stifteboxen und Zettelablagen in Form von Baufahrzeugen, die auch dem größten Chaos auf dem Schreibtisch den Garaus machen. Wer mehr auf Schienenverkehr steht, parkt vielleicht eine der neuen Dampf- und Diesellokomotiven

auf seinem Schreibtisch. Zum Jubiläum der Mondlandung vor 50 Jahren ist außerdem eine Produktserie mit dem bekannten Motiv der ersten Schritte auf dem Erdtrabanten entstanden.

Ein Klassiker sind die praktischen Ablagen und Organizer für Papiere, Visitenkarten und Büromaterialien, die sich seit Jahren großer Beliebtheit erfreuen. Ebenso nachhaltig wie die einzelnen Produkte sind die Verkaufsdisplays, die Werkhaus für einen großen Teil seiner Büroprodukte anbietet oder individuell nach Kundenwunsch fertigt. Anders als Aufsteller aus Pappe sind diese sehr stabil und langlebig.

Keine Idee, was für die Freundin, den großen Bruder oder die Großtante unter dem Weihnachtsbaum liegen soll? Ein Gutschein ist oft der letzte Notnagel. Richtig schön verpackt kann der auch etwas hermachen. Die neuen Werkhaus -Geschenkeboxen in Form von Tortenstückchen stellen eine hübsche Verpackung dafür da, können aber auch kleine Geschenke beherbergen.

Alle Produkte werden zusammengesetzt mit dem Original Werkhaus-Stecksystem: Stecken statt kleben oder schrauben. Die zugrunde liegende Idee ist so einfach wie genial: aus maßgefertigten Einzelteilen und Gummiringen entstehen innovative und solide Produkte, bewusst und ausschließlich im eigenen Werk in der Lüneburger Heide entwickelt sowie hergestellt. Mittlerweile sind es 170 Mitarbeiter aus verschiedensten Nationen, die bei Werkhaus verantwortungsbewusst, weltoffen und engagiert zusammenarbeiten.

www.werkhaus.de

www.werkhaus.de/reseller/

Zum Jubiläum der Mondlandung vor 50 Jahren ist eine Produktserie mit dem bekannten Motiv der ersten Schritte auf dem Mond entstanden.





Erstmals Blauer Engel für einen Textmarker

Der Textmarker Edding 24 EcoLine Highlighter hat das renommierte Umweltzeichen „Blauer Engel“ erhalten. Kappe und Schaft bestehen aus nachwachsenden Rohstoffen (90 Prozent), das Mundstück und Filterfasern aus recycelten Materialien (97 Prozent)

Der Textmarker Edding 24 EcoLine Highlighter hat das renommierte Umweltzeichen „Blauer Engel“ erhalten, das bedeutendste Umweltsiegel in Deutschland. Damit ist erstmals ein Marker mit dem Blauen Engel ausgezeichnet worden. Bereits Ende September fand die feierliche Übergabe der Urkunde im Bundesumweltministerium statt. Nur die Hersteller, denen Ressourcen-, Umwelt- und Gesundheitsschutz glaubhaft am Herzen liegen, werden mit dem Blauen Engel ausgezeichnet. Das Umweltzeichen genießt große Bekanntheit bei den Verbrauchern und beeinflusst die Kaufentscheidung für ein ausgezeichnetes Produkt laut Umweltbundesamt in hohem Maße.

„Wir freuen uns sehr über die hochkarätige Auszeichnung unseres Textmarkers und hoffen, dass wir mit dem Produkt einen Beitrag zur Ressourcenschonung leisten können“, kommentiert Per Ledermann, Vorstandsvorsitzender der Edding AG. Die Kennzeichnung erhalten nach strengster Prüfung nur Produkte, die im Vergleich zu anderen Produkten gleichen Nutzens umweltverträglicher sind. Ausschlaggebend für die Auszeichnung sind folgende Kriterien: eine ressourcenschonende und umweltfreundliche Herstellung, eine lange Nutzungsdauer, keine gesund-

heitsbelastenden Stoffe im Produkt, gute Recyclingfähigkeit und trotzdem die Funktion in hoher Qualität erfüllen.

Umweltgerechte Ausstattung von innen und außen

Die herausragenden, umweltfreundlichen Eigenschaften des Edding 24 EcoLine Highlighters haben die Jury überzeugt: Kappe und Schaft bestehen zu mindestens 90 Prozent aus nachwachsenden Rohstoffen, das Mundstück und die Filterfasern zu mindestens 97 Prozent aus recyceltem Material. Der Marker ist selbstverständlich nachfüllbar, wodurch die Lebensdauer erheblich verlängert werden kann. Auch die Verkaufsverpackungen werden den Anforderungen des Blauen Engel gerecht, denn sie bestehen vollständig aus Recyclingkarton. Zur Auswahl stehen fünf leuchtstarke Neonfarben für die Markierung von Texten und Notizen auf fast allen Papieroberflächen. Der Edding 24 ist Teil der Produktreihe „EcoLine“, zu der neben dem Textmarker auch Permanentmarker, Whiteboardmarker und Flipchartmarker gehören, die



zum überwiegenden Teil aus recyceltem Material bestehen.

Der Trend zu umweltfreundlichen Produkten geht weiter und zertifizierte Produkte, wie der Edding 24 EcoLine Highlighter, sind besonders überzeugend und punkten bei Kunden mit einem starken Vertrauensplus. Das Siegel wird zukünftig auf dem Marker, auf Verpackungen, am Point of Sale sowie auf allen verkaufsunterstützenden Materialien prominent zu sehen sein. Zudem wird es verschiedene Online-Aktivitäten, attraktive Sonderaktionen sowie neue Musterkarten geben

www.edding.de



www.blauer-engel.de/uz200

- ressourcenschonend und umweltfreundlich hergestellt
- lange Nutzungsdauer
- schadstoffarm



„Blauer Engel“ für den Breeze: Das Gehäuse wird aus recyceltem Post-Consumer Kunststoff hergestellt.



Erster „Blauer Engel“ für ein Schreibgerät

Schneider hat für den Tintenroller Breeze das bekannteste deutsche Umweltzeichen erhalten. Damit erfüllt der Schreibgerätehersteller die Richtlinien für den Blauen Engel. Das Gehäuse des Breeze wird aus recyceltem Post-Consumer Kunststoff hergestellt.

Bereits Mitte des vergangenen Jahres zeichnete die RAL gemeinnützige GmbH in Bonn Schneider Schreibgeräte für den Tintenroller Breeze mit dem „Blauen Engel“ aus. Dieses Umweltzeichen ist das älteste und bekannteste der Welt und bei Verbrauchern weitläufig bekannt. Die Kriterien für Schreibgeräte wurden erst im Januar 2016 veröffentlicht. Schneider war damit das erste Unternehmen, das die Richtlinien für den „Blauen Engel“ für Schreibgeräte erfüllt.

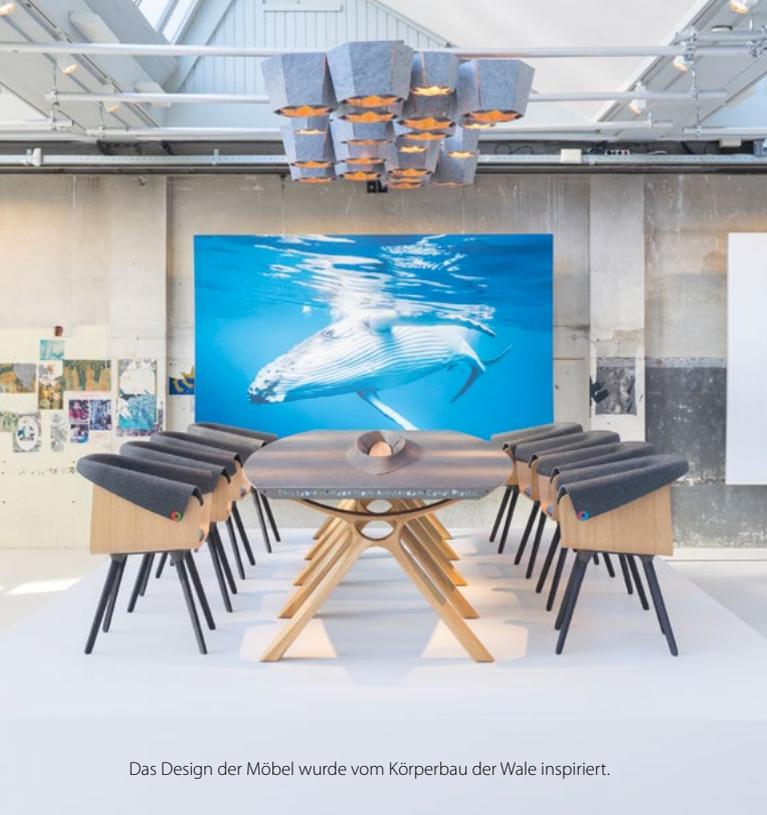
Das Gehäuse des Breeze wird aus recyceltem Post-Consumer Kunststoff hergestellt. Dieser stammt von Konsumgütern, welche nach dem Gebrauch dem Wertstoffstrom zurückgeführt werden. Die

Wiederverwertung von Kunststoffen schont Umwelt und Ressourcen. Und zudem kann Recycling so schön sein: die strahlend reinen Farben lassen es dem Breeze nicht anmerken, dass es sich um ein Produkt aus Recycling-Kunststoff handelt. Deshalb findet der Breeze in modischen Farben bei einer breiten Zielgruppe Gefallen.

Der Breeze zeichnet sich zudem durch ein cleveres Nachfüllsystem aus. Er ist mit einer Roller-Patrone ausgestattet, die sich unendlich oft auswechseln lässt. Die königsblaue Tinte ist löschbar. Eine weitere Reserve-Patrone findet im Gehäuse Platz. Mit jedem Patronenwechsel erhält der Tintenroller eine neue Spitze, was maßgeblich zur Le-

bensdauer des Stifts beiträgt. Für die Zertifizierung des „Blauen Engels“ werden die Produkte ganzheitlich betrachtet. So wurde auch die schadstofffreie wasserbasierte Tinte auf Unbedenklichkeit geprüft und die Verpackung aus Altpapier genau unter die Lupe genommen.

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



Das Design der Möbel wurde vom Körperbau der Wale inspiriert.



Müll wird Möbel

Der niederländische Büromöbelhersteller Vepa bietet auch in Deutschland Möbel an, die aus Plastik hergestellt wurden, das man aus den Amsterdamer Grachten gefischt hat. Kooperiert wird mit der Organisation Plastic Whale.

Aus Plastikmüll schaffen wir Wertstoffe“, erzählt Initiator Marius Smit, Gründer von Plastic Whale. „Jedes Jahr fischen wir zusammen mit tausenden Amsterdamer Bürgern Plastikmüll aus den Grachten. Mit diesem Material konnten bereits zehn Designboote hergestellt werden. Nutzen wir dieses Material für Büromöbel, können wir noch viel mehr bewirken. Schließlich gibt es viele Unternehmen, die bei der Ausstattung ihrer Büros Nachhaltigkeit beweisen und einen ökologischen Beitrag leisten können.“

Das holländische Ministerium für Infrastruktur und Wassermanagement sowie führende Unternehmen wie Vrumona, Nationale Nederlanden und DSM haben bereits als Projektpartner zugesagt. Möbelhersteller Vepa, niederländischer Vorreiter bei nachhaltigen Innovationen, übernimmt hierbei die technische Entwicklung, Produktion und den Vertrieb. „Für die Herstellung der Möbel verwenden wir PET-Flaschen, die Plastic Whale aus den Grachten fischt. Für die Stuhlgestelle kommen Stahlabfälle zum Einsatz. Auf dem Weg zur abfallfrei-

en Produktion sind wir schon weit fortgeschritten und verarbeiten in dieser Kollektion sogar Abfall von Dritten“, so Janwillem de Kam, Geschäftsführer von Vepa. „Die Herstellung findet in den Niederlanden unter der Regie von Vepa statt, damit können wir die Nachhaltigkeit garantieren. Das ist einzigartig.“ Außerdem erhalten Kunden von Vepa eine Vergütung, wenn sie ihre Möbel zurückbringen. So können wertvolle Rohstoffe in den Produktionsprozess zurückfließen und Abfall vermieden werden.

www.vepaprojekt.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

9. bis 11. März 2019

Cadeaux, Leipzig
www.cadeaux-leipzig.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, Dortmund
www.bueroring.de

20. bis 21. Mai 2019

Soennecken Impuls/Generalversammlung, Sylt
www.soennecken.de

21. Mai 2019

Ingram Micro Top, München
www.ingrammicro.de

25. bis 26. Mai 2019

Prisma-Fachtagung Süd, Freiburg
www.prisma.ag

29. bis 30. Juni 2019

Prisma-Fachtagung Nord, Münster
www.prisma.ag

6. bis 9. September 2019

IFA, Berlin
www.ifa-berlin.com

7. bis 9. September 2019

ILM Summer Styles, Offenbach
www.ilm-offenbach.de

6. bis 9. Oktober 2019

Insights-X, Nürnberg
www.insights-x.com

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

Vorschau März 2019

- Schreiben, Schenken und Dekorieren
- Ergonomie und Wellbeing
- Datenschutz und Aktenvernichter
- Innovationen und Lifestyle fürs Büro

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



schreib kultur

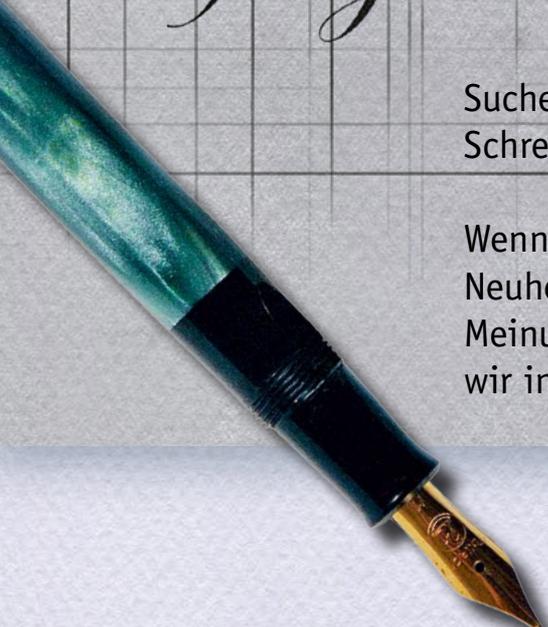
lifestylemagazin

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: _____

Wertig: Für Ihre
Geschäftskorrespondenz

Analog:
Für Ihre
Notizen

Nachhaltig:
Für Ihren
CSR-Bericht

Individuell:
Für Ihre
Visitenkarte

Emotional:
Für Ihre Grüße