

pbsreport.de | Oktober 2019

# pbsreport

magazin für büro & papeterie

## 12 | Händler des Monats

Kutscher & Gehr in  
Königsbrunn

## 16 | Insights-X

Hochkarätige  
Kontakte

## 20 | Messe Frankfurt

Coming home  
for business

## 26 | Trodat

Expertentreffen in der  
Stempelhauptstadt



## Neuer Pinselstift für trendbewusste Kreative

Die Stabilo Pen 68 Familie bekommt Zuwachs und wird noch kreativer. Der neue Pen 68 brush mit flexibler Pinselspitze ergänzt das Produktportfolio des Premium-Filzstiftes und macht schwungvolle Letterings und farbenfrohe Verzierungen einfach möglich. **Mehr darüber und weitere Neuheiten ab Seite 32.**

# **BIG BUYER**

24<sup>th</sup> edition

The International B2B  
Exhibition of Stationery,  
Office, BtS, Creativity  
and Gift items

Bologna - Italy  
**13.14.15**  
NOVEMBER 2019

[www.bigbuyer.info](http://www.bigbuyer.info)

## The Best International Brands and the Excellence of Made in Italy

- 2020 New Products Preview
- Qualified Buyers
- Addictive Conferences and Workshops
- Great discounts on Hotels and Travel
- Free entrance



Via Pordenone 13 - 20132 Milan (Italy) - T. +39 02.2158021  
[epieffe@epieffe.com](mailto:epieffe@epieffe.com) | [www.epieffe.com](http://www.epieffe.com)



# Jahresendspurt der PBS-Branche

**S**ocial Media ist der beste Freund eines jeden Networkers. Über die Kanäle wie Xing, LinkedIn, Facebook oder Twitter können Sie nicht nur die Bilder Ihres beruflichen Kontaktes sehen, sondern erhalten ebenso wichtige Informationen über Interessen und Lebensläufe. Zudem erlaubt Ihnen Social Media, sich bereits vor einem Event schnell und einfach mit wichtigen Kontakten aus der Branche zu vernetzen.

Ein solches Event fand erst kürzlich wieder statt: die Insights-X – die PBS-Expo – in Nürnberg. Vier Tage lang vom 9. bis 12. Oktober trafen sich Menschen aus Handel und Industrie zum kommunikativen Austausch, um die neuesten Produkte und Dienstleistungen anzubieten und natürlich, um Geschäfte abzuschließen. Haben Sie sich auch auf den Weg in die fränkische Metropole gemacht, um alte Bekannte und Ihre Businesskontakte zu treffen oder einfach nur, um wieder einmal etwas Branchenluft zu schnuppern.

Für viele Besucher der Insights-X, ob Aussteller oder Händler, war es nach dem zweiten heißen Sommer in Folge das erste Zusammentreffen mit Kollegen. Die Hitze und der Onlinehandel – beide setzen den Einzelhandel in den Innenstädten immer mehr unter Druck. Was lag da also näher, als nach dem letzten Umsatzrückschlag, gemeinsam „Wunden zu lecken“. Damit aber nicht genug! Wie wird es 2020 weitergehen? Wie reagieren wir auf politische und wirtschaftliche Einflüsse – die wir sowieso nicht steuern können? Am Ende gewann bei allen Beteiligten die Erkenntnis, den Blick doch besser nach vorne zu richten. Im besten Fall wolle der Eine oder Andere die eigene Konjunktur vor Ort im Laden bzw. in der Branche ankurbeln (schließlich ist Kreativität ja weiterhin ein Dauerthema).

Die Mehrheit meiner Gesprächspartner aus Handel und Industrie haben die Störfeuer aus der Politik sowie die noch unberechenbaren Kosten aufgrund des Klimapaketes auf dem Schirm. Doch von Resignation will niemand etwas wissen. Vielmehr werden die Ärmel hochgekrempt und der Bedarf der Verbraucher ausgelotet. Ob gewerblich oder privat orientiert, der Handel und die Lieferanten konzentrieren sich in den nächsten Wochen ganz auf den Jahresendspurt, um ein gutes Ergebnis für 2019 einzufahren.

Mit Blick auf den stationären Handel haben Verbraucher allerdings ihre Einstellung verändert: Früher erwarteten sie eine große Auswahl an Produkten. Heute sehen sie die physischen Läden als Orte, an denen sie Produkte und Marken erleben und zusätzliche Dienstleistungen in Anspruch nehmen können. Vom Einkauf im Laden erwarten Verbraucher, dass sie sich schnell und bequem orientieren können. Sie wünschen sich Verkaufspersonal, das die Produktpalette sehr gut kennt und erwarten unkomplizierte Bezahlmethoden.

„Das stationäre Geschäft wird auch im Jahr 2025 eine der wichtigsten Säulen der Kundenbindung im Einzelhandel bilden. Es wird sich jedoch weiterentwickeln – zum sozialen Treffpunkt und Showroom, in dem nicht alle möglichen Artikel in jeder Größe und Variante jederzeit auf Lager sein müssen“, analysierte Dr. Christian Wulff, Leiter des Bereichs Handel und Konsumgüter bei PwC Deutschland kürzlich in einer Studie, die von der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft erstellt wurde. Das deckt sich erfreulicherweise mit Entwicklungen in der PBS-Branche. Fazit: Handel ist Wandel, nie war es so wahr wie heute.

Viel Spaß beim Lesen dieser Ausgabe wünscht Ihnen



Pietro Giarrizzo,  
Redaktion PBS Report



Oktober  
2019

## 12 Händler des Monats

Kutscher & Gehr zeigt mit seinem aktuellen Umbau, wie es gelingen kann, den Kunden für das Einkaufen am eigenen Ort zu begeistern. Auf einer relativ kleinen Fläche wird das Sortiment ansprechend präsentiert und zudem ein dem Zeitgeist entsprechendes Erlebnis geboten.



## 26 Expertentreffen in der Stempelstadt

Mit „Trodat live“ gelang Trodat eine erfolgreiche Premiere. Über 70 Partnerfirmen aus den Regionen DACH/Benelux trafen sich in Wels, um über neue Ideen aus der Stempelwelt, Anwendungen und deren Vermarktung nachzudenken.

# Inhalt

## Editorial

- 3 Jahresendspurt der PBS-Branche

## Szene

- 7 Meldungen aus der Branche

## Handel und Forum

- 12 Händler des Monats – Kutscher & Gehr in Königsbrunn
- 16 Insights-X – Hochkarätige Kontakte
- 20 Messe Frankfurt – Messetrio mit Mehrwert „Coming home for business“
- 23 Paperworld – Facheinzelhändler profitieren als Insider
- 24 Sonja Hoffmann, Beratung im Einzelhandel, im Interview – Den Umsatz „anheizen“

## Unternehmen und Profile

- 26 Trodat – Expertentreffen in der Stempelhauptstadt
- 28 Grußkartenverlag KE – „Nachhaltig die Zukunft gestalten“

## Digital Business

- 30 Studie – Verbraucher wenden sich von Amazon ab
- 30 EHI – Stationäre Geschäfte prägen deutschen Handel

## Titel

- 32 Stabilo – Produkte für Trendsetter und Hobby-Künstler





## 28 Gut aufgestellt für die Zukunft

Der Grußkartenverlag KE hat sein Führungsteam erweitert – einher gehen damit verstärkte Kompetenzen und Vorteile für die Kunden. Mit dieser strategischen Entscheidung werden die Stärken weiter ausgebaut: Flexibilität und Innovationskraft.

## Schule und Freizeit

- 37 Undercover – Stilsicher und trendbewusst
- 38 Staedtler – Ein wahres Pastellparadies am Schreibtisch
- 40 Meori – Champion im Doppel
- 41 Thorca – Tragekomfort neu erleben

## Papeterie und Lifestyle

- 42 Online Schreibgeräte – Glänzende Kreationen
- 43 Perleberg – Mehrfach ausgezeichnet
- 44 Staedtler – Trachtenaccessoires zum Selbermachen
- 45 Folia – Dekorieren leicht gemacht
- 46 Lifestyle Scout – Aktuelle Trendprodukte

## Büro und Technik

- 48 Ideal – Idealer Datenschutz spart viel Geld
- 50 HSM – Vernichten statt wegwerfen
- 52 Balma, Capoduri & C. – Ein Hauch von Luxus
- 53 Durable – Effiziente Organisation ins Rollen bringen
- 54 Dauphin-Gruppe – Ganzheitlicher Ansatz
- 55 Flokk – Maßgeschneiderter Sitzkomfort
- 56 Styro – Leuchten mit Mehrwert
- 57 International Paper – Wissenswertes über alle HP Papiere

## Obligatorisches

- 58 Impressum



**Das Original unter den Alternativen!**

Mehr Informationen unter:

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

Toner

Druckerpatronen

Etiketten

Schriftbänder

G&G bietet alles aus einer Hand!



Schon über 200 Mio. Kunden weltweit

Riesige Produktpalette für tausende Geräte

Markenqualität zu kleinen Preisen

36 Monate Garantie

Anbieter:

G&G Image

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



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

**MAUL**



**STAEDTLER**



**LEITZ**



**NAVIGATOR**



**AMOS**  
Steupel & Schilder



**ONLINE**

Germany · since 1991



**sigel.**

Business with all senses.



**FABER-CASTELL**  
since 1761



**HORN**



**LAMY**

Design. Made in Germany.



**IDEAL**

pure air. pure life.



**Pentel**





### **Christoph Preitler leitet Österreichgeschäft bei Berberich**

Christoph Preitler trat am 1. Oktober seinen Dienst bei der Berberich Papier Ges.m.b.H. an. Als Nachfolger übernimmt Preitler ab Januar 2020 die Geschäftsführung von Harald von Hinüber, der innerhalb des Unternehmens andere Aufgaben übernimmt.

Der 49-Jährige ist bei dem österreichischen Tochterunternehmen der Carl Berberich GmbH kein Unbekannter. Vor neun Jahren war der aus der Steiermark stammende Manager bereits für das Österreichgeschäft von Berberich verantwortlich. Christoph Preitler, der seit rund 30 Jahren in der Papierbranche tätig ist, stellte seine Expertise in verschiedenen Führungspositionen unter Beweis.

Fachkreise schätzen sowohl seine langjährige Erfahrung im internationalen Papiergroßhandel, insbesondere seine Kenntnisse in den zentral- und osteuropäischen Absatzgebieten, als auch seine tiefgreifenden Kenntnisse des heimischen Marktes. Des Weiteren fungiert der ausgebildete Papiertechniker als Wissensvermittler, der sich in zahlreichen Lehrverpflichtungen im Papiererzeugungsbereich einen Namen erarbeitet hat.

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

### **Dr. Norman Goldberg übernimmt Tesa-Vorstandsvorsitz**

Dr. Norman Goldberg wird ab dem 1. Januar 2020 das Amt des Vorsitzenden des Vorstands der Tesa SE übernehmen und tritt die Nachfolge von Dr. Robert Gereke an, der zum 31. Dezember 2019 in den Ruhestand geht.

Dr. Ulrich Schmidt, Vorsitzender des Tesa Aufsichtsrates: „Dr. Robert Gereke hat die erfolgreiche Entwicklung von Tesa über viele Jahre wesentlich mitgestaltet. Dafür danke ich ihm im Namen des Aufsichtsrates herzlich und wünsche ihm alles Gute für den neuen Lebensabschnitt.“

Der designierte Vorstandsvorsitzende Dr. Norman Goldberg ist seit Januar 2017 Mitglied des Vorstands der Tesa SE und dort für das Ressort Direct Industries verantwortlich. Zuvor war er Geschäftsführer und Co-CEO bei der Lohmann GmbH & Co. KG. Der promovierte Chemiker forschte und lehrte zunächst an den Universitäten Cornell, USA, und TU Braunschweig. Seine industrielle Karriere begann er 2000 bei der Henkel KGaA & Co. KG in Düsseldorf, wo er verschiedene Management-Positionen in Vertrieb und Marketing sowie der globalen Forschung und Entwicklung innehatte. Unter anderem arbeitete er 2003 als General Manager Henkel Technologies in Asien, 2005 als Regionalleiter Süd-Ost-Asien und da-



nach in verschiedenen globalen Management-Positionen im Bereich der Industrieklebstoffe.

### **Angela Cackovich verantwortet Direktgeschäft der Tesa SE**

Ebenfalls ab dem 1. Januar 2020 hat der Aufsichtsrat Angela Cackovich in den Vorstand bestellt. Sie verantwortet in dieser Position zukünftig das industrielle Direktgeschäft der Tesa SE.

Angela Cackovich ist seit 2011 bei der Henkel KGaA & Co. KG in verschiedenen globalen Management-Positionen tätig. Unter anderem verantwortete sie das Geschäft mit Klebstoffen für die Automobil- und die Luftfahrtindustrie in Europa, den USA und Lateinamerika sowie das weltweite Geschäft mit Klebstoffen für Bauindustrie und Handwerk. Cackovich studierte an der Fresenius Hochschule Chemieingenieurwesen und erwarb zudem einen Abschluss in Business Administration und Finance. Ihre berufliche Karriere startete sie 1990 bei der Hoechst AG in Frankfurt. Es schlossen sich leitende Management-Positionen in Vertrieb, Marketing und Geschäftsführung bei drei renommierten Unternehmen der Chemiebranche, Dow Corning, Rohm & Haas sowie Celanese, an.

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



Römerturm Pressekonferenz:  
Wolfgang Stemmer und  
Harald Glöckler.  
Foto © Römerturm

### Römerturm

## Kooperationsstart mit Harald Glöckler

Im Gaga-Club auf dem Hamburger Kiez stand am 8. Oktober alles im Zeichen von „POMPÖÖS“: Der Feinst- und Künstlerpapierspezialist Römerturm stellte mit dem bekannten Modedesigner und Unternehmer Harald Glöckler erstmals die gemeinsame neue Papierkollektion vor.

Nach einem glamourösen Entrée von Harald Glöckler, extravaganter Willkommens-Drinks und einer lockeren Begrüßungsrunde, moderiert von Römerturmgeschäftsführer Wolfgang Stemmer, ging es in die heiße Phase: Besucher und Interessenten konnten die glänzenden Papierprodukte – darunter Grußkarten, Boxen und Notizbücher – in Augenschein nehmen. Darüber hinaus standen sowohl Wolfgang Stemmer als auch Harald Glöckler für persönliche Gespräche und Fotos zur Verfügung.

Alle Produkte der Kollektion sind in sechs verschiedenen Designs verfügbar: Mit goldener Krone, dem bekannten Schriftzug „POMPÖÖS“ von Harald Glöckler, im Leopardmuster oder gestaltet mit den aufmerksamkeitsstarken Papieren von Makula: Ebony Tiger, Snow Tiger und Gold Tiger. In Verbindung mit edlen Accessoires sprühen die

Produkte nur so vor Glanz und Glamour.

Wolfgang Stemmer zeigte sich mit der Veranstaltung und der Design-Kooperation sehr zufrieden: „Mit Harald Glöckler haben wir einen absolut erfahrenen und erstklassigen Designer für die Veredelung unserer Produkte gefunden. In ihnen können wir die Kompetenzen von Römerturm und Harald Glöckler auf hervorragende Weise vereinen. Und sie sind ein ideales Aushängeschild für unseren neuen Online-Shop ‚Paperlounge by Römerturm!‘ Man freue sich zudem über die positive Resonanz zum Event und arbeite bereits an weiteren, kreativen Produktüberraschungen.“

Harald Glöckler sieht in den gemeinsamen Papierdesigns ebenfalls den glänzenden Ausdruck der eigenen Persönlichkeit: „In Zeiten wo Traditionen, Stil und Klasse mehr und mehr in den Hintergrund treten, sticht man mit einem edel luxuriösen Lebensstil garantiert aus der grauen Masse hervor. Mit ‚POMPÖÖS by Römerturm‘ bieten wir Ihnen edle Lifestyle Papierprodukte, welche Ihnen Aufmerksamkeit und geradezu magische Ausdruckskraft verleihen.“

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

### Fellowes

## Classicom NV übernommen

Fellowes Brands erweitert sein Angebot in der Kategorie Archivierung und Organisation mit der Übernahme des belgischen Privatunternehmens Classicom NV. Das Produktsortiment der Marke Bankers Box wird in diesem Zuge um eine breite Palette an Produktlösungen für die Dokumentenarchivierung, Lagerung und Büroorganisation ergänzt.

Guido Venverloo, Sales Manager Fellowes Benelux, kommentiert: „Ich freue mich, dass wir diese Akquisition getätigt haben und danke dem bisherigen Inhaber Dirk Coopman für seine Unterstützung während dieses Prozesses. Diese strategische Akquisition unterstreicht unser Engagement für die Weiterentwicklung der Kategorie Archivierung und Organisation unter der Marke Bankers Box und wird es uns ermöglichen, neue Produkte in das Portfolio aufzunehmen und unseren geschätzten Kunden zukünftige Wachstumsperspektiven zu bieten.“ Dirk Coopman: „Ich freue mich über die Zusammenarbeit mit Fellowes Brands zur Sicherung der Zukunft des Unternehmens Classicom.“

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



Dirk Coopman, Classicom, und Jan Jansgers, Fellowes Benelux (v.l.)



Neue Geschäftsführung  
(von links): Martin Tewes,  
Frank Weithase, Hugo Rua,  
Thomas Schimanowski.

### Papier Union/Papyrus

## Geschäftsführung formiert sich neu

Mit einem neu formierten einheitlichen Geschäftsführungsteam bringen sich die Papier Union und Papyrus Deutschland unter dem Dach der Inapa-Gruppe, Portugal, für die zukünftige Zusammenführung beider Unternehmen in Position. Chief Executive Officer (CEO) beider Unternehmen wird Thomas Schimanowski (61), der bereits seit 2012 Mitglied der Geschäftsführung bei der Papier Union ist. Frank Weithase (48), seit 2013 Geschäftsführer von

Papyrus Deutschland, verantwortet zukünftig in dieser Position die Bereiche Supply Chain und IT auch bei der Papier Union. Martin Tewes (44), Geschäftsführer bei der Papier Union seit Januar 2019, wird in beiden Unternehmen zukünftig die Resorts Sales und Marketing als Geschäftsführer leiten.

Neu in die Geschäftsführung von Papier Union und Papyrus Deutschland tritt Hugo Rua (39) ein. Rua war

zuletzt bei Inapa in Lissabon für das Inapa Group Strategic Development, Investor Relations und Controlling verantwortlich. In den deutschen Unternehmen steuert er zukünftig als Chief Financial Officer (CFO) den Bereich Finanzen und Investor Relations.

Der Inapa Group CEO, Diogo Rezende (52), und die Inapa Group CFO, Inês Louro (45), werden ebenfalls in beiden Unternehmen als Geschäftsführer eingetragen. Am 31. Juli hat die Inapa IPG SA, Portugal, die Übernahme der Papyrus Deutschland GmbH & Co. KG von der OptiGroup AB, Schweden, abgeschlossen.

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

### Pilot Pen

## Günther übernimmt Geschäftsführung

Andrea Günther hat zum 1. September die Geschäftsführung der Pilot Pen (Deutschland) GmbH übernommen und verantwortet somit die eigenständigen Niederlassungen in Deutschland und Österreich.

Die Diplom-Volkswirtin bringt langjährige Führungserfahrung aus dem internationalen Konzern Unilever mit, wo sie zuletzt als Sales Director tätig war. 2002 begann sie ihre Karriere bei Unilever mit

Schwerpunkt Finance und verantwortete neun Jahre unterschiedliche Kundengruppen und Produktkategorien. Im Anschluss wechselte sie in den Bereich Sales, wo sie verschiedene funktions- und kategorieübergreifende Führungspositionen inne hatte. Zu den Kernkompetenzen der neuen Geschäftsführerin gehören fundierte Erfahrung in diversen Controlling-Funktionen, Geschäftssteuerung sowie Prozess- und Organisationsentwicklung.

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



## Sortiment das überzeugt!

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

### Etikettierlösung fürs Büro

Der LabelWriter Duo von DYMO druckt Adressetiketten, Lieferetiketten u.v.m. mit einer Geschwindigkeit von bis zu 71 Etiketten pro Minute.



#### Dymo LabelWriter 450 Duo

- Thermodruck-Technologie
- Druckt direkt aus Office-Programmen
- 600 x 300 dpi Auflösung

**HEK 136,23 €**

Bestell-Nr. 419279 (S0838920)



Dymo Adress-Etiketten groß  
36 x 89 mm, weiß, 2x 260 St. 99012

Bestell-Nr. 123438 (S0722400)  
**HEK 15,83 €**

Dymo LabelWriter Print Server für  
gemeinsame Nutzung im Büro

Bestell-Nr. 522389 (S09229080)  
**HEK 81,92 €**



DIGITAL IMAGING

TV & AUDIO

COMPUTER & CO

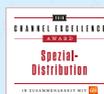
STORAGE

HOME & LIVING

DIGITAL SIGNAGE

Bestellung und Beratung unter Tel. 0931 9708 496

dexxIT GmbH & Co. KG | Alfred-Nobel-Str. 6 | 97080 Würzburg, Preis Stand 01.10.2019. Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzl. MwSt. Es gelten die Zahlungs- und Lieferbedingungen der dexxIT GmbH & Co. KG



Schreibfant

## Papier Buschmann übernimmt Laden

Zum 1. Januar 2020 übernimmt die Papier Puschmann GmbH & Co. KG das Ladengeschäft Bertz mit dem gesamten Ladenteam in der Göppinger Innenstadt. Die Bertz GmbH unter der Leitung von Stefanie Kremer konzentriert sich zukünftig auf ihre beiden Geschäftsfelder „Vertrieb von Bürobedarf an gewerbliche Kunden“ und „Das gesunde Büro – Büroeinrichtung und Dienstleistungen für ein gesundes Leben im Büro“.

Am neuen gut erreichbaren Standort in der Siemensstraße in Göppingen entstand eine 200 Quadratmeter große gelebte Büromöbelausstellung, in der Lösungen für eine gesundheitsförderliche und zukunftsorientierte Büroeinrichtung aufgezeigt werden. Ebenfalls von dort aus werden auch weiterhin die gewerblichen Kunden des Hauses über einen modernen Onlineshop mit Bürobedarf im allerweitesten Sinne beliefert.

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

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



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

Office easy Blog ...  
[www.office-easy.eu](http://www.office-easy.eu)



Nordstil: Gourmet-Bereich wird erweitert.

Messe Frankfurt

## Nordstil bietet mehr für Gourmets

Die Winterausgabe der Nordstil sticht vom 11. bis 13. Januar 2020 mit über 900 Ausstellern in See. Gute Nachrichten gibt es auch für alle Feinschmecker an Bord: Der Gourmet-Bereich wird erstmalig um die Halle B2.1 erweitert. Der Norden – der Ort klingt schon so, wie sich Urlaub am Meer anfühlt: nach salziger Luft und einer kühlen Brise. Für Einkäufer ist die Region aber noch viel mehr als ein Sehnsuchtsort. Denn die Nordstil öffnet 2020 bereits zum dreizehnten Mal ihre Pforten. In diesem Winter kommen mehr als 900 Aussteller insbesondere aus Deutschland, den Niederlanden und Skandinavien zusammen, um ihre Produktneuheiten rund um die Bereiche Haus & Garten, Stil & Design, Geschenke & Papete-

rie sowie Schmuck & Mode zu präsentieren. Neu in der kommenden Winterausgabe ist die Erweiterung der Produktgruppe Haus & Garten um eine zweite Gourmet-Etage: Im oberen Stockwerk der Halle B2 tauchen Besucher in die Welt der kulinarischen Delikatessen ein. Durch den Ausbau des Areals haben Einkäufer eine noch größere Auswahl an Gourmet-Produkten für ihr Zusatzsortiment – von individualisierbaren Süßwaren bis hin zu hochwertigen Ölen. „Auch kleine Anpassungen tragen maßgeblich dazu bei, dass neue und alte Aussteller mit neuen und alten Besuchern zusammengeführt werden. Das zeigt auch und gerade die Zufriedenheit unserer Aussteller“, sagt Binu Thomas, Leiter Nordstil.

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

Erwig + Herkt

## Großhändler stellt Geschäftsbetrieb ein

Volker Herkt, der seit 1981 die Geschicke von erwig+herkt in Osnabrück leitet, wird kommenden Jahr 75 Jahre alt und hat sich entschieden, das Unternehmen zu verlassen, um mehr Zeit mit seiner Frau und seiner Familie zu verbringen. Da sein Sohn es nicht weiterführen möchte, wird der Geschäftsbetrieb Ende März 2020 eingestellt. Der Außendienst und die Kundenbetreuung werden von Beckhöfer+Huhn übernommen. Beide Unternehmen arbeiten schon seit längerer Zeit eng zusammen und kooperieren in der paperCompetence. Volker Herkt betont: „Bis Ende März 2020 wird sich bei uns nichts ändern. Vom 16. bis 20. Februar findet wie-

der unsere große Hausmesse mit Lieferantenteilnahme statt und wir zeigen die Neuheiten für Frühjahr 2020. Wir möchten diese Messe nutzen, um uns von unseren Kunden zu verabschieden und uns für die zum Teil jahrzehntelange Zusammenarbeit zu bedanken. Auch für unsere Lieferanten wird sich bis dahin nichts ändern. Es war uns sehr wichtig, unsere Kunden, Lieferanten und Geschäftspartner so früh wie möglich über die Einigung mit der Firma Beckhöfer+Huhn zu informieren. Wir glauben, dass es nicht nur für unsere Kunden und Lieferanten, sondern auch für den PBS Großhandel eine gute Lösung ist.“

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

Soennecken eG

## Tech Data ist neuer Vertragslieferant

Die Soennecken eG gewinnt Tech Data als strategischen Partner und Vertragslieferanten. Das Unternehmen ist einer der weltweit größten Technologie-Distributoren.

Tech Data ist Vertriebspartner von Unternehmen wie HP, Apple, Cisco, Microsoft und rund 200 weiteren. Mit einem Spektrum an technischen und geschäftlichen Unterstützungsleistungen sieht sich das Unternehmen als aktives Bindeglied im Technologie-Ökosystem zwischen Herstellern von Technologie auf der einen und Anwendern, Beratern oder Weiterverkäufern auf der anderen Seite.



Christof Rösch,  
Geschäftsfeldleiter  
Drucken + Kopieren der  
Soennecken eG.

Soennecken-Mitglieder profitieren von fachkundiger Beratung und Services, die das gesamte Technologiespektrum abdecken und werden somit noch besser aufgestellt für die sich wandelnden Anforderungen des Technologiemarktes. Tech Data wird die Soennecken-Mitglieder zertifizieren, schulen und instruieren und bei der Konfiguration, Installation und Finanzierung der Einkäufe unterstützen.

„Unser End-to-End-Portfolio an Produkten, Services und Lösungen, unsere hochspezialisierten Kompetenzen und unser Know-how in Next Generation Technologien ermöglichen es unseren Vertriebspartnern, die Produkte und Lösungen auf den Markt zu bringen, die die Welt braucht, um zu verbinden und sich weiterzuentwickeln“, sagt Henning Rieger, Business Unit Director Printer & Supplies der Tech Data.

Im Rahmen der strategischen Zusammenarbeit mit Soennecken liegt ein Schwerpunkt auf der Planung und Durchführung von Aktivitäten zur ökologischen und sozi-



Henning Rieger, Business  
Unit Director Printer &  
Supplies der Tech Data.

alen Nachhaltigkeit. Hierbei werden Soennecken und die Mitglieder mit konkreten Aktionen, zum Beispiel der Gestaltung des Sortiments und Promotions bzw. der Optimierung der Supply Chain unterstützt werden.

„Wir sind froh, mit der Tech Data einen strategisch sehr wichtigen Lieferanten gewonnen zu haben“, sagt Christof Rösch, Geschäftsfeldleiter Drucken + Kopieren der Soennecken eG. „Unsere Mitglieder befinden sich auf dem Weg, neue Geschäftsfelder im IT-Umfeld zu entwickeln. Mit dieser neuen Kooperation werden wir dem Anspruch gerecht, unseren angeschlossenen Häusern einen leistungsfähigen und sehr breit aufgestellten Partner an die Hand zu geben.“ Tech Data werde nicht nur eine Bezugsquelle für IT Equipment sein, sondern auch Impuls- und Ideengeber für neue Themen im IT-Umfeld.

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

Stellenanzeige

### Gebietsverkaufsleiter für unsere Filialen im Großraum München (m/w/d)

#### Aufgaben:

Betreuung der Filialen, Verkaufsanregungen, Berichte an Geschäftsleitung

#### Anforderungen:

Teamfähigkeit, PBS-/Tabak-Kenntnisse, betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse, Führerschein für PKW

Bei Interesse bitte schriftlich melden bei:



Handelsberatung Steffens  
Heketweg 14 • 52223 Stolberg

Telefon 02402 / 7664313

E-Mail: [kontakt@handelsberatung-steffens.de](mailto:kontakt@handelsberatung-steffens.de)

### Assistenz der Geschäftsleitung Großraum Münchenn (m/w/d)

#### Aufgaben:

Unterstützung der Geschäftsleitung in allen betriebswirtschaftlichen und verkaufsorientierten Fragen. Selbstständige Umsetzung von Konzepten

#### Anforderungen:

Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse, verkaufsorientiert, Handelserfahrung, strategie- und konzeptsticher

Bei Interesse bitte schriftlich melden bei:



Handelsberatung Steffens  
Heketweg 14 • 52223 Stolberg

Telefon 02402 / 7664313

E-Mail: [kontakt@handelsberatung-steffens.de](mailto:kontakt@handelsberatung-steffens.de)



Die speziell entworfene Schreibwand bildet den neuen Blickfang.

**HÄNDLER  
DES MONATS**



**Vorher:** Das Geschäft wirkt in die Jahre gekommen und unübersichtlich.



**Nachher:** Das Geschäft zeigt sich modern und transparent. Durch die übersichtliche Struktur finden sich „neue“ und „alte“ Kunden zurecht.

## Shoppertainment schafft Begeisterung und Sympathie

Kutscher & Gehr zeigt mit seinem aktuellen Umbau, wie es gelingen kann, den Kunden für das Einkaufen am eigenen Ort zu begeistern. Auf einer relativ kleinen Fläche wird das Sortiment ansprechend präsentiert und zudem ein dem Zeitgeist entsprechendes Erlebnis geboten.

Die Stadt Königsbrunn liegt zwölf Kilometer südlich von Augsburg und 75 Kilometer von München entfernt. Viele junge Familien, denen die Großstadt zu teuer wird, haben sich hier neu angesiedelt. Mit ihren schönen Seen und der Königsbrunner Heide bietet die Stadt ihren 29400 Einwohnern einen hohen Freizeitwert.

Die Ausgangssituation ist ein 20 Jahre altes Geschäft, dessen Sorti-

mente im Laufe der Zeit immer zahlreicher wurden, was die Übersichtlichkeit nicht gerade gefördert hat. Die Einrichtung war längst überholt und die Kunden kamen, wenn Sie konkret etwas gebraucht haben.

Geschäftsführer Martin Gehr wollte eine Neuausrichtung, die das Geschäft für die Zukunft fit macht und damit den Fortbestand sicherstellt. Die Herausforderungen, vor-

denen er und sein Team standen waren: herauszufinden, für wen man eigentlich attraktiv sein möchte und muss, von welchen Artikeln bzw. Sortimenten man sich trennen darf und durch welche neuen Sortimente man dem Ganzen neuen Schwung gibt. Dazu Martin Gehr: „Eine Neuausrichtung aus dem laufenden Betrieb ist selbst kaum leistbar, denn man hat seine Prozesse, seine lieb gewonnenen Lieferanten und ein-



Viel zeigen auf kleinem Raum erfordert eine schlüssige Sortimentsaufteilung und eine wegweisende Auswahl an Farben und Materialien.



Ein schönes Geschäft freut nicht nur die Kunden, auch die Mitarbeiter sind stolz.



fach überhaupt keine Zeit. Desweiteren weiß man zwar, dass man etwas tun muss, aber nicht wie. Wir sind nun mal keine Experten für Ladengestaltung – daher habe ich mir mit Sonja Hoffmann professionelle Hilfe geholt. Sie hat den ganzen Umbau auf ein durchdachtes Fundament gestellt und begleitet, so dass wir uns auf das für uns Wesentliche konzentrieren konnten.“

Die von Martin Gehr beauftragte Handels-Expertin Sonja Hoffmann hatte genau die Lösung für seine Anforderungen. Sie analysierte zunächst alle relevanten Standort-Faktoren mittels einer Kundenumfrage, um ein Bild bezüglich der Kundenstruktur und der Kunden-

wünsche zu erhalten. Auf dieser Basis entstanden erste Ideen bezüglich Gestaltung, neuer Sortimente und Warenpräsentation. Dazu Martin Gehr: „Das ist mir ein besonderes Anliegen – ich möchte und muss natürlich neue Zielgruppen erschließen, aber die Kunden, die uns jahrelang die Treue gehalten haben, sollen sich ebenfalls wohlfühlen.“ Als nächster Schritt erfolgte eine Sortimentsplanung auf Basis von Flächenberechnungen mit dem Ergebnis, dass Sortimentsgrößen verändert wurden und somit Platz geschaffen wurde für neue Sortimente.

Während der kompletten Planung waren die Mitarbeiter in den Pla-

nungsprozess aktiv involviert. „Dies ist mir sehr wichtig, denn am Ende ist eine Identifikation der Mitarbeiter mit dem neuen Laden absolut essentiell. Das Projekt profitiert vom Wissen der Mitarbeiter und ermöglicht es ihnen, Teil der Veränderung zu sein und sich somit besser darauf einzustellen“, sagt Sonja Hoffmann.

Wer vom Kunden „neu“ entdeckt werden will, muss sich komplett neu zeigen. Die Ladenplanung verfolgte das klare Ziel, dem Kunden mehr zu sein als ein Nahversorger. Es wird schwer möglich sein, in einer Kleinstadt ein Großstadtsortiment zu führen. Präsentiert man sich jedoch in einem erfrischenden Ambiente, gibt



Hier finden die Kunden jetzt auch Bücher, Taschen, hochwertige Papeterie und Lifestyleartikel.

man dem Kunden den Anlass, erstmal vor Ort zu schauen, was es gibt. „Wir bieten den Königsbrunnern das umfassende Sortiment eines PBS-Fachhändlers und decken den Bedarf im Bereich Künstlerbedarf und Hobby. Darüber hinaus führen wir speziell ausgewählte Bücher, Taschen, kleine Geschenke für Kinder und Lifestyleprodukte“, sagt Martin Gehr und fügt hinzu: „Ich glaube aber, dass die Präsentation noch entscheidender ist.“

Der Umbau erfolgte auf Basis der Analysen, die bereits für die Sortimentsplanung herangezogen wurden. Dabei setzt Kutscher & Gehr auf eine klare Struktur und den Mix aus Standardmöbeln wie zum Beispiel Tegometall an Stellen, die eher bedarfsorientiert sind und auf speziell gestaltete Möbel, wo die emotionale Präsentation eine Rolle spielt. Den neuen Blickfang des Geschäfts bildet jetzt die von Sonja Hoffmann speziell für Königsbrunn entworfene Schreib-

wand. Die, um das vorgegebene Budget einzuhalten, aus Standard-elementen besteht und in Teilen von Büromöbel-Herstellern in Kombination mit einem Ladenbauer gebaut wurde. Abgerundet wird das rundum gelungene Geschäft von individuellen Möbeln und liebevollen Details.

„Die Kunden sind begeistert! Bei unserer Eröffnungsfeier haben wir oft gehört, dass das Geschäft so auch in Augsburg oder München stehen könnte“, freuen sich die Mit-

arbeiterinnen. Obwohl wir jetzt mehr freie Flächen haben, haben wir ein vielfältigeres Sortiment, das sehr gut angenommen wird.“ Die Auswahl der Sortimente wurde strikt nach den Gesichtspunkten der Flächenproduktivität und der Relevanz für die gewünschten Zielgruppen ausgewählt. Kutscher & Gehr in Königsbrunn macht vor, wie es gelingen kann, mit planvollem und professionellem Vorgehen sein Geschäft kostengünstig attraktiv umzubauen.

[www.kutscher-gehr.de](http://www.kutscher-gehr.de)

#### Unternehmensangaben

**Firmenname:** Kutscher + Gehr GmbH & Co.KG

**Geschäftsführung:** Martin Gehr

**Standorte:** Augsburg, Königsbrunn, Landsberg am Lech und Kempten

**Gründung:** 1895

**Angebot:** PBS-Sortiment, Buch, Büroeinrichtung, Kopier- und Drucktechnik

**Verbreitungsgebiet:** überregional

**Internet:** [www.kutscher-gehr.de](http://www.kutscher-gehr.de)

**E-Mail:** [info@kug.de](mailto:info@kug.de)

# Zertifizierter Fachberater PBS

## – Produkte kennen und verkaufen

Warenkunde und Verkaufstraining für Laden und Strecke  
Online lernen und an vier Praxistagen gemeinsam vertiefen  
Produktwissen anhand konkreter Verkaufssituationen mit echten Produkten  
Überzeugungskraft und Souveränität im Verkauf

### Weitere Infos unter:

Tel. 0221/9 40 83 30

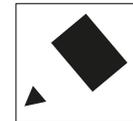
[hbs@wohnenundbuero.de](mailto:hbs@wohnenundbuero.de)

[www.fachberater-pbs.de](http://www.fachberater-pbs.de)



**HBS**  
Handelsverband  
Büro und Schreibkultur

Zertifizierter  
Fachberater  
**PBS**  
Papier - Büro - Schreibwaren



Neuer Kurs 2020 in Köln  
Kurszeitraum: Januar - November 2020





## Hochkarätige Kontakte

Die fünfte Insights-X, die vom 9. bis zum 12. Oktober in Nürnberg stattfand, hat das einzigartige Konzept der PBS-Expo einmal mehr unterstrichen. 5 669 Fachbesucher aus 85 Ländern kamen ins Messezentrum, was einem Plus von drei Prozent entspricht.

**E**benfalls eine Steigerung verzeichnete die Messe bei den Ausstellern: In diesem Jahr kamen 321 aus 41 Ländern, die den Händlern und Einkäufern ihre Trends und Neuheiten rund um die Bereiche Büro, Schule und Hobby präsentierten. Großen Anklang fanden darüber hinaus die bewährten und erweiterten Aktionen von teil-

nehmenden Firmen und dem Veranstalter, der Spielwarenmesse eG.

„Wir haben mit der Insights-X von Anfang an auf eine hochwertige Ausrichtung und einzigartige Atmosphäre gesetzt. Das stabile Ergebnis und die Qualität der Besucher bestärken die erfolgreiche Positionierung unserer Markenmes-

se“, erläutert Ernst Kick, Vorstandsvorsitzender der Spielwarenmesse eG. Der Auslandsanteil von 56 Prozent auf Aussteller- und 43 Prozent auf Besucherseite belegt, dass die Markenmesse auch international gut angekommen ist. So findet z.B. Sachiko Kazashi von der japanischen Firma Platinum Pen Co. die Insights-X „stylish“ und „anspruch-



Abb. v.l.: Axel Kaldenhoven (Aufsichtsratsvorsitzender Spielwarenmesse eG), Dr. Hans-Juergen Richter (Vorstand Spielwarenmesse eG), Ernst Kick (Vorstandsvorsitzender Spielwarenmesse eG), Jens Pflüger (Director IT & Finance Spielwarenmesse eG), Christian Ulrich (Director Marketing Spielwarenmesse eG), Florian Hess (Director Fair Management Spielwarenmesse eG).

voll" zugleich. Namhafte Unternehmen und innovative Startups bildeten die Vielfalt der Branche in sechs Produktgruppen ab: Schreibgeräte und Zubehör, Papier und Registratur, Künstlerisch und Kreativ, Rund um den Schreibtisch, Taschen und Accessoires sowie Papeterie und Schenken. Zu den Neuausstellern zählten bekannte deutsche Unternehmen wie Marabu und Jakob Maul oder der schwedische Hersteller NPA Nordiskt Papper. Für Market Development Manager Mariangelles Bravo war die Premiere vielversprechend: „Wir haben unser Vertriebsziel erreicht, in den deutschen

Markt zu expandieren. Verläuft das Nachmessegeschäft erfolgreich, werden wir mit hoher Wahrscheinlichkeit auch nächstes Jahr wieder teilnehmen.“

#### Bestätigung des Konzepts

Die Aussteller der Insights-X würdigen vor allem den richtigen Zeitpunkt. „Es ist der perfekte Moment für Back-to-School-Produkte und daher wichtig dabei zu sein“, unterstreicht Gijs Verhaak, Director von Sima Europe aus Holland, den entscheidenden Aspekt. Allein 70 Unternehmen sind seit der ersten Stunde ohne Unterbrechung auf der

## Erhalten Sie eine neue Druckqualität!

Kostengünstige Ausdrücke zu Hause, detaillierte, farbenprächtige Bilder oder ausgezeichnete Firmenpräsentationen? Gleich welches Dokument Sie drucken möchten, die neue Linie der HP Papers, erhältlich in sechs Varianten, die auf unterschiedliche Bedürfnisse zugeschnitten sind, sichert Ihnen immer die höchste Qualität.

**NEU**



**GOOD**



**BETTER**



**BEST**

100 %ige Leistungsgarantie



HP Papers



HP-Tintens/Toner



HP-Drucker

Wir entwickeln unsere Papiere, Drucker und Tinten/Toner so, dass sie gemeinsam beste Leistung erbringen.



[www.hdedp.eu](http://www.hdedp.eu)



Messe vertreten und wurden auf der fünften Veranstaltung mit einem Award geehrt. So auch das Team von Colibri System, das diesmal seine Ausstellungsfläche fast verdoppelte. „Die Insights-X ist unsere Hauptmesse und wird für uns international immer wichtiger“, meint Managing Director Alexander Brandt.

Dabei lobt der Großteil der Aussteller die Qualität der Besucher. „Die Insights-X ermöglicht eine Vielzahl hochkarätiger Kontakte“, sagt Jürgen Zöttl vom gleichnamigen Unternehmen. Neben der Anbahnung neuer Geschäftsverbindungen gilt die Vorstellung von Neuheiten als bedeutendes Messeziel. „Für uns ist die Plattform ideal, um neue Produkt- und Vertriebskonzepte zu präsentieren und Handelspartnern Impulse zu geben“, findet Faber-Castell Vorstand Rolf Schifferens. Ein positives Messefazit zieht auch Daniel Buchholzer, Chief

Operations Officer des französischen Unternehmens ExaClair: „Wir sind mit unserer Teilnahme sehr zufrieden. Die Insights-X überzeugt mit ihrer lockeren Atmosphäre, in der wir mit unseren Kunden entspannte Gespräche führen können.“ Fachhändlerin Lilja Gerber, die aus dem hohen Norden Deutschlands angereist ist, weiß die persönliche Beratung zu schätzen: „Auf der Insights-X wird man individuell wahrgenommen. Hier bekomme ich alles erklärt und gezeigt – die Unternehmen haben Zeit für mich.“

#### **Begehrte Besucheraktionen**

Ebenso perfekt auf die Fachbesucher zugeschnitten ist das Rahmenprogramm der Messe. Die beliebten Workshops und kreativen Sessions in der InsightsArena waren ebenso gut frequentiert wie das neue Vortragsformat, die InsightsTalks. Die angrenzende PartnerLounge stand exklusiv

20 teilnehmenden Verbänden und Einkaufskooperationen zur Verfügung. Neu dabei war u. a. TÜKID aus der Türkei: „Alle türkischen Aussteller zeigten sich sehr zufrieden. Wir hoffen, dass unsere Partnerschaft mit neuen Ideen und Projekten wächst“, sagt Generalsekretärin İrem Özkal. Synergien nutzten auch die Verbundgruppen Prisma und Büroring, die erstmals auf der PBS-Expo ausstellten.

„Der Qualitätsaspekt der Insights-X zieht sich durch unser komplettes Konzept, das wir mit vollem Einsatz weiter verfeinern und ausbauen werden. Dabei haben für uns auch künftig die Interessen der Aussteller und Fachbesucher oberste Priorität“, verspricht Ernst Kick. Im kommenden Jahr findet die Insights-X vom 14. bis zum 17. Oktober in den Hallen 10, 11 und 12 des Nürnberger Messegeländes statt.

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

  
**DURABLE**

# QUADRO®

## Multi Trolleys

Die neuen DURABLE QUADRO® Multi Trolleys sind ideal für den Einsatz in Büro- und Konferenzräumen, Servicebereichen und Kommunikationsinseln.

[durable.de](http://durable.de)



# Messtrio mit Mehrwert – Coming home for business

Julia Uherek und Andreas Reiter - anlässlich des Pressegesprächs der Messe Frankfurt.

Die Messen Christmasworld, Paperworld und Creativeworld öffnen Ende Januar 2020 ihre Tore. Die Messe Frankfurt hat die Themen und Trends rund um Dekoration und Festschmuck, Bürobedarf und Schreibwaren, Bastel- und Künstlerbedarf vorgestellt.

Die Welt ist in Bewegung. Tiefgreifende Veränderungen gehen von zwei Hebeln aus, dem gesellschaftlichen Wandel und der digitalen Transformation. Die klare Trennung zwischen Arbeits- und Wohnwelten wird durch die digitale Moderne aufgehoben, alles verschmilzt ineinander. Besonders im Zuge der Megatrends Urbanisierung, New Work und Individualisierung werden Orte und Räume multifunktional – im Sinne einer „hypermobilen to-go-Gesellschaft“. Denn die „digital Natives“ pflegen einen neuen Lebensstil: „Work-Life-Blending“. Das führt auch zu neuen Shop-Konzepten wie Retail Sharing, die auf einer Fläche mehrere ausgewählte Produktwelten vereinen.

Die Paperworld hat sich dieser Entwicklung angepasst, greift Strömungen des Marktes auf und zeigt so den Fachbesuchern neue Aspekte der PBS-Branche. Das Frankfurter Messegelände verwandelt sich vom 24./25. bis 28. Januar 2020 zur Trend- und Businessplattform, die für den Handel und die Industrie einen erfolgreichen Start in die neue Saison garantiert. Gleichzeitig trifft auf der Creativeworld die Kreativität auf Business. Gezeigt wird, was den kreativen Markt bewegt und voran bringt: zukunftsweisende Trends, die neuesten Materialien und jede Menge Branchen Know-how.

Grund genug für die Messe Frankfurt, jetzt das Rahmenprogramm

mit vielen Veranstaltungen, Preisverleihungen, Vorträgen und Trendschauen vom Stapel zu lassen. Passend zu der sich verändernden Officeworld hatte Julia Uherek, Bereichsleiterin Consumer Goods, Messe Frankfurt Exhibition GmbH, und Margit Herberth, Leiterin Marketingkommunikation, zur Fachpressekonferenz in das „hippe“ Co-working Space „We Work“ in Frankfurt eingeladen.

Als Gastreferenten hatte die Messe Frankfurt Andreas Reiter vom ZTB Zukunftsbüro in Wien eingeladen. Das ZTB engagiert sich seit 1996 leidenschaftlich für die strategische Zukunftsentwicklung und Positionierung von Unternehmen, Standorten, Destinationen und ent-

wickelt mit strategischer Kreativität markenzentrierte Produkte von morgen. Andreas Reiter zeigte anhand einiger praktischer Beispiele, wie sich das Leben in der Stadt künftig verändern wird. Anhand einiger praktischer Beispiele von Städten wie Wien oder Köln und Unternehmen wie Ikea, die bereits heute zeigen, wie das Leben von morgen entwickeln könnte.

Was bedeuten diese Veränderungen konkret für den stationären Einzelhandel und die Innenstädte? Experten wie Andreas Reiter sind sich einig, dass die Kunden-Zentrierung wichtiger denn je ist. Demzufolge muss alles rund um den hybriden Kunden, der on- wie offline aktiv ist, neu gedacht und die Customer Journey lückenlos verschränkt werden. „Treiber von Frequenz in Innenstädten entstehen durch einen Mix aus Kultur, Kommunikation und Inspiration. Gefragt sind spannende Formate mit viel Emotion. Erfolgreiche Retail-Konzepte müssen berühren und Identifikation bieten, eine besondere Geschichte erzählen, ein bedeutungsvolles (Marken-) Erlebnis liefern“, erklärte Andreas Reiter. Beispiele hierfür sind die Markthal in Rotterdam oder das Konzept von WeWork in New York. Seiner Meinung nach müssen Stadt, Han-

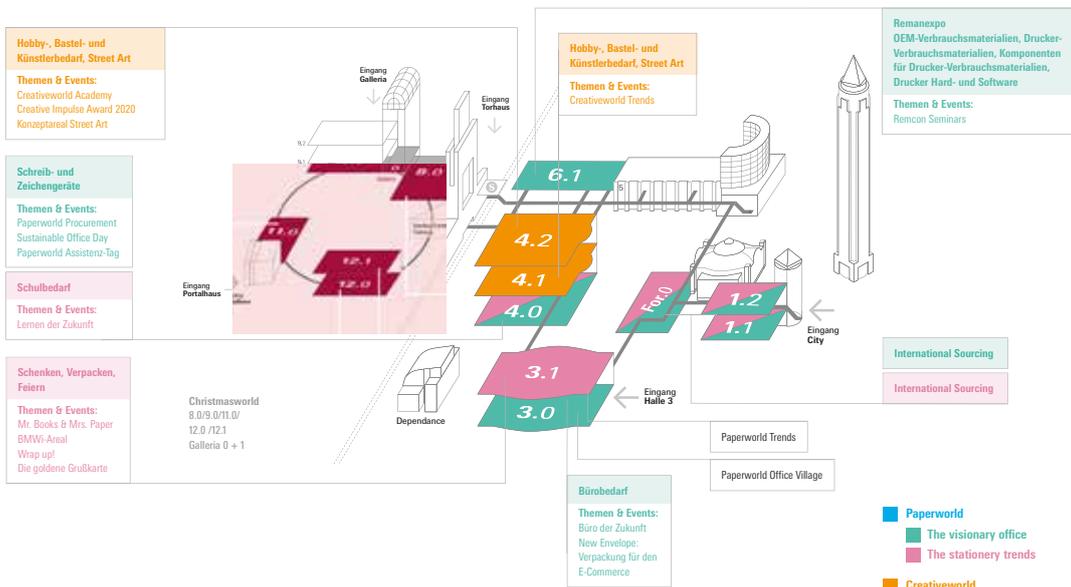
del, Büro und Freizeit sehr viel stärker zusammengedacht werden, als dies heute der Fall ist.

Je digitaler die Welt wird, desto wichtiger sind gemeinsame soziale Erfahrungen, desto wichtiger ist eine Orientierung. Wie kann der Handel diese Orientierung bieten und gezielt auf seine Kunden eingehen? Händler müssen off- wie online in Sachen Service und Qualität überzeugen – mit besonderen Produkten, Convenience-Angeboten oder auch mit netten Kleinigkeiten, die den Unterschied ausmachen, dem Kunden ein besonderes Erlebnis bieten und ihn damit binden.

Das Referenten-Thema passte gut in den Rahmen, den Juli Uherek vorgegeben hatte: „Seit der Geburt des Internets vor 50 Jahren, ändert sich alles und nichts bleibt wie es war.“ Das dies durchaus negative Begleiterscheinungen mit sich bringen könne, das habe die voranschreitende Digitalisierung gezeigt, die ihre Opfer fordert. Unzählige Geschäftsaufgaben seien die direkte Folge einer sich verändernden Handelslandschaft. Wer den Wandel nicht mitmache, der werde es schwer haben. Diesem Diktat musste sich auch die Messe Frankfurt unterwerfen.

„Die Zeit ist reif für frische Inspiration. Überraschen, begeistern, Erlebnisse schaffen, heißt es gleichermaßen für Hersteller und Händler und für uns als Messeveranstalter. Wir glauben an reale Begegnungen, wir geben Orientierung in einer komplexen Welt im Wandel – vernetzen Hersteller und Händler. Darüber hinaus holen wir visionäre Partner auf unsere Messen, um einen Schritt voraus zu sein und den Branchen neue Impulse zu geben“, sagte Julia Uherek.

„Auch ein Messeveranstalter benötigt wichtige Kooperationspartner wie das ZTB Zukunftsbüro oder das IFH Köln, um den Fachbesuchern und Ausstellern das nötige Wissen mitzugeben, das sie in ihrem Business weiter voranbringt“, erläuterte Julia Uherek. Entstanden ist daraus beispielsweise die neueste IFH Studie „Strukturwandel im Handel: Die Sicht des Konsumenten“. Dabei wurden drei Shopper-Typen ermittelt, die sich mit unterschiedlichen Einstellungen und Bedürfnissen an den Handel wenden. Wie der Handel darauf reagieren sollte und welche Geschäftsmodelle künftig gewinnen, all das „erfahren die Händler, wenn sie die drei Konsumgütermessen besuchen und sich dort Orientierung in einer hybriden Konsumwelt verschaffen.“





Die Keyvisuals der drei Konsumgütermessen der Messe Frankfurt, die Ende Januar 2020 an den Start gehen. Passend dazu das Motto der Christmasworld: „Coming home for business“.

„Das besondere an der Paperworld ist die einzigartige Mischung aus bekannten Produzenten und neuen Marktteilnehmern, die sich und ihre Produkte teilweise zum ersten Mal auf einer internationalen Fachmesse präsentieren. Zusätzlich überzeugt die Paperworld mit einem Internationalitätsgrad von rund 80 Prozent auf Ausstellerseite. Diese Kombination garantiert erfolgreiche internationale Geschäfte mit vielen Produktneuheiten für das eigene Sortiment – das gibt es nur in Frankfurt“, berichtete Julia Uherek. Rund 1 500 Aussteller aus 60 Ländern haben sich bereits zur Paperworld in Frankfurt am Main angemeldet.

Das Impulsareal „Lernen der Zukunft“ geht in die zweite Runde und befindet sich 2020 erneut in der Halle 4.0. Hier werden den Besuchern aktuelle und zukunftsweisende Lernkonzepte präsentiert. Dabei geht es vor allem um das lebenslange Lernen. Was sind neue Möglichkeiten? Wie unterstützen zum Beispiel Virtual Reality Brillen das Lernen? Und was gibt es hierzu Neues im PBS-Bereich? Im Impulsareal wird es Fachvorträge und Präsentationsflächen geben, die sowohl Leiter von Bildungs- und Seminareinrichtungen, HR-Developer, kommunale Entscheider als auch den Handel in eine Welt des Lernens eintauchen lässt, wie er sie vorher noch nicht wahrgenommen hat. Uherek: „Hier kann der Handel direkt erleben, wie er an diesem Geschäft künftig partizipieren kann.“

In der Halle 3.0 C51 dreht sich beim Rahmenprogramm alles um das „Büro der Zukunft“ – diesmal mit dem Schwerpunktthema „Smart Solutions“. Was ist durch digitale Vernetzung bereits möglich? Wie gehen wir richtig mit diesen technischen Möglichkeiten um? Diese und weitere Fragen werden in dem Innovationsareal beantwortet, das sich an Architekten, Planer, Facility Manager und Händler mit Fokus auf Office-Produkte richtet.

Sehr erfreulich für die Messe Frankfurt hat sich die Creativeworld in den vergangenen Jahren entwickelt – mit derzeit mehr als 350 Hersteller und über 9000 Einkäufern. „Wir zeigen die Trends von morgen, bieten Konzeptareale zu branchenrelevanten Themen und präsentieren dem Fachhandel Workshops und Produktvorführungen“, erklärte Julia Uherek. „Denn am stark umkämpften Point of Sale muss jeder seine Kernkompetenzen herausstellen, um den Kunden für sich zu gewinnen.“ Der Kunde wolle vom Handel inspiriert werden und suche deshalb verstärkt nach professioneller Beratung. Was der Handel brauche, um die individuellen Bedürfnisse der kreativen Kunden zu bedienen, finde er auf der Creativeworld. Und: „Wie an kaum einem anderen Ort spürt der Besucher hier den kreativen Spirit.“

Die Creativeworld zeigt zahlreiche Beispiele, wie der Fachhandel durch individuelle Ansprache neue Kunden anlockt. Im Konzeptareal Street

Art dreht sich zum Beispiel alles um das Thema Education. Ziel ist es, den Fachhandel zu schulen und ihm die angesagten Themen Graffiti und Street Art nahe zu bringen. Gemeinsam mit Carlos Lorente von der Style Scout – Graffiti Akademie wird ein handelstaugliches Konzept entwickelt, welches für die Fachbesucher einen interessanten Mehrwert bietet. Denn: Wer authentische und kompetente Beratung bietet, generiert mehr Umsatzpotenzial und bindet seine Kunden.

Die Christmasworld versorgt den internationalen Deko-Handel mit Neuheiten und Eye-Catchern für die umsatzstärkste und emotionalste Zeit des Jahres. Wie keine andere Konsumgüterfachmesse spielt sie den Erfolgsfaktor Erlebnis am Point of Sale aus. Damit ist sie erneut unverzichtbare Business- und Orderplattform. Rund 1000 Aussteller werden auf der international führenden Fachmesse für saisonale Dekoration und Festschmuck erwartet.

Die Christmasworld zeigt, wie ein Wow-Erlebnis entstehen kann. Entscheidend bei der festlichen Dekoration sind eine erlesene Produktauswahl und -kombination, die den aktuellen Zeitgeist aufgreifen. Außerdem Lichtinszenierungen und Visual Merchandising, die das Einkaufserlebnis im stationären Handel und in den Innenstädten intensivieren und potenzieren.

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



Insider-Programm der Messe Frankfurt

# Facheinzelhändler profitieren als Insider

Das Insider-Programm der Messe Frankfurt bietet Facheinzelhändlern aus der PBS- und Kreativbranche sowie dem Buch- und Spielwarenhandel zusätzliche Vorteile auf den international führenden Fachmessen Paperworld und Creativeworld.

Das Programm richtet sich an Facheinzelhändler, die in einem Geschäft mit bis zu 50 Mitarbeitern tätig sind und im PBS-, Kreativ-, Buch- oder Spielwarenhandel arbeiten. Interessierte Händler können sich ab sofort online registrieren. Das Insider-Format liefert attraktive Vorteile wie freien Messeeintritt an allen vier Tagen und die kostenfreie Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs (RMV) von und zur Veranstaltung. „Insider ist ein Programm, das den Messebesuch für den Facheinzelhändler angenehm und effizient zugleich macht. Es ist vor Ort die erste Anlaufstelle für einen guten Start in den Messetag“, sagt Michael Reichhold, Leiter der beiden Fachmessen. „Uns ist wichtig, dass er sich gut orientieren kann im weltweiten Produktangebot der rund 1500 Aussteller der Paperworld und den mehr als 300 Ausstellern der Creativeworld.“

## Messebesuch mit Betreuung und Serviceleistungen

Die registrierten Insider profitieren von einem Rundum-sorg-

los-Paket: Sie erhalten vorab per E-Mail ihre Messeunterlagen mit Eintrittskarte, RMV-Ticket und Geländeplan – damit sind sie bestens auf die Veranstaltungen vorbereitet. Auf dem Messegelände nimmt sie das Insider-Team persönlich am Check-in-Schalter in Empfang. Dort liegen für die Teilnehmer Messekataloge, Trendbrochüren sowie die Begrüßungstasche bereit. Ein kostenfreier Garderobenservice trägt zusätzlich zum angenehmen Messebesuch bei. Als Networking- und

Aufenthaltsbereich steht den Teilnehmern das Insider-Café in der Halle 3.1 der Paperworld und in der Halle 4.2 der Creativeworld zur Verfügung.

Die Online-Registrierung für das kostenfreie Insider-Programm ist unter [paperworld-insider.com](http://paperworld-insider.com) mit dem Code PWKN38 möglich. Dort finden Interessierte auch weitere Informationen rund um das Vorteilsprogramm. Registrierungsabschluss ist der 12. Januar 2020.

[paperworld.messefrankfurt.com](http://paperworld.messefrankfurt.com)



Als Networking- und Aufenthaltsbereich steht den Teilnehmern das Insider-Café in der Halle 3.1 der Paperworld und in der Halle 4.2 der Creativeworld zur Verfügung.



# Den Umsatz „anheizen“

Wenn am Ende des Jahres das Betriebsergebnis als unbefriedigend bezeichnet werden muss, stellt sich meist die Frage: Wie lässt sich das ändern? Wichtig ist zu wissen, wo der Hebel anzusetzen ist. Eine Lösung nennt sich „Heatmap“.

**Sie sprechen ein Thema an, welches viele PBS-Fachgeschäfte sehr interessiert – aber erst einmal, was ist eine „Heatmap“?**

**Hoffmann:** Das ist ein Begriff, der in vielen unterschiedlichen Bereichen angewendet wird, beispielsweise im Website-Marketing, Sport oder Börse. Ich kenne keine etablierte Übersetzung, finde aber den Begriff „Problemkompass“ sehr passend, denn genau darum geht es: Treffsicher identifizieren, wo die Stärken und Schwächen einzelner Sortiments-Erträge liegen. Die „Heatmap“ basiert auf Datenmaterial und stellt die Problemfelder optisch heraus.

**Wie funktioniert denn eine solche „Heatmap“?**

**Hoffmann:** Eigentlich recht einfach. Sie stellt in Farben von Dunkelrot über Gelb bis Dunkelgrün dar, wie der Quadratmeter-Ertrag

der Sortimente vom Durchschnittswert oder einem Zielwert nach oben oder unten abweicht.

**Welche Voraussetzungen muss der Händler erfüllen?**

**Hoffmann:** Das ist eine wichtige und entscheidende Frage. Voraussetzung ist: Einkauf, Verkauf und Inventur werden nach Warengruppen getrennt erfasst und gebucht. Dadurch stehen am Jahresende die Erträge (bzw. Deckungsbeiträge) je Warengruppe zur Verfügung. Wenn diese noch in Relation mit der je Warengruppe verwendeten Fläche gebracht werden, hat man alle Zutaten für die „Heatmap“. Noch besser ist es, wenn in einem Warenwirtschaftssystem sauber gepflegte Artikelstammdaten zum Kassieren bereitstehen. Dann lassen sich, falls nötig, feinere Untergliederungen

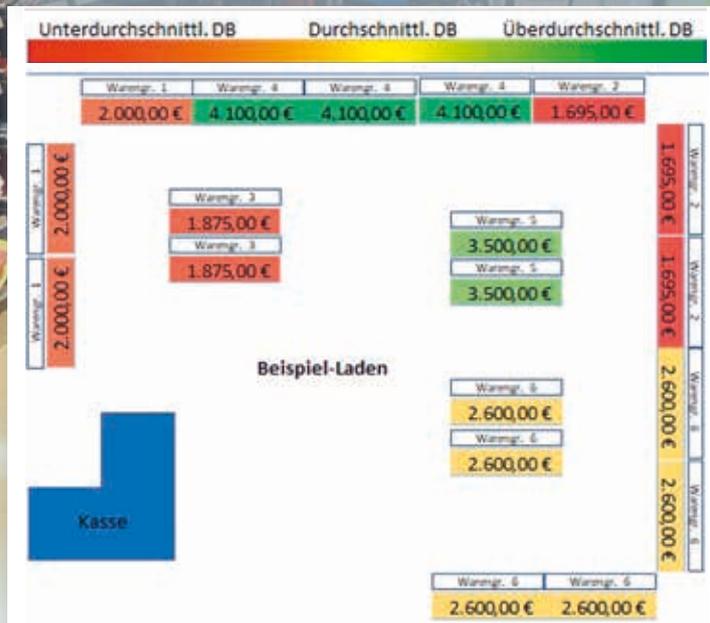
darstellen, beispielsweise innerhalb der Warengruppe auch noch nach Lieferanten.

**Wie sehen die einzelnen Schritte bei der Vorgehensweise aus?**

**Hoffmann:** Zunächst werden die Daten in einer Tabelle zusammengefasst und die Regalmeter (Ergebnis meiner Flächen-Vermessung) je Warengruppe ermittelt. Diese werden in Relation zur gesamten Verkaufsfläche gebracht. Aus den sich daraus ergebenden Erträgen je qm Verkaufsfläche wird ein Mittelwert gebildet und ein Zielwert definiert. Anhand des Ladenplans verknüpfe ich jedes Regal mit der jeweiligen Warengruppe und erhalte eine farbliche Darstellung der Abweichung vom Mittelwert, den absoluten qm-Ertrag in Euro und natürlich den Namen der Warengruppe.



Foto: Beispielfoto Archiv



**Wie geht es dann weiter, welche Maßnahmen können dann ergriffen werden?**

**Hoffmann:** In der Regel werden verschiedene Schlüsse aus der Analyse der Daten gezogen. Das können für jede einzelne Warengruppe sein: Erhöhung der Kalkulation; Vergrößerung, Verkleinerung oder Verlagerung der Fläche; Verbesserung der Präsentation; Austausch des oder der Lieferanten oder sogar Auslistung des Sortiments. Oft fehlt Platz für Neues, so kann eindeutig identifiziert werden auf was verzichtet werden kann.

**Welche der genannten Schritte muss der Händler alleine machen?**

**Hoffmann:** Keinen, wenn er das nicht möchte! Im Rahmen meiner Beratung höre ich immer wieder, dass die Umsetzung eigentlich der schwerste Teil ist und dafür Berater, die zur Analyse eingesetzt waren, nicht zur Verfügung stehen. Ich stehe bis zum letzten Schritt an der Seite meiner Kunden, übernehme auf Wunsch auch die Koordination von Handwerkern und unterstütze bei der Warenpräsentation. Auch die Begleitung bei Messebesuchen und die Auswahl neuer Lieferanten und Sortimente gehört zu meinen Tätigkeiten. Meine jahrzehntelange Erfahrung auf der Händlerseite kommt mir da sehr zugute.



**Mit welchem Gesamtaufwand muss der Händler rechnen?**

**Hoffmann:** Die Anzahl der benötigten Beratertage hängt ab vom Aufwand, wie z. B. der Größe des Ladens, der Anzahl der Warengruppen, der Qualität der zur Verfügung stehenden Daten. Vor allem aber: dem Umfang der Beratung. Der Kunde kann diesen aber selbst festlegen, in dem er nur bestimmte Module meiner Leistungen bucht. Am Ende macht sich der Aufwand aber schnell bezahlt. Höhere Erträge je qm sind kein Hexenwerk, sondern Ergebnis planvollen Vorgehens. Auch wenn am Anfang alles nur „so schön bunt“ ist.

**Vielen Dank!**



**Sonja Hoffmann, Beratung im Einzelhandel**

Sie verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung als Prokuristin & Filialleiterin im PBS-Handel. Seit 2014 unterstützt Sie als selbständige Beraterin Unternehmen bei Management Aufgaben, Ladengestaltung, Sortimentsplanung und Mitarbeitercoaching. Die Betriebswirtin verbindet methodische Herangehensweise mit der Praxis und bietet Unterstützung von der Analyse bis zur Umsetzung. [www.2hweb.de](http://www.2hweb.de)



# Expertentreffen in der Stempelhauptstadt

Die Trodat-Partner erlebten an zweieinhalb Tagen eine lebhaft und informative Veranstaltung.

Mit „Trodat live“ gelang Trodat eine erfolgreiche Premiere. Über 70 Partnerfirmen aus den Regionen DACH/Benelux trafen sich in Wels, um über neue Ideen aus der Stempelwelt, Anwendungen und deren Vermarktung nachzudenken.

Im Zeitalter von Videokonferenzen und Messengerdiensten ist die Kommunikation von Mensch zu Mensch insbesondere bei geschäftlichen Partnerschaften ein wichtiger Baustein für den Erfolg. Der österreichische Stempelhersteller Trodat, der mit seinen Produkten weltweit unterwegs ist, wählte seinen Stammsitz in Wels zum Austragungsort für ein neues Format der Kundenbindung. Vom 11. bis 13. September trafen sich 71 Partnerfirmen aus den Regionen Deutschland, Österreich, Schweiz, Niederlande, Belgien und Luxemburg zur „Trodat live“.

Bei Werksführungen durch die Produktionshallen von Trodat und Tro-

tec, Tochtergesellschaft der Trodat Holding und Hersteller von Lasergeräten, erhielten die Besucher tiefe Einblicke in die Herstellung von Stempel und Lasergeräten. Im Mittelpunkt stand der rege Austausch zwischen Produktmanagement und den Partnerfirmen.

In Empfang genommen wurden die Gäste vor dem Eingang der Unternehmenszentrale von den beiden global verantwortlichen Geschäftsführern der Trodat GmbH, Mag. Roland Rier, zugleich Sprecher der Geschäftsführung und Mag. Manfred Prinz, sowie Armin Herdegen, verantwortlich für die Area DACH-BENELUX. Der Geschäftsführer der Trodat Deutsch-

land GmbH begleitete die Gruppe während der zweieinhalb Tage und führte auch durch das Abendprogramm. Bei „Trodat live“ konnten die Handelspartner am ersten Tag bei der Stempelproduktion hinter die Kulissen schauen. Bei den Führungen, die im Wechsel mit den jeweiligen Regionalkonferenzen stattfanden, war deutlich zu erkennen, da waren Stempelprofis unterwegs. Fragen zu allen Bereichen wurden daher offen beantwortet. Wichtige Themen waren dabei Qualität und Kosten. Beides besitzt am Standort Wels einen hohen Stellenwert. Durch einen hohen Grad an Automatisierung konnte ein Teil der Produktion am Standort gehalten oder sogar wie-



Vom 11. bis 13. September trafen sich 71 Partnerfirmen aus den Regionen Deutschland, Österreich, Schweiz, Niederlande, Belgien und Luxemburg zur „Trodat live“.

der zurückgeholt werden. Aufgrund des großen Know-hows vor Ort ist die Effizienz gegenüber anderen Standorten in Wels sehr hoch. Eine eigene Abteilung steht sogar ständig bereit, um bei Problemen in der Produktion sofort einzugreifen, um so eine längere Unterbrechung zu vermeiden. Ein weiterer Vorteil ist, dass die Maschinen eigene Entwicklungen sind oder für den speziellen Einsatz umgerüstet wurden. So ist Trodat vollkommen unabhängig von Fremdfirmen. Sogar die Tinte wird in eigener Herstellung erzeugt. Zuletzt entstand dabei eine schnell trocknende Tinte, die unter dem Namen „DryTeq“ vermarktet wird.

Der zweite „Trodat live“-Tag stand ganz im Zeichen neuer Produkte aus der Stempelwelt. Die Neuheiten wurden in der Welsler Villa Muthesius vorgestellt. Hier ist übrigens auch das Trodat-Stempel-Museum untergebracht. Es zeigt die spannende Entwicklung des Stempelunternehmens. Der Grundstein für die heuti-

ge internationale Trodat Trotec Unternehmensgruppe wurde 1912 in Wien mit der Gründung der Einzelunternehmen Franz Just & Söhne gelegt. Trodat ist nach eigenen Angaben auf Basis Umsatz größter Stempelhersteller der Welt und spezialisiert auf selbstfärbende Stempelgeräte. Der Trodat Printy Stempel – Markteinführung der 1. Generation im Jahre 1976 – wurde laut Angaben des Herstellers bereits mehr als 300 Millionen verkauft.

Die Trodat Trotec Gruppe konnte auch 2018 ein kontinuierliches organisches Wachstum verzeichnen. Im Rumpfgeschäftsjahr 2018 (ab 1. Februar 2018) wurden 238 Millionen Euro erwirtschaftet. „Qualität, Innovation und Zuverlässigkeit zählen zu unseren Erfolgsfaktoren in einem heiß umkämpften Stempel- und Lasermarkt“, sagte Trodat Trotec CEO Dr. Norber Schrüfer. Der Sprecher der Trodat Trotec Holding ließ es sich nicht nehmen, an der Abendveranstaltung teilzunehmen und am folgenden Tag bei

der Neuheitenschau mit den Teilnehmern in den Dialog zu treten.

Trodat hat gezeigt, dass neue Produktentwicklungen im Stempelsegment – trotz insgesamt stagnierendem Gesamtmarkt – dennoch Wachstumsmöglichkeiten ermöglichen. Dazu gehören sicherlich der „Deine Dinge“-Stempel oder das erst kürzlich auf der Insights-X vorgestellte „Trodat Tütle“ (wir berichten bereits vorab in der September-Ausgabe).

Im Bereich Laser konnten sich die Besucher ebenfalls über die neuesten Entwicklungen und die Herstellung der Laser-Maschinen informieren. Mit der Markteinführung des Trotec SP4000 wurde das Produktportfolio mit dem größten und teuersten Trotec Laser ergänzt. Damit stößt das Unternehmen heute in ein neues Marktsegment vor. Das erste Gerät dieser neuen Generation ist beispielsweise in der Textilindustrie im Einsatz.

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



Mit den neu entwickelten POS-Lösungen unterstreicht KE sein umfangreiches Wissen über POS-Systeme sowie die Fähigkeit, dazu passende Lösungen zu entwickeln.

# „Nachhaltig die Zukunft gestalten“

Der Grußkartenverlag KE hat sein Führungsteam erweitert – einher gehen damit verstärkte Kompetenzen und Vorteile für die Kunden. Mit dieser strategischen Entscheidung werden die Stärken weiter ausgebaut: Flexibilität und Innovationskraft.

Seit 1935 produziert Kurt Eulzer Druck (KE) alljährlich eine der größten und umfangreichsten Kartenkollektionen in ganz Deutschland. Dieser Erfolg bildet nun die Basis, um das Unternehmen erfolgreich in die Zukunft zu führen. Wir wollten wissen, wie die Mitglieder der neu formierten Führungsriege den aktuellen und zukünftigen Herausforderungen begegnen:

## Herr Nowozin, was zeichnet das Unternehmen KE aus?

**Benjamin Nowozin:** KE steht für Nachhaltigkeit und den Standort Deutschland. Mehr als 95 Prozent unseres Sortiments werden CO<sub>2</sub>-neutral und FSC-zertifiziert in der eigenen Druckerei produziert. Wir stehen für exzellente handwerkliche Arbeit und Qualität. Ebenso gehen wir sehr verantwortlich mit unseren Mitarbeitern und Auszubildenden um und fördern deren Entwicklung. KE bietet

duale Studiengänge und gestaltet Workshops mit Universitäten.

## Frau Winkelmann, wie schaffen Sie es, trotz Digitalisierung mit einem analogen Produkt erfolgreich zu sein?

**Stefanie Winkelmann:** Wir setzen auf Emotion und wollen den Verbraucher animieren unsere Karten impulsiv zu kaufen. Viele Karten werden mehrmals gelesen und aufbewahrt. Das Verschenken einer handgeschriebenen Karte ist eine Wertschätzung dem Empfänger gegenüber, man weckt Freude und bleibt in Kommunikation.

## Herr Ohnemüller, Sie sind seit kurzem bei KE tätig. Welche Ziele haben Sie sich gesetzt?

**Uwe Ohnemüller:** Erstmal wurde ich sehr gut aufgenommen und fühle mich richtig wohl im Unternehmen. Ich arbeite sehr eng mit der Unternehmensführung zusam-

men, habe in den ersten Wochen eine ausführliche Analyse durchgeführt und die Abläufe kennengelernt. Daraus habe ich dann eine Strategie für die Zukunft des Unternehmens entwickelt und diese mit der Geschäftsführung abgestimmt. Im August haben wir die neue Strategie intern veröffentlicht, nachdem ich sehr viele Gespräche auf allen Ebenen geführt habe.

Wir wollen nachhaltig und mit Freude gemeinsam die Zukunft gestalten. Dabei ist uns wichtig, alle Mitarbeiter mit einzubeziehen und weiterzuentwickeln. Der Plan ist unter anderem mit den richtigen bestehenden und neuen Kunden sowie emotionalen Konzepten partnerschaftlich zu expandieren. Wir können bereits nach kurzer Zeit erste Erfolge mit neuen Kunden verbuchen.

## Eine gute Führungskraft zeichnet sich dadurch aus, dass sie

### wirksam führt. Wie gelingt Ihnen das?

**Uwe Ohnemüller:** Durch Authentizität, Transparenz und Kommunikation. Dazu gehört auch Konsequenz und Zielstrebigkeit sowie Übertragung von Verantwortung, nur dann kann sich jeder Einzelne entwickeln. Weiterhin muss ich sicherstellen, dass allen unsere Ziele bekannt sind und diese regelmäßig wiederholen, damit wir auf Kurs bleiben. Unterstützung geben, wo es notwendig ist. Am Ende werden wir nur als Team erfolgreich sein, und das ist den vollen Einsatz wert.

### Herr Nowozin, weshalb ist KE Ihrer Meinung nach ein Unternehmen, das gut für die Zukunft aufgestellt ist?

**Benjamin Nowozin:** Wir sind offen für Neues, haben den Mut, neue Ideen zu verfolgen und zu entwickeln. Input von außen ist uns wichtig, wir reflektieren unser Handeln selbst und sprechen offen darüber, was wir optimieren können. Die meisten Prozesse sind bereits digital umgesetzt und werden weiter forciert. Uns ist wichtig, alle Mitarbeiter zu fördern, dafür bieten wir Weiterbildungsmaßnahmen an.

### Frau Winkelmann, wer eine Grußkarte entwirft, muss sich in andere Menschen hinein fühlen

### können. Was zeichnet das Portfolio von KE aus?

**Stefanie Winkelmann:** KE ist Vollsortimenter und verfügt über mehr als 5 000 Designs in allen Anlässen. Die Mitarbeiter sind meist lange vor Ort und kennen die Bedürfnisse der Kunden. Es ist sehr viel eigenes Know-how vorhanden. Dazu verfügt KE über eine junge, aber gestandene Designabteilung. Wir unterstützen die Verbraucher mit gezielter Hilfestellung, zum Beispiel mit Textvorschlägen, welche wir beilegen. Viele Menschen wollen kommunizieren, finden aber nicht die richtigen Worte. Die sind dann dankbar für das gesamte Konzept.

### Herr Ohnemüller, welche Maßnahmen planen Sie für das nächste Jahr?

**Uwe Ohnemüller:** Wir fokussieren uns klar auf die festgelegte Strategie. Konzeptverkäufe werden noch mehr auf die Bedürfnisse der Kunden ausgerichtet. Aktuell besetzen wir mehrere zusätzliche Stellen im Vertrieb, ein paar langjährige Außendienstmitarbeiter verabschieden sich in den Ruhestand. Es wird also viele neue Kollegen/innen geben, welche wir nachhaltig bei KE integrieren möchten. Mit der Trendset und Nordstil planen wir zwei weitere Messen im Januar 2020 ein. Kooperationen mit Kunden und

Lieferanten sehen wir als große Chance und Herausforderung für die Zukunft.

### Herr Nowozin, wer sein Unternehmen in die Zukunft führt, sollte auch auf eine nachhaltige Unternehmenskultur setzen. Wie sieht das bei Ihnen aus?

**Reinhard Nowozin:** Unsere Unternehmensgröße (circa 70 Mitarbeiter) hat die richtige Größe für eine transparente Führung und Kommunikation sowie schnelle Wege bei Entscheidungen. In Kooperation mit Krankenkassen werden aktive Gesundheitstage angeboten. Brückentage werden generell für lange, erholsame Wochenenden genutzt. Der Außendienst hat zwei Mal im Jahr die Möglichkeit, sich mit allen Abteilungen intern auszutauschen. Die permanente Förderung und Entwicklung aller Mitarbeiter durch gezielte Weiterbildungsmaßnahmen hatten wir bereits erwähnt. Die seit Jahren geringe Fluktuation ist ein Zeichen für hohe Mitarbeiterzufriedenheit. Zuletzt arbeiten wir in der Produktion CO<sub>2</sub>-neutral und mit nachhaltigen Rohstoffen. Mit Benjamin Nowozin, der seit 2015 die kaufmännische Leitung von KE verantwortet, ist die zukünftige Nachfolge im Unternehmen bereits geregelt.

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

Reinhard und Benjamin Nowozin, Stefanie Winkelmann und Uwe Ohnemüller (v.l.): „Unsere lebendige Unternehmenskultur ist der Garant dafür, dass wir unsere Potenziale behaupten und ausbauen.“





# Verbraucher wenden sich von Amazon ab

43,7 Prozent der Deutschen finden Amazons Marktmacht bedenklich. 87,4 Prozent von ihnen kaufen deshalb bewusst weniger bei Amazon ein. Dies ist das Ergebnis einer Umfrage von Statista und des Verbraucherforums mydealz.de.

**A**mazon steht in der Kritik. Seit Monaten kritisieren Verbraucherschützer, Gewerkschaften und Verbände – neben gefälschten Bewertungen, schlechten Arbeitsbedingungen, neonazistischen T-Shirts, Plagiaten und dem Umstand, dass Amazon bei Retouren Millionen neuwertige Produkte vernichtet hat – vor allem eines: Amazons Marktmacht.

Wettbewerbschützer sind alarmiert: Im Juli verhängte Frankreich bereits eine Digitalsteuer gegen ausländische Konzerne. Und neben der US-Handelsaufsicht FTC ermitteln auch die EU-Wettbewerbschützer und das Bundeskartellamt. Nun zeigt eine Studie: Auch die Mehrheit der Deutschen fordert ein Eingreifen der Politik. Und nicht wenige Verbraucher wenden sich von Amazon ab.

43,7 Prozent der Deutschen finden Amazons Marktmacht bedenklich. 87,4 Prozent von ihnen kaufen deshalb bewusst weniger bei Amazon ein. Und 67,9 Prozent der Deutschen würden die Einführung ei-

ner Digitalsteuer nach französischem Vorbild gutheißen. Dies ist das – für Amazon negative – Ergebnis einer repräsentativen Umfrage, die Statista Mitte September im Auftrag des Verbraucherforums mydealz.de unter 1.000 Konsumenten durchgeführt hat. Konsumenten befürchten vor allem, dass andere Händler unter Amazons Marktmacht leiden und Amazon die Preise freibestimmen kann.

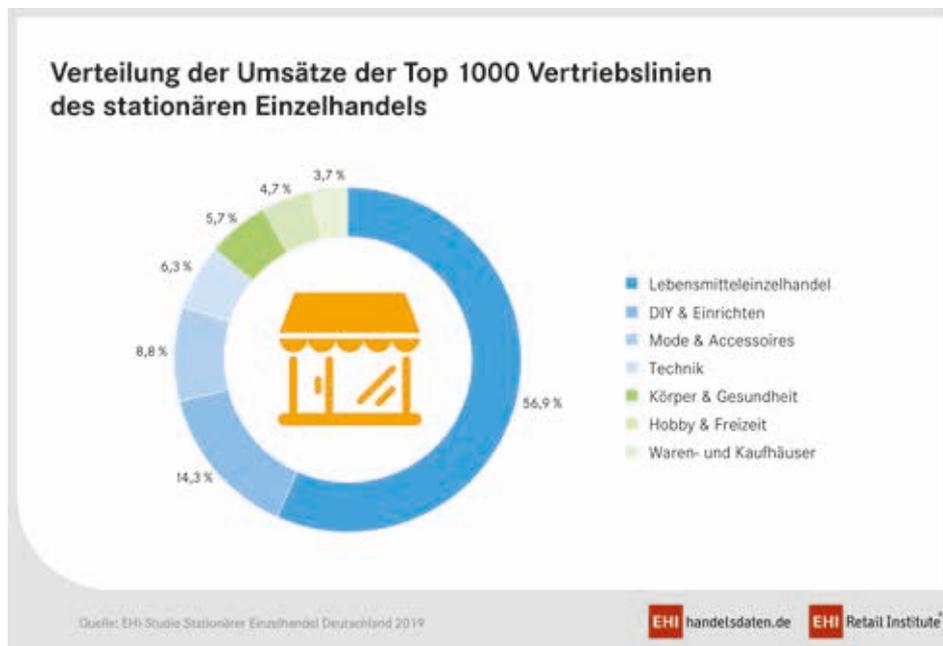
Wie sehr sich Amazons Dominanz auch ganz konkret auf das Konsumverhalten auswirkt, zeigt ein anderer Teil der Umfrage. Neun von zehn Verbrauchern (87,4 Prozent), die Amazons Marktmacht als problematisch empfinden, haben ihr Einkaufsverhalten bereits entsprechend angepasst. Am stärksten profitiert der klassische Einzelhandel von diesem Trend: Jeder dritte Verbraucher (33,9 Prozent) kauft als Reaktion auf Amazons Dominanz „prinzipiell so viel wie möglich im klassischen Handel“ und „nur“ jeder Sechste (14,9 Prozent) kauft „prinzipiell so viel

wie möglich bei anderen Online-Händlern“.

Rund jeder Vierte (23,2 Prozent) zieht keinen Mehrwert aus den bei Amazon veröffentlichten Kundenstimmen – und dies aus verschiedenen Gründen: Jeder Achte (12,2 Prozent) vertraut „generell keinen Bewertungen im Internet“. 6,0 Prozent der Deutschen vertrauen nur Bewertungen auf Amazon nicht und jeder Zwanzigste (5,0 Prozent) hat durch die Skandale der letzten Zeit das Vertrauen in die von Amazon bereitgehaltenen Kundenstimmen verloren. Besonders desillusionierend müssen sie auf Verbraucher im Alter von 25 bis 34 Jahren gewirkt haben. Von ihnen erklärte jeder Zehnte (9,3 Prozent): „Ich habe Bewertungen auf Amazon früher vertraut, aber vertraue ihnen nun nicht mehr“.

Die Rohdaten zu den oben genannten Umfragen finden Sie hier: <https://mdz.me/amzumfrage>

**mydealz.de**  
**www.statista.com**



# Stationäre Geschäfte prägen deutschen Handel

Die Top 1 000 stationären Vertriebslinien erwirtschafteten in 2018 einen Netto-Umsatz in Höhe von 311 Milliarden Euro, das sind fast 60 Prozent des gesamten Einzelhandelsumsatzes (526,8 Milliarden Euro) – so das Ergebnis einer EHI-Studie.

Mit einem Umsatzanteil von knapp 57 Prozent wird der stationäre Einzelhandel der Top 1 000 vom Lebensmittelhandel dominiert. Neun der zehn umsatzstärksten Vertriebslinien des Rankings stammen aus dieser Branche – allen voran Edeka inkl. der Regionalgesellschaften, Lidl, Aldi Süd, Rewe, Netto, Kaufland und Aldi Nord. Der Lebensmittel-discounter Penny tauschte mit dem SB-Warenhaus Real die Plätze und steht nun auf Platz 8 des Rankings. Als einziger Nicht-Lebensmittler erscheint dm-drogeriemarkt unter den Top 10. Die Nahversorger bringen regelmäßige Frequenz in die Geschäfte.

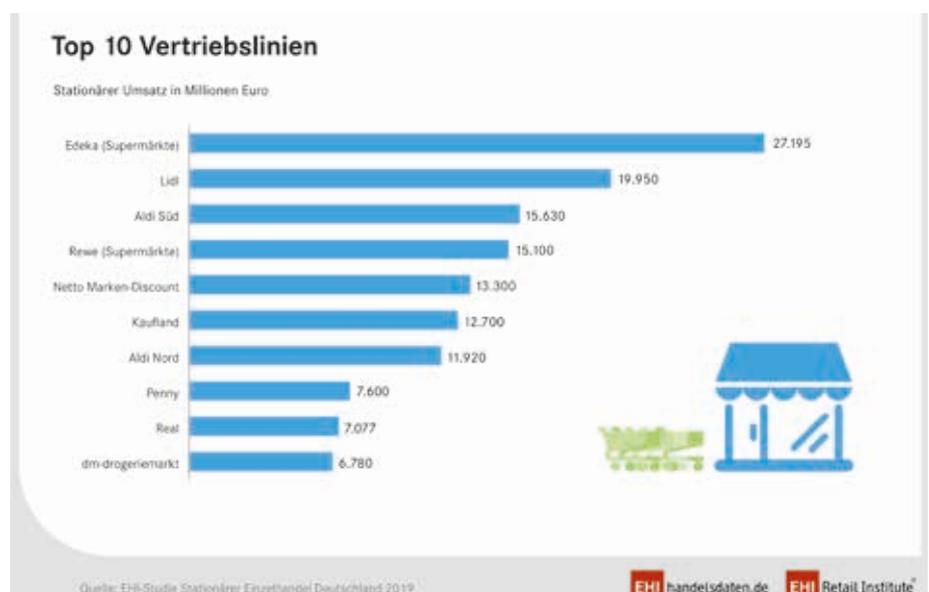
Insgesamt erwirtschafteten diese zehn größten Vertriebslinien knapp 137 Milliarden Euro, das entspricht 44 Prozent der Umsatzerlöse des gesamten Rankings. Der Umsatz der Top 3 stationären Handelsunternehmen ist größer als der des gesamten Onlinehandels (56 Milliarden Euro). Auch im Onlinehandel generieren alle Top 10 rund 40 Prozent (17,2 Milliar-

den Euro in 2018) des Gesamt-E-Commerce-Umsatzes. Auch wenn der E-Commerce sich inzwischen knapp über 10 Prozent Marktanteile sichern kann, bleibt der stationäre Handel die tragende Säule des Einzelhandels.

Den zweitgrößten Anteil an den Umsätzen der Top 1 000 hat DIY & Einrichten. Rund 14 Prozent entfallen auf diese Branche, in der einige Unternehmensübernah-

men beispielsweise durch XXXLutz im Bereich Möbel für Bewegung gesorgt hatten. Das stationäre Geschäft prägt in diesem Bereich weiterhin den Markt. Mode & Accessoires liegt mit 27,3 Milliarden Euro Umsatz auf Platz 3, Technik rangiert auf Platz 4 mit einem Umsatz von 19,8 Milliarden Euro. Die Studie ist online erhältlich und enthält eine umfangreiche Exzelliste.

[www.ghi-shop.de](http://www.ghi-shop.de)



# Produkte für Trendsetter und Hobby-Künstler

Stabilo präsentierte auf der Insights-X vom 9. bis 12. Oktober in Nürnberg eine ganze Reihe neuer Produkte für Kreative, Schüler, Jugendliche und junge Erwachsene. Der Stabilo Pen 68 brush zählte zu den Highlights, die auf der Messe vorgestellt wurden.



Der Stabilo Pen 68 brush ist optimal auf die Klassiker Pen 68, point 88 und pointMax abgestimmt.

## Neuer Pinselstift für trendbewusste Kreative

Die Stabilo Pen 68 Familie wird um einen weiteren professionellen Premium-Filzstift für kreative Köpfe erweitert. Der neue Pen 68 brush mit flexibler Pinselspitze macht schwungvolle Letterings und farbenfrohe Verzierungen einfach. Dabei sind die Farbwerte des Pen 68 brush optimal auf die Klassiker Pen 68, point 88 sowie pointMax abgestimmt. Entwickelt wurde der neue Brush Pen zusammen mit Fans und DIY Künstlern.

Do-it-yourself erlebt seit einigen Jahren einen regelrechten Boom. Besonders beliebt ist aktuell das sogenannte Brush-Lettering. So

bezeichnen „Selber-Macher“ die moderne Form der Kalligrafie, bei der man meist mit einem flexiblen Pinselstift einzelne Buchstaben bis hin zu ganzen Sätzen mit schwungvollen Auf- und Abwärts-Linien aufs Papier bringt. Dabei lässt sich die Strichstärke durch die einfache Anpassung des Drucks variieren. So bringen auch Neueinsteiger ohne langes Üben dynamische, schön anzusehende Linien aufs Blatt. Aber auch Profis mit viel Erfahrung im Lettering profitieren vom neuen Premium-Pen. Dank der wasserbasierten Tinte in 24 Farben (fünf davon in Leucht-Tönen) lassen

sich anspruchsvolle Kreativ-Techniken effektiv und gezielt in Szene setzen. Neben dem Lettering eignet er sich beispielsweise für Anwendungsgebiete wie Shading- und Stamping-Techniken. Auch kreative Methoden wie Color-Blending mit stufenlosen Farbverläufen oder trendige Aquarell-Effekte lassen sich ohne weiteres umsetzen. Aufgrund seiner Vielseitigkeit und Farbenfreude ist der neue Brush-Stift eine passende Geschenkidee, über die sich kreative Köpfe freuen – sei es zu Weihnachten, zum Geburtstag oder zu anderen Anlässen.

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

## Metallic-Glanz nicht nur für Weihnachten

DIY-Basteleien bereichert der „Stabilo Pen 68 metallic“ mit schimmernden metallic Tönen jetzt in acht Farben. Neben den bisherigen Farbtönen Gold, Silber, Kupfer, metallic Blau und metallic Grün gibt es den Premium-Filzstift jetzt auch in metallic Violett, metallic Rosa und metallic Hellgrün.

Eines haben alle Farbnuancen gemeinsam: Durch ihre hohe Deckkraft machen sie sowohl auf weißem als auch auf farbigem Papier oder Karton einen glänzenden Eindruck. Besonders effektiv wirkt der Metallic-Schimmer allerdings auf schwarzen Untergründen. Auch auf glatten Oberflächen wie Metall, Folie oder Geschenkpapier können die Metallic-Farbtöne zum Einsatz



Der Stabilo Pen 68 metallic ist unmittelbar einsetzbar – Schütteln oder Pumpen ist nicht notwendig.

kommen und sind nach kurzem Trocknen auch wischfest. Kreative Verzierungen, Setzen von High-

lights und schwungvolle Schriftzüge werden mit dem „Stabilo Pen 68 metallic“ zum Kinderspiel.

## Kindgerecht und kreativ: Stabilo Trio Deco

Was der Pen 68 für die Erwachsenen ist, ist der Trio Deco für Kinder. Die neuen Stabilo Trio Deco Metallic-Filzstifte sind perfekt, um Kindern und ihren Kunstwerken ein zusätzliches Strahlen zu schenken. Erwachsene freut das, weil die Kleinen damit vielfältig malen und verzieren können. Das Produkt zieht mit schimmernden acht Farben Kinder magisch an. Ob in der Schule oder zu Hause mit Freunden – Bilder bekommen im Handumdrehen einen besonderen Touch. Die kindgerechten Stifte liegen ergonomisch in den kleinen Händen. Die Dreikant-Griffzone trainiert von Anfang an die richtige Stifthaltung. Die extra dicke und robuste XL-Spitze mit 3 Millimeter Strichstärke gibt rasch Farbe ab, größere Flächen sind ruckzuck ausgemalt – zum Beispiel auf Papier, Karton oder Holz und das ohne Schütteln

oder Pumpen. Die Stifte eignen sich auch ideal für kreative Köpfe und Do-it-yourself-Fans, denn die Metallic-Filzstifte verleihen

kreativen Ideen einen ganz besonderen Glanz, zum Beispiel auf Weihnachtskarten. Auch toll als Geschenkidee.



Nicht nur für Erwachsene: Metallic-Filzstifte gibt es jetzt auch für Kinder.

## Süße Freunde für leuchtende Schulmomente

Mit den lustigen Textmarker-Begleitern aus der Stabilo Boss Mini Sweet Friends Edition kann man in der Schule mit maximalem Spaß markieren und unterstreichen: das in gleichzeitig zwei Strichstärken, dank Keilspitze in 2 und 5 Millimeter. Schnöde Textarbeit war gestern. Heute kommt fünffach Leuchtfarbe ins Spiel: Pink, Gelb, Grün, Orange, Blau. Dabei kann man die Fünfe auch mal gerade sein und liegen lassen: Ganze vier Stunden kann der Stift ohne Kappe offen bleiben, das beschert konzentriertes Lernen und kreatives



Die Stabilo Boss Mini Friends Edition in süßem Design.

Tüfteln. Austrocknen ist kein Problem, dank Anti-Dry-Out-Technology.

Das Ganze kommt im witzigen Design daher. Geht's noch süßer?

## Da kennt jeder Finger seinen Platz

Der ergonomische Dreikant-Bleistift (Minendurchmesser 3,15 mm) Stabilo Easy graph wurde von Wissenschaftlern entwickelt und getestet – es geht aber nicht nur um Wissenschaft! Dieser Bleistift zum Schreiben

nen ist ideal für Kinder im Grundschulalter. Er ist neben den fünf bekannten Schafffarben jetzt auch ganz neu in den drei zarten Pastellönen Grün, Rosa und Lila (im Härtegrad HB) ab Januar 2020 erhältlich. Die rutschfesten Griffmulden

für Rechts- und Linkshänder unterstützen eine entspannte Handhaltung. Mit dem Stabilo Easy graph setzt Stabilo sein Engagement für den Umweltschutz fort, da nur Holz aus nachhaltiger Waldwirtschaft verwendet wird.



Der ergonomische Dreikant-Bleistift Stabilo Easy graph Pastel.

## Bester Buddy für die Schule

Der Füller Stabilo Easy buddy ist auf die Schreibbedürfnisse von Kindern in der Grundschule abgestimmt. Nach dem Erlernen der Buchstaben und ersten Schreibereferenzen hilft er, ein eigenes, leserliches Schriftbild und eine korrekte Stifthaltung zu entwickeln. Durch die ergonomische Soft-Griffzone aus rutschfestem Material ist der Stabilo Easy Buddy für Links- und Rechtshänder geeignet und liegt angenehm in der Kinderhand. Das Gehäuse aus langlebigem Kunststoff mündet in einer Feder mit Iridiumkorn. Die Spitze wird von einer gefederten Kappe geschützt, um einen

Pumpeffekt – also das Zuführen von Luft in das Tintenleitsystem – beim wiederholten Aufsetzen der Kappe zu vermeiden und so das Risiko des Auslaufens der Tinte zu minimieren. Der Stabilo Easy Buddy ist in drei Federvarianten (L, M, A) erhältlich und kann mit allen handelsüblichen Tintenpatronen benutzt werden. Durch das extra große Sichtfenster zur Tintenstandskontrolle ist zu sehen, wie es um den Füllstand beider Patronen steht. Die neuen Farbvarianten Schwarz/Magenta und Schwarz/Rot – sorgen bei Jungs und Mädchen ab Januar 2020 für Schwung auf dem Papier.



Den Füller Stabilo Easy buddy gibt es in zwei neuen Farben.

## Füller und Tintenroller in frischen Farben

**T**rendbewusst, modern, direkt am Puls der Zeit – so sind die drei neuen, knalligen frischen Farben Melonenrot, Limettengrün und Minzgrün der Reihe Stabilo „beYou!“. Die Linien „beCrazy! Uni Colors“ (mit schmalen Schaft) und „beFab! Uni Colors“ (mit breiterem Schaft) bieten jeweils Füller und Tintenroller. Beide Serien zeichnen sich durch eine Griffzone aus rutschfestem Material, die sowohl für Rechts- als auch Linkshänder geeignet ist, aus. Die leichte

Schreibführung ermöglicht ein sauberes Schriftbild – es kleckst nichts und es kratzt nichts. Alle Designs sind mit einem hochwer-

tigen Tintenleiter für einen perfekten Tintenfluss ausgestattet. Nachfüllbar sind die Roller und Füller mit Standardpatronen.



Alle „beYou!“-Designs sind als Füller oder Tintenroller erhältlich.

## Individuelle Note im Style und in der Handschrift

**M**it der neuen Flow Füllerrange bietet Stabilo drei trendstarke und farbenfrohe Editionen: Sporty; Cosmetic und Active. Da findet jeder seinen passenden Favoriten im angesagten Stabilo-Design und in bewährter Qualität. Tintenkleckse gehören der Vergangenheit an, denn

die Füller bieten maximalen Auslaufschutz. Die hochwertige Edelstahlfeder (M) mit Iridiumkorn gibt der eigenen Handschrift einen schönen Touch. Der Flow liegt ergonomisch in der Hand und bringt Notizen im Handumdrehen sicher auf Papier. Nachfüllen lässt er sich mit Standard-

patronen. Eine Patrone in Royalblau ist im Lieferumfang bereits enthalten. Die Füller sind für jeden was: Sporty (ab März 2020) bietet coole Farbkombinationen, Cosmetic (ab Juni 2020) schimmert metallisch und Active (ab September 2020) überzeugt mit reduziert schlichtem Design.

Der neue Stabilo Flow kommt mit trendstarken Editionen für jeden Geschmack.



## Außergewöhnliches Design-Konzept

**F**ür lifestyle-orientierte Designfans gibt es jetzt mit Stabilo Arty auch die passenden Verpackungen für viele Stabilo Bunt- und Filzstifte. Dafür wurden einzigartige moderne Farbdesigns auf schwarzen Untergrund gestellt. Diese stylischen Kartonverpackungen umhüllen ab Januar 2020 unterschiedliche Setgrößen des Stabilo Cappi, Stabilo Pen 68, Stabilo pointMax, Stabilo point 88, Stabilo woody 3 in 1, Stabilo aquacolor und des Stabilo Green colors.



Neues Verpackungsdesign: Stabilo Arty

## Stabilo Shine: Strahlende Highlights setzen

Endlich auch beim Textmarker dem eigenen Lifestyle treu bleiben: Der Stabilo Shine im stylisch-schwarzen Design sorgt für leuchtende Ergebnisse. Mit den vier knalligen Leuchtfarben Gelb, Pink, Grün und Orange behält man garantiert alles Wichtige im Blick. Obendrein liegen die dezent anmutenden Textmarker in Tubenform geschmeidig und sicher in der Hand. Mit den zwei

unterschiedlichen Strichstärken 2 und 5 mm ist sowohl schmales als auch breites Textmarkieren möglich. Das bringt Struktur in die Notizen. Die Textmarker können dank Austrocknungsschutz bis zu vier Stunden offen bleiben. Als Eyecatcher stehen sie auch kopfüber auf der Kappe. Das perfekte Schreib-Accessoire in gewohnter Stabilo-Qualität – erhältlich ab Januar 2020. Auch für kreative An-



Stabilo Shine mit reduziertem Design und leuchtendem Inhalt.

wendungen super geeignet, z.B. zum Einrahmen und Schattieren von Hand Letterings und Bullet Journals. [www.stabilo.com](http://www.stabilo.com)

## Sanfte Pastellfarben für zarte Highlights

Der Boss Original kann nicht nur Neon, sondern auch Pastell. Mit den angesagten Textmarkern in Pastell weht ab Januar 2020 ein zarter Wind in alle Notizen. Der bewährte Klassiker in sanften Tönen kommt jetzt in vier neuen Farben daher und setzt trendstarke Akzente in Schule, Uni und Büro. Dank der Keilspitze in 2 und 5 Millimeter Strichstärke lässt sich Wichtiges ganz einfach unterstreichen oder hervorheben. Der Clou: Dank der Anti-Dry-Out-Technology können die Textmarker vier Stunden offen bleiben. So lässt es sich konzentriert arbeiten. Die soften Pastellfarben eignen sich auch ideal für kreative Ideen und Anwendungen

– ob Schraffieren, Einrahmen, Hand Lettering oder Bullet Journaling.

Der Boss Original Pastel ist ideal für Trendsetter und Hobby-Künstler.



Ab Januar 2020 gibt es den Boss Original Pastel in vier weiteren Farben.



## Moderner Tintenroller für Vielschreiber

Der Stabilo Palette ist ideal für Design-Liebhaber und stilbewusste Vielschreiber, die es lieben, mit Farbe ihren Style zu zeigen. Der nachfüllbare Gelroller mit Druckmechanik schreibt mit verbesserter Formel gleitend weich. Mit der extra großen, rutschfesten Griffzone lässt es sich lange entspannt arbeiten. Die drei Schaft- und Schreibfarben in Blau,

Schwarz und Rot sind auch was fürs Auge, nicht nur in der Hand, sondern auch auf dem Papier. Ein perfekter Begleiter in Schule, Uni und Büro, um Texte in präziser, feiner Strichstärke (F = 0,4 mm) zu verfassen. Am Sichtfenster liest man den Tintenstand ganz einfach ab. Und mit den passenden Refills lassen sich Ressourcen und Geldbeutel schonen.



Der nachfüllbare Gelroller Stabilo Palette mit Druckmechanik schreibt mit verbesserter Formel gleitend weich.



Zum Schutz natürlicher Ressourcen, werden für die neoxx Produkte überwiegend Textilien aus recycelten PET-Flaschen verwendet.

# Stilsicher und trendbewusst in das Jahr 2020

Egal, welcher Challenge die neuen neoxx Schulrucksäcke gestellt werden, sie sind einfach perfekt gewappnet für den Schulalltag. Dafür sind sie extra leicht, bieten neben ergonomischen Eigenschaften praktische Features und sehen stylisch aus.

**U**naufhaltsam ist neoxx auch hinsichtlich des Themas Umweltschutz. Getreu dem Motto „There is no planet b“ nimmt neoxx den Umweltschutz aktiv in Angriff und setzt für das Innenfutter aller Produkte auf recycelte Materialien. Auf diese Weise entsteht weniger Abfall und die natürlichen Ressourcen werden geschont. Um Textilgarn aus recycelten PET-Flaschen zu produzieren, werden die PET-Flaschen zu kleinen Chips geschreddert und anschließend zu einer viskosen Masse geschmolzen, woraus Fasern gesponnen werden. „Sicherlich ist diese Maßnahme bei Weitem nicht ausreichend, aber es geht auch darum ein Bewusstsein für einen nachhaltigen Lifestyle zu schaffen und immer mehr Menschen dazu ermutigen, sich für die Zukunft unseres Planeten einzusetzen“, erklärt Geschäftsführer Michael Fortdran.

Die neoxx Rucksäcke gibt es in zwei Modellen für unterschiedliche Ansprüche. Das Modell Active ist besonders für aktive Teenager der ideale Begleiter. Ein gepolstertes Rückenbett und viele ergonomische Features, wie zum Beispiel ein abnehmbarer Hüftgurt sorgen für Entlastung des Rückens. Durch die praktische Fächeraufteilung ist im Active Schulrucksack immer alles schnell zur Hand.

Jugendliche, die lieber minimalistisch und ohne viel Schnickschnack unterwegs sind, greifen lieber zu dem Modell Fly. Auch hier findet man ein gepolstertes Rückenbett, höhenverstellbare gepolsterte Träger mit Mesh-Einsatz sowie viel Platz. Sein stärkster Vorteil ist sein Gewicht von nur circa 600 Gramm.

Stilsicher und trendbewusst sind die neuen Designs für 2020. So

auch das Design „Lost in Black“ mit der aktuell sehr beliebten Farbe bei Teenagern, schwarz. Besonders ist das metallisch schimmernde Wabenmuster, welches einen modernen Industrial-Style verleiht. „My heart blooms“ hebt sich durch im Beeren-ton gehaltene florale Akzente hervor. In Kombination mit einem dunklen Blau wirkt der Schulrucksack stylisch, feminin und sportlich zugleich. Cool und trendy überzeugt das Design „Camo nation“ mit einem Camouflage-Muster in kühlen Blautönen. „Mint to be“ zeigt sich in türkis, der Trendfarbe für 2020, und mit stylischen rosagoldenen Akzenten. Passend in allen Designs sind jeweils die Champ Sporttasche mit praktischem Nass- und Schmutzfach und die Catch Schlamperbox erhältlich.

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

neoxx, die Schulrucksack-Marke für die weiterführende Schule ist unstopppable. Die neoxx Schulrucksäcke machen alles mit und sind dabei bequem, leicht und super stylisch.



# Ein wahres Pastellparadies am Schreibtisch

Ob pudriges Rosa, Mintgrün oder zartes Blau – Pastelltöne sind angesagt! Durch das Design sollen Jugendliche und junge Erwachsene angesprochen werden. Mit dem umfassenden Pastellsortiment können auch vor und nach dem Schulgeschäft Zusatzumsätze erzielt werden.

Die Produkte der „Pastel Line“ von Staedtler laden mit ihren zarten Farben zum Malen und Verzieren ein. Das Sortiment umfasst Produkte aus verschiedenen Produktbereichen. Darunter fallen Farbstifte in zwölf zartpudrigen Nuancen, die in einem Kartonetui

erhältlich sind (146 C12 PA). Die Bleistifte der Produktreihe (118 BK6 PA und 119 BK2 PA) sind in Anlehnung an den gelb-schwarzen Klassiker, den Noris Bleistift, designt und erhöhen so den Wiedererkennungswert. Neben den holzgefassten Bleistiften in

ergonomischer Dreikantform zählen auch Druckbleistifte in sechs verschiedenen Pastellfarben zur Produktreihe. Diese sind auf Blisterkarten (777 05BKPA) oder im Köcher (777 KP36PA) verfügbar. Fineliner und Fasermaler des triplus-Sortiments sind innerhalb der „Pastel Line“ in der praktischen Staedtler-Box mit sechs perfekt abgestimmten Farben erhältlich (323 SB6 PA und 334 SB6 PA). Textsurfer gibt es in vier oder sechs pastelligen Tönen in hängbaren Etuis (364 CWP4PA und 364 CWP6PA). Alle Stifte der „Pastel Line“ sind Made in Germany.

Abgerundet wird das Sortiment durch Radiergummis (525 PSBKPA), Spitzer (512PS2BKPA) und Zirkel (556 00-PA1 und 556 00 PA2), die ebenfalls durch eine Optik in zarten Pastellfarben überzeugen.

## Weitere Verpackungsvarianten: Gemischte Sets

Die gemischten Sets bieten eine durchdachte Zusammenstellung der Einzelprodukte. Die zwei gemischten Sets zum Markieren,





Das Sortiment der Staedtler Pastel Line besteht aus Blei- und Buntstiften sowie Finelinern, Fasermalern, Textsurfern, passenden Accessoires und Zirkeln.

Die äußerst ansprechenden Thekendisplays sind speziell für die junge Zielgruppe gestaltet.



Schreiben und Malen enthalten neben einer Auswahl an tri-plus-Produkten und Textsurfern (61 SBK1 PA) bzw. zusätzlich Farbstiften (61 SBK2 PA) auch pastellfarbene Sticker zum Ausmalen oder Notizzettel. Die gemischten Sets (61 SBK3 PA und 61 SBK4 PA) bieten eine Kombination aus Bleistiften, Radierer und Spitzern.

#### Der Pastel-Trend am Point of Sale

Die Designs der Verpackungen und Displays treffen den Geschmack der jungen Zielgruppe und greifen den anhaltenden Pastelltrend auf. Die verschiedenen Stifte, Spitzer und Radierer der „Pastel Line“ sind bereits lieferbar. Die Zirkel sind ab November 2019 verfügbar. Die Produkte können in attraktiven, bereits bestückten Thekendisplays präsentiert werden.

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



Ob zu Hause oder unterwegs, fürs Büro oder Hobby – in ihren zwei Fächern organisiert die praktische Doppel-Mini alles was schnell zur Hand sein soll.

## Champion im Doppel

Sie ist der Champion für die kleinen, wichtigen Dinge des Lebens. Jetzt gibt es die beliebte Meori Faltbox Mini fürs Office und zu Hause im praktischen Doppel und vier schicken Farbkombinationen.

**T**olles Geschenk und Ordnungswunder für Stifte, Schlüssel, Handy, Schmuck, Kosmetika, Koch- und Bastelsachen. In der Einzelvariante hat sich die Meori Faltbox Mini bereits ihren Titel als flexible Alleskönnerin geholt. In der Doppelvariante erweitert sie nun ihr Repertoire um viele Spielzüge mehr. Ob zu Hause oder unterwegs, fürs Büro oder Hobby – in ihren zwei Fächern organisiert die praktische Doppel-Mini alle Dinge, die schnell zur Hand sein sollen: einfach, übersichtlich und ausgestattet mit einem praktischen Tragegriff. Und weil Flexibilität ein Muss ist, lassen sich nach Bedarf

ein Fach oder die ganze Box super flach zusammenfalten.

Die Meori Faltbox Doppel-Mini erscheint in vier Eye-Catcher-Kombinationen: frisch in Azur Blue/Candy Mint, sommerlich in Pink Berry/Dream Rose, belebend in Hibiskus Red/Lava Black sowie elegant in purem Lava Black.

### Agil im Spiel – die Doppel-Mini fürs Office

Eine besondere Stärke entfaltet die Doppel-Mini von meori im Bereich New Work. Denn die Routine von agilen Methoden und wechselnden Teams erfordert auch,

dass die richtigen Arbeitsmittel zur richtigen Zeit griffbereit sind. Ein leichtes Spiel für die smarte meori Faltbox: Ihre zwei Fächer bieten genügend Platz für Stifte, Präsentationsmittel, elektronische Devices und wichtige Accessoires. Zwei Netztaschen innen sortieren Kleinteiliges übersichtlich. Der angenehme Griff erleichtert das (einhändige) Tragen. Dazu lässt sich die doppelte Faltbox Mini bei Bedarf auf die Hälfte reduzieren oder komplett zusammengelegt platzsparend verstauen. Eine so einfach wie geniale Lösung für moderne Arbeitswelten.

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



Alle Meori Lösungen lassen sich mit wenigen Handgriffen auf- und zusammenfalten und platzsparend verstauen.

# Tragekomfort neu erleben

Hochwertige Schulranzen zeichnen sich nicht nur durch Funktionalität und hochwertiges Design aus. Auch die Ergonomie ist ein entscheidender Faktor. Hier ist McNeill immer einen Schritt voraus mit dem McNeill Ergo McAir.

Die Ergonomie eines Schulranzens setzt sich aus mehreren bedeutenden Aspekten zusammen. Neben den gepolsterten Schulter-, Becken- und Brustgurten ist auch die Höhenverstellbarkeit des Tragesystems eines der Elemente, die an einem guten Ranzen auf die Bedürfnisse der Kinderkörper im Wachstum perfekt abgestimmt sein sollten. Zudem spielen das Eigengewicht des leeren Schulranzens, die Grö-

ße und Form sowie der physiologische Aufbau des individuellen Kinderrückens eine Rolle bei der Bestimmung der Ergonomie eines Schulranzens. Tragekomfort ist ab sofort neu erlebbar mit dem McNeill Ergo McAir.

Ein aufblasbares Luftpolster im Bereich der Lendenwirbelsäule optimiert zusätzlich den Sitz des Schulranzens und ist ganz individuell einstellbar. Der Ergo McAir mit hö-

henverstellbarem SmartFlex Tragesystem und dem Air-Polster, macht es möglich, dass die Ergonomie noch besser auf die Bedürfnisse und den Körperbau der Kinder angepasst wird. Dessen Polsterwirkung lässt sich mit der McAir-Pumpe und dem Auslassventil flexibel regulieren und individuell auf den Rücken der Kinder abstimmen.

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



- ✓ Luftpolster im Bereich der Lendenwirbelsäule
- ✓ Hightech-Rückenpolster mit Drei-Punkt-Ergonomie
- ✓ Mit höhenverstellbarem SmartFlex Tragesystem
- ✓ Schlüsselbund
- ✓ 20 Liter Volumen
- ✓ Zwei Bücherfächer im Hauptfach
- ✓ Organizer in der Vortasche
- ✓ Innenliegende Seitentaschen mit Reißverschluss



Mit den Calli.Brush Metallic Pens wächst die Lust am kreativen Tun rund ums Schreiben, Handlettering oder vielen weiteren Möglichkeiten.



Die neue Calli.Brush Metallic Edition von Online sorgt mit fünf unverwechselbaren Farben für einzigartige Schreiberlebnisse.



## Glänzende Kreationen

Alle DIY-Fans und Kreative können sich freuen, denn sie wurden lange erwartet und bald sind sie erhältlich: Rechtzeitig zu Weihnachten präsentiert Online Schreibgeräte die Calli.Brush Metallic Edition in stylischen Farben und metallischem Look.

Man braucht sie nicht zu suchen oder die Augen offen zu halten. Denn sie schimmern einem schon von Weitem auf Einladungen, Postkartenständern und Glückwunschkarten entgegen: Metallisch glänzende Farben auf einem dunklen Hintergrund. Der metallische Look fällt auf und ist längst zum Trend geworden. Jetzt halten die stylischen Farben auch in der DIY- und Kreativszene Einzug. Um diesem speziellen Stil Rechnung zu tragen, haben die Kreativ-Spezialisten von Online getüftelt und metallische Partikel in die Tinte ihrer Brushpens gepackt. Lange muss man sich auch nicht mehr gedulden, denn ab November ist sie da: Die Calli.Brush Metallic Edition von Online mit fünf unverwechselbaren Brushpens.

Wer sich schon mal ein dunkles Papier bereitlegt, kann auch sofort

mit dem Gestalten loslegen, denn dafür sind die Calli.Brush Metallic perfekt geeignet. Wenn man sie dann in den Händen hält, sind den kreativen Ideen in den Farben Metallic Gold, Silver, Red, Green und Blue keine Grenzen mehr gesetzt. Mit der flexiblen Pinselspitze und der Kalligrafiespitze – die wegen der Metallpartikel in der Tinte mit 2,5 Millimeter minimal breiter ausfällt als bei den bereits bekannten Calli.Brush von Online – lassen sich Handlettering und Kalligrafie wunderbar miteinander vereinen.

Wie wäre es denn zum Beispiel mit einer selbst gestalteten Weihnachtskarte für die Lieben? Gerade der Herbst und die Vorweihnachtszeit halten viele tolle Anregungen und Motive bereit. Zusammen mit einer selbst gestalteten Karte sind die neuen Metallic Calli.Brush in ihrer nachhaltigen und stilvollen

Verpackung in der Bamboo Box übrigens auch das ideale Geschenk unter dem Weihnachtsbaum.

Zum Schluss noch ein kleiner Tipp des Schreibgeräteherstellers an die Anwender: Wegen der Metallpartikel in der Tinte sollte man seine Metallic Calli.Brush am besten liegend lagern.

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



Bei Online einzigartig: Die Double Tip Pens mit Pinsel-Spitze und Kalligrafie-Spitze.



In der Kategorie „Exklusive Grußkartenkollektion“ wurden die Serien „Black & Gold“ und „Geburtstag“ prämiert.

## Mehrfach ausgezeichnet

Bereits im März wurden die Grußkarten von Perleberg beim Wettbewerb der „Goldenen Grußkarte“ in zwei Kategorien mit dem ersten Platz ausgezeichnet. Auch bei den „Card Couture Awards“ in Prag hatten die innovativen Grußkarten die Nase vorn.

**P**erleberg ist ein deutscher Trendsetter für Grußkarten und eine unvergleichliche Marke in der Branche. Grundlage des Erfolgs ist die Kreativität und die Qualität der Produkte. Flankiert wurden diese Eigenschaften mit dem doppelten Gewinn eines AVG Grußkartenpreises. Nun wurde Perleberg erneut für seine innovativen Grußkarten ausgezeichnet.

Beim diesjährigen „Card Couture Award“ des italienischen Feinstpapierherstellers Fedrigoni waren Kreative, Produzenten, Verleger, Auftraggeber und Industrieunternehmen eingeladen, ihre besten Arbeiten auf den weißen Naturqualitäten der „Card Nature & Highline“-Kampagne und den hochweißen Chromosulfatkartons der „Symbol Card“-Kollektion einzureichen.

In einer spannenden Jury Night einigte sich die Expertenjury auf eine

beeindruckende Auswahl kreativer Druckerzeugnisse in den Kategorien „Kommunikation & Design“, „Grußkarten“, „Packaging & Luxury Packaging“, „Kalender“, „Universitäten/Fachschulen“ sowie in der neuen Kategorie „Bücher“.

Am 16. September hieß es in der Goldenen Stadt Prag: „And the winner is“. Die Finalisten der dritten Ausgabe des „Card Couture Awards“ erwartete ein unvergleichlicher und spannender Abend mit festlicher Preisverleihungsgala im prächtigen Repräsentantenhaus „Obecní dům“. – Gratulation den Gewinnern, die von Marcus Lange, Director Fedrigoni Deutschland, mit den begehrten Awards in Gold, Silber und Bronze ausgezeichnet wurden, darunter Perleberg mit der Serie „Black & Gold“ und „Geburtstag“ in der Kategorie „Exklusive Grußkartenkollektion“. Fedrigoni Director

Marcus Lange überreichte den „Card Couture Award“ in Gold an Perleberg Geschäftsführer Nils Wittler.

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



Marcus Lange (rechts) überreicht den „Card Couture Award“ in Gold an Nils Wittler.



Aus FIMO leather-effect entstehen exklusive Accessoires, die nachgebastelt werden können.

Stefanie Flügler und Ines Landenberger sind Designerinnen des Labels Ludwig & Therese. In Kooperation mit Staedtler entwarfen sie ihre eigenen Wiesn-Accessoires aus FIMO leather-effect.

# Trachtenaccessoires zum Selbermachen

Staedtler zeigt gemeinsam mit dem Münchner Trachtenlabel Ludwig & Therese, wie mit kreativen Ideen das Oktoberfest-Outfit zu einem ganz individuellen Hingucker wird. Das neue FIMO leather-effect sorgt dabei für inspirierende DIY-Vorlagen.

Nach der Wiesn ist vor der Wiesn: Wenn es um das richtige Outfit zum Oktoberfest geht, ist Tracht schon lange nicht mehr nur traditionell. Für den individuellen Feinschliff eignen sich daher Accessoires – sie sind ein Must-have, um den persönlichen Look zu betonen.

## Die Verbindung von Fashion und DIY

Staedtler und Ludwig & Therese haben sich deshalb in diesem Jahr zu einer kreativen Kooperation zusammengefunden. Das Ziel: eine Accessoire-Kollektion im Wiesn-Look zum Selbermachen. Die Designer haben mit der neuen Modelliermasse FIMO leather-effect rund zehn kreative Ideen umgesetzt und Modelle entworfen: vom süßen Wiesn-Herz-Anstecker über einen praktischen Minigeldbeutel bis hin zur Handtasche: „Jedes Teil

greift aktuelle Trends auf und ergänzt in Stil und Farbgestaltung auch unsere diesjährige Ludwig & Therese Kollektion“, freut sich Stefanie Flügler, Gründerin von Ludwig & Therese. „Wir wollen mit unseren Ideen inspirieren. Das Besondere an dieser Kollektion ist, dass immer absolute Unikate entstehen, wenn zuhause eigene Accessoires gestaltet werden“, ergänzt Ines Landenberger, Designerin von Ludwig & Therese.

Staedtler bietet mit der neuen Modelliermasse FIMO leather-effect ein Produkt, das sich Nähen, Schneiden, Prägen und Formen lässt. „Wir freuen uns sehr, dass wir mit FIMO leather-effect ein neues Produkt im Sortiment haben, mit dem auch junge Modedesigner gerne arbeiten“, sagt Britta Olsen, Leitung Marke und Kommunikation.

## Der Weg zum ganz individuellen Wiesn-Look

Die gesamte Kollektion wurde bereits am 18. Juli exklusiv im Flagshipstore von Ludwig & Therese in München der Öffentlichkeit vorgestellt. Zahlreiche Influencer der DIY- und Lifestyle-Szene konnten unter Anleitung von Kreativexperten ihre eigenen Accessoires gestalten, sich zur Arbeit mit den Materialien austauschen und von den Ideen der Designer inspirieren lassen. Am 26. September fand passend dazu das Staedtler Wiesn-Event auf dem Oktoberfest statt.

Jedes Accessoire der Kollektion kann nachgebastelt werden. Step-by-step Anleitungen in unterschiedlichen Schwierigkeitsstufen laden dazu ein, selbst kreativ zu werden und das eigene Oktoberfest-Outfit aufzuwerten.

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



Zehn neue Artikel gehören zum WashiDekor-Sortiment von Folia.



# Dekorieren leicht gemacht

Kleine Schachtel, großer Effekt. Mit dem neuen, hochwertig gestanzten „WashiDekor“ lassen sich schnell und einfach tolle Dekorations- und Bastelideen umsetzen. Das Band lässt sich leicht abrollen, abreißen und aufbringen.

Das neue „WashiDekor“-Sortiment von Folia startet mit insgesamt zehn neuen Artikeln. Bestehend aus vier Einzelrollen mit je 15 mm Breite, sowie sechs Schachteln mit je ein bis vier Rollen (10-50 mm Breite). Auch farblich ist für jeden Geschmack etwas dabei: Silber,

Gold, Anthrazit, Weiß und Pastelltöne. Angelehnt an die „WashiTapes“, haben die neuen „WashiDekor“ Einzelrollen und Packungen die gleichen Maße, um gemeinsam verkauft werden zu können. Einige Schachteln sind mit hochwertiger Heißfolie veredelt. Darauf abgebil-

dete Motive sind in Originalgröße dargestellt. Ein echter Hingucker im Regal – auch prima als kleines Geschenk geeignet. Genau wie seine Produkt-Schwester „WashiTape“ besteht das „WashiDekor“ aus FSC zertifiziertem Papier.

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



# Life style



## Wisch und weg

Sieht Angry Mama Schmutz, kocht sie vor Wut! Vor allem in der Mikrowelle. Egal ob Suppe, Pizza oder Nudeln mit Tomatensoße, Fett- und Schmutzablagerungen breiten sich schnell in der ganzen Mikrowelle aus. Und das nicht nur in einer Studenten-WG. Und wer wischt die Mikrowelle nach dem Gebrauch schon immer

frisch aus? Ganz genau.... Angry Mama übernimmt ab jetzt die Schmutzarbeit und reinigt die Mikrowelle in weniger als 5 Minuten. Das einzige was Angry Mama dafür braucht, ist etwas Essig und Wasser. Nie war Putzen einfacher. Einfach das Haar- und Kopfelement entfernen, Angry Mama bis zur Markierung mit Essig und

Wasser befüllen und für 3 Minuten bei 500 Watt in der Mikrowelle kochen lassen.

Der hierbei entstehende Dampf löst dabei Schmutz- und Fettspritzer. Anschließend werden die Schmutzreste einfach mit einem Tuch weggewischt. Klingt kinderleicht? Ist es auch!

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

## Jedis am Herd

Die Kollektion Star Wars x Le Creuset fängt die facettenreichen Persönlichkeiten und Kulturen des Star Wars-Universums ein

und feiert die Geschichten, die bei Fans aller Altersklassen für Begeisterung sorgen. Die witzige, liebevoll gestaltete Serie hat für jeden etwas zu bieten: ob Padawan oder Jedi-Meister(koch) –

die beliebtesten Figuren aus Star Wars und die legendäre Qualität von Le Creuset unterstützen die Fans bei ihren kulinarischen Abenteuer immer optimal.

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



## Prost!

Longdrinks machen deutlich mehr Spaß mit Trinkhalm und „Cheers“ ist die umweltfreundliche und vor allem sichere Alternative. Das bewährte Superglas-Material ist im normalen Gebrauch nahezu unzerstörbar und kann nicht wie Glas zersplittern.

Der ideale Trinkhalm also für wilde Parties, große Gartenfeste und Kindergeburtstage. „Cheers“ ist tausendfach nutzbar, einfach zu reinigen, dazu selbstverständlich lebensmittelecht, spülmaschinenfest und ohne jegliche Weichmacher. Das nachhaltige Must-Have! [www.koziol.de](http://www.koziol.de)

# Scout



## Schön knifflig

Die können sich sehen lassen: Die neue Rätselreihe von Moses besticht durch eine raffinierte Handtaschenoptik und einen besonders bunten Rätselmix. Stefan Heine vereint in „Rätsel to go“ 20 verschiedene

Rätselarten: Kreuzworträtsel, Labyrinth, Sudoku, Schwedenrätsel, Drudel, ... Die modischen Rätsel sind also nicht nur schön, sondern auch noch schön knifflig und abwechslungsreich. Sie erschei-

nen gleich in vier trendigen Editionen. Da ist für jeden Style auf jeden Fall die passende Tasche, Pardon, das passende Buch dabei!

[www.moses-verlag.de](http://www.moses-verlag.de)



## Winterliche Welt

Zwei neue Tafeldecor-Kollektionen von Ambiente Europe feiern mit mystischen Farbtönen zwischen Weiß, Grau und Petrol den Zauber des Winterwaldes: „Forest Fog“ und „Winter Deer“. Sie passen zum Hütengaudi und zum Jagdessen genauso gut wie zu gemütlichen Mahlzeiten daheim, wenn es draußen eisig kalt ist. Schön auch für die Tischdekoratation während der Weihnachtszeit!

„Forest Fog“ zeigt eine in Nebel gehüllte Tannenkulisse, die romantisch und zugleich ein wenig geheimnisvoll wirkt. Das Design mit geschmackvoll linearer Gestaltung passt sich allen Produkten der Serie perfekt an, so dass sich ein stimmungsvolles Ensemble bilden lässt. „Winter Deer“ präsentiert einen Hirsch mit stolzem Geweih, der eben aus dem Wald heraustritt und den Blick direkt auf uns gerichtet hat. Schnee bedeckt sein Fell, Schneeflocken umgeben ihn – ein eindrucksvolles Motiv für alle, die sich für eine winterliche und unberührte Natur begeistern können.

Die Serie „Forest Fog“ umfasst Tissue-Servietten in zwei Größen, eine große und eine kleine Kerze, einen Tischläufer und ein Tablett aus Melamin im Format 15 x 23 Zentimeter. Die Kollektion „Winter Deer“ besteht ebenfalls aus Servietten in zwei Größen, außerdem enthält sie eine große Kerze, ein Tablett im Format 13 x 21 Zentimeter und eine Tasse aus Fine Bone China für 0,4 Liter.

[www.ambiente.eu](http://www.ambiente.eu)



## Für die Party

Für echte Genussmomente – für alle Sinne – sorgen die Trinkgläser der Serie „Lucente“ von Leonardo. Die Gläser erhalten als Veredelung einen handwerklichen Farbauftrag. So wirken die Becher, Sekt- und Weingläser „Lucente“ in Blau, Grün,

Braun und Amber nicht nur brillant, sondern haben einen metallisch irisierenden Glanz. Auch die „Spiritii“-Kollektion ist optimal für die festliche Silvesterparty geeignet. Die Kelchgläser besitzen ein einzigartiges Relief, welches von den Kelchen bis

zum Fuß gezogen ist. Wer es noch edler mag, für den gibt es die Sekt-, Likör- und Trinkgläser „Spiritii“ auch mit handaufgetragenem Goldrand. Damit verleiht man jeder Party den besonderen Glamour.

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

Die Ideal-Jahresendaktion bietet neben dem Schutz vor Strafen sowohl Handelspartnern wie auch Endkunden viele Spareffekte.



# Idealer Datenschutz spart viel Geld

Die Schonfrist bei Verstößen gegen die DSGVO scheint vorbei zu sein. Inzwischen wurden zahlreiche Bußgelder verhängt. Damit es nicht soweit kommt, hat Ideal eine Aktion gestartet, die nicht nur dem Datenschutz dient, sondern ebenso Geld spart.

Die jüngst verhängten Bußgelder und zunehmenden Sanktionen bei Verstößen gegen die DSGVO sind ein klares Indiz für die gestiegene Bedeutung des Themas Datenschutz. Passend dazu offeriert Ideal seinen Handelspartnern eine Jahresendaktion unter dem Motto „Idealer Datenschutz spart viel Geld!“. Neben dem Schutz vor horrenden Strafen bietet diese Aktion sowohl Handelspartnern als auch Endkunden zusätzliche Super-Spareffekte.

## Kaum Bußgeld-Sanktionen im ersten Jahr

Die Datenschutz-Grundverordnung, kurz DSGVO, wurde vor rund 18 Monaten eingeführt. Eine europaweit drastische Verschärfung der Datenschutzgesetze war die Folge. Bei Verstößen beläuft sich der maximale Bußgeldrahmen zwischenzeitlich auf 20 Millionen Euro oder vier Prozent des Jahres-

umsatzes eines Unternehmens – Imageschaden inklusive. Die ursprünglich befürchtete riesige Abmahnwelle ist in der Anfangsphase zwar ausgeblieben und vielfach entstand das Empfinden, dass die Behörden mit hohen Bußgeldern nicht so wirklich Ernst machen. Doch diese vermeintliche Schonfrist ist definitiv vorbei. Die Abmahnungen nahmen zu und die Behörden verhängten deutlich höhere Strafen.

## Datenschutzpannen werden inzwischen drastisch geahndet

Zwischenzeitlich gibt es europaweit, aber auch in Deutschland, bereits eine Vielzahl an Beispielen, bei denen Zuwiderhandlungen gegen die Datenschutzgesetze mit drastischen Bußgeldern geahndet wurden. Das erste Bußgeld in zweistelliger Millionenhöhe wurde dabei in Frankreich erlassen: Im Januar 2019 hatte die französische Datenschutzaufsicht Google ein



Bußgeld von 50 Millionen Euro aufgebremst. In Portugal wurde gegen ein Krankenhaus eine Strafe von 400 000 Euro fällig, unter anderem weil zu viele Personen Zugriff auf Patientendaten hatten. Derzeit macht unter anderem die britische Datenschutzaufsicht ICO (Information Commissioner's Office) mit der Androhung von Rekord-Bußgeldzahlungen von sich Reden: Neben einer namhaften Hotelkette soll auch eine führende Fluggesellschaft wegen Verstößen gegen die DSGVO Buß-

gelder von umgerechnet rund 110 Millionen Euro bzw. über 200 Millionen Euro bezahlen.

Im Vergleich dazu haben die Deutschen Datenschutzbeauftragten zur Durchsetzung der DSGVO bislang deutlich geringere Bußgelder verhängt, aber auch hier zeigt sich: Tendenz deutlich steigend. Die drei höchsten Bußgelder betragen bis dato jeweils 80000 Euro. Zwei davon verhängte Baden-Württemberg. Im ersten Fall waren persönliche Gesundheitsdaten im Internet gelandet. Im zweiten Fall hatte ein Finanzunternehmen personenbezogene Daten unsachgemäß entsorgt. Die Behörde in Rheinland-Pfalz bemängelte im dritten Fall die Verarbeitung von Daten ohne Rechtsgrundlage sowie unterbliebene Löschung. Und in Berlin wurde ein Bußgeld über 50000 Euro erlassen. Hier hatte eine Bank unbefugte Daten ehemaliger Kunden verarbeitet.

### **Ideal Jahresendaktion „Idealer Datenschutz spart viel Geld!“**

Die Ideal Jahresendaktion 2019 zeigt, warum man mit Ideal Aktenvernichtern gleich mehrfach spart: So schützt der Einsatz DSGVO-sicherer Ideal Aktenvernichter in der erforderlichen Sicherheitsstufe vor allem vor existenzgefährdenden Strafen. Mit dem bereits ange-



führten Bußgeld-Höchstbetrag von 20 Mio. Euro kann das persönlich

mögliche Sparpotenzial hierbei gleich in die Millionen gehen. Denn alle Ideal-Aktionsmodelle erfüllen die Empfehlung der ISO / IEC 21964 (DIN 66399), personenbezogene Daten auf Papier in der Sicherheitsstufe P-4 oder P-5 zu vernichten. Damit ist man auf der sicheren Seite. Ein ausgewähltes Sortiment an Aktenvernichter-Bestsellern kann der Fachhandels-Partner hierbei zu Sonderkonditionen ordern. Die Jahresend-Aktion liefert den Handelspartnern ebenfalls wichtige Argumente, um den Endkunden zu überzeugen, seine papierbasierten Prozesse mit Ideal Schreddern absolut DSGVO-konform zu gestalten.

Neben enormer Stärke, Ausdauer und Schnelligkeit überzeugen die Ideal Schredder „Made in Balingen“ zudem durch ihre extreme Ausdauer und Langlebigkeit. Für diese Investition müssen sich Kunden daher nur einmal entscheiden und sparen ein Leben lang.

Und zum dritten lassen sich alle Aktenvernichter-Aktionsmodelle der Ideal Jahresend-Aktion als geringwertige Wirtschaftsgüter (Nettowert bis 800 Euro zzgl. Mehrwertsteuer) sofort in einem Betrag abschreiben. Die entsprechende Steuerersparnis ist inklusive.

### **Ideale Verkaufsförderung – individuell und crossmedial**

Die Verkaufsarbeit seiner Fachhandels-Partner unterstützt Ideal mit



vielfältigsten Kommunikationselementen, wodurch das Thema beim Endkunden über verschiedenste Kanäle platziert werden kann. Dies erlaubt dem Handel ein hohes Maß an Individualisierung – und gilt sowohl für Print- wie auch für Online-Medien. Daneben runden verschiedenste Verkaufsförderungs-Aktivitäten via Homepage und Onlinemarketing sowie eine gezielte Pressearbeit das attraktive Marketing-Paket ab. Auf dem geschützten Händlerbereich unter [www.ideal.de](http://www.ideal.de) kann diese Ideal Jahresendaktion ebenfalls bequem online bestellt werden. Neben einer Aktionsbeschreibung bietet sich hier die Möglichkeit, die Aktionsmodelle sowie die Werbemittel zu ordern und alle Verkaufsförderungs-Medien herunterzuladen. Damit können sich die Handelspartner ihre Aktion unter dem Motto „Idealer Datenschutz spart viel Geld!“ ganz individuell zusammenstellen.

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

Individuell und crossmedial: umfangreiche Abverkaufsunterstützung steht zur Verfügung.

Alle Ideal-Aktionsmodelle erfüllen die Empfehlungen, personenbezogene Daten auf Papier in den Sicherheitsstufen P-4 und P-5 zu vernichten.





# Vernichten statt wegwerfen

Der süddeutsche Bürotechnikhersteller HSM sieht sich als Aufklärer und Ratgeber in Sachen Datenschutz. Neben einer ausgebauten Datenschutzkampagne unterstützt das Unternehmen seine Fachhändler mit TÜV- und IHK-zertifizierten Datenschutzberatern.

Damit die Fachhändler ihre Zielgruppen noch genauer ansprechen können wurde die erfolgreiche HSM Datenschutz-Kampagne weiter ausgebaut und wird auch weiterhin das Bild von HSM prägen. Mit dem modifizierten Slogan „Vernichten statt wegwerfen. Mit HSM Aktenvernichtern.“ startet die Kampagne neu durch. Um das Bewusstsein, wie schnell

persönliche Daten in die falschen Hände gelangen können, weiter zu schärfen, wurden die Zielgruppen-Geschichten auf nun insgesamt 16 Fallbeispiele bzw. Branchen ausgebaut. Jede Zielgruppe kann so individuell angesprochen werden. Unter anderem werden die Zielgruppen Medizin, Steuerberater, Juristen, Behörden, Personalabteilungen, Banken, Hotels,

gemeinnützige Organisationen/ Schulen u. v. m. abgedeckt. Die Fachhändler können zielgruppenorientiert in das Thema EU-DSGVO und Datenschutz einsteigen und zwischen 16 Zielgruppen bzw. Personen wählen. Dafür stehen die Zielgruppengeschichten als Lang- und Kurztext, eine Expertenempfehlung mit entsprechender Aktenvernichter-Auswahl sowie



Stefan K., 30 Jahre,  
Schreiner



Daria M., 28 Jahre,  
Junior Art Director



Angelique K., 62 Jahre,  
Hoteldirektorin

Webcontent zur Verfügung. Darüber hinaus gibt es zielgruppenorientierte Aktionsflyer, die individuell mit Preis- und Logoeindruck versehen werden können – für die direkte Ansprache der betreffenden Branchen. Für die Online-Ansprache stehen Online-Banner, Produkt- und Anwendungsvideos, Newsletter-Content und vieles mehr bereit. Die Internetseite [www.hsm.eu/datenschutz](http://www.hsm.eu/datenschutz) informiert darüber hinaus ausführlich zum Thema Datenschutz. Dort sind die einzelnen Zielgruppen-Geschichten zu finden, über eine entsprechende Expertenempfehlung gelangt der Website-Besucher direkt zu der passenden Geräte-Auswahl.

### Die häufigsten Datenschutzlücken in Deutschland

Zu den häufigsten Datenschutzlücken zählt leider noch immer, dass in vielen Fällen gar kein Aktenvernichter im Einsatz ist oder ein Aktenvernichter mit der falschen Sicherheitsstufe. Oftmals werden bei der Erstellung von Sicherheitskonzepten die Home-Office Arbeitsplätze der Mitarbeiter bei der Ausstattung vergessen. Des Weiteren werden die Rechte und Pflichten bei der Auftragsdatenverarbeitung immer wieder unterschätzt. Der Zutritt Unbefugter zu Büroräumen bzw. Datenträgern, wie z. B. USB-Sticks, ist ebenfalls ein nicht zu unterschätzendes Risiko – insbesondere bei der Beauftragung von externen Dienstleistungen.

### Mehr Stationen – mehr Risiken

Viele Unternehmen entscheiden sich angesichts der Frage, ob sie ihre Daten lieber intern oder extern vernichten, vorschnell für einen Dienstleister. Was dabei meist übersehen wird: Das Unternehmen bleibt weiterhin selbst in der Haftung – selbst bei klarem Verschulden des Dienstleisters. Die Rechnung ist ganz einfach, je mehr Stationen und Hände ein Datenträger vor seiner Vernichtung durchläuft, desto größer wird das Risiko



Jürgen Weiss, Harry Stein und Thorben Buck (v.l.) sind für HSM als TÜV- bzw. IHK-zertifizierte Datenschutzberater im Einsatz.

eines unbefugten Zugriffs. Bei der externen Vernichtung summieren sich die einzelnen Stationen des Datenträgers schnell – dazu gehören die Sammlung in einem zentral aufgestellten Behälter, die Leerung aller Boxen in einen großen Behälter, die Abholung durch den Dienstleister, die Zwischenlagerung vor Ort bis hin zur Vernichtung, möglicherweise zusammen mit Datenträgern von anderen Unternehmen, in einer Großschredderanlage. Der Aufwand und die Kosten für die externe Vernichtung werden ebenfalls häufig unterschätzt, hier sind erhebliche Einsparungen möglich. Datenschutzberater sind überzeugt von der höheren Datensicherheit bei einer Inhouse-Vernichtung, da die Daten das Haus nicht mehr verlassen müssen, sondern direkt von jedem Mitarbeiter selbst vernichtet werden können.

### Gebietsverkaufsleiter als Datenschutz-Experten

Die interne Bildung von Know-how ist ein fundamentaler Bestandteil der Philosophie von HSM. Oberstes Ziel ist es, am Markt auch weiterhin als Experte in puncto Datenschutz aufzutreten. Mit Harry Stein, Jürgen Weiss und Thorben Buck sind insgesamt drei TÜV- bzw. IHK-zertifizierte Datenschutzberater für HSM am Markt im Einsatz, immer mit dem Auftrag DSGVO-konforme Lösungen für die Kunden zu finden, die weit über die Beschaffung eines Gerätes hinausgehen. Die drei Experten sind sich dabei einig: „Wir leben immer schneller, mobiler und effizienter.

Leider verzichten Privatpersonen und Unternehmen dabei oft auf

ihre Privatsphäre bzw. die Sicherung von sensiblen Daten und werden dadurch zu gläsernen Nutzern sowie Opfern ihrer eigenen Nachlässigkeit. Nur ein kompetenter Partner, der eine nachweisliche Expertise zum Thema Datenschutz vorweisen kann, ist für Fachhändler eine qualifizierte Unterstützung zu einer umfangreichen Kundenzufriedenheit und aktiven Absatzsteigerung. Chancen gilt es zu nutzen: HSM Aktenvernichter stehen als Premium-Produkt an der Spitze von Qualität, Service und Kompetenz!“

Zu dem HSM-Gesamtpaket gehört deshalb nicht nur die Beratung sowie eine Stellplatzanalyse, sondern auch die Begleitung bei der Erstellung eines ganzheitlichen Datenschutz-Löschkonzeptes. Insbesondere bei der Beschaffung mehrerer Geräte kann sich auch eine Beratung hinsichtlich Miet- und Leasingangebote lohnen.

Das Nonplusultra unter den Aktenvernichtern, ist die Premium-Linie HSM SECURIO mit 36 Monaten Hersteller-Garantie, einer hervorragenden Ausstattung und umfangreichen Optionsmöglichkeiten, wie beispielsweise Metallerkennung, Medienschnidwerke etc. Bei den Partikelschnitt-Varianten ist ein automatischer Öler serienmäßig integriert. Von der Premiumqualität „Made in Germany“ können sich die Kunden bei einer 14-tägigen Teststellung überzeugen – beispielsweise von den Aktenvernichtern der HSM SECURIO P-Serie mit dem innovativen Steuerungskonzept IntelligentDrive mit Touchdisplay.

[www.hsm.eu](http://www.hsm.eu)

„Zenith 520 Gold“

„Zenith 548 Gold“



„Zenith 585 Gold“



## Ein Hauch von Luxus

Balma, Capoduri & C. ist seit über neun Jahrzehnten der Hersteller der traditionsreichen Klebepaste „Coccolina“ sowie der Heftgeräte „Zenith“. Der italienische Hersteller aus Voghera hat jetzt seine erfolgreichsten Produkte „vergoldet“.

Die „Zenith 548 Gold“ ist die erfolgreichste Heftzange des italienischen Herstellers Balma, Capoduri & C. Sie erscheint ab sofort in einem speziellen Look. Zusammen mit der bekannten Qualität, der Funktionalität und der Eleganz eines hochwertigen Heftgerätes, eignet sich dieses Gerät hervorragend als originelles Geschenk, ob für private oder geschäftliche Anlässe.

Das Tischheftgerät „Zenith 520 Gold“ ist mit seinem einzigartigen Design jetzt noch unverwechselbarer geworden. Elegant abgerundete Linien und goldene Oberflächen verint mit hervorragender Leistung und einem unvergleichliches Prestige.

„Zenith 585 Gold“, eigentlich ein einfaches Produkt, das Brieföffner und effektiver Heftklammerentfer-

ner zugleich ist, wird in dieser besonderen Ausführung für Liebhaber von schönen und nützlichen Dingen noch exklusiver.

Abgerundet wird die neue Linie durch die dreieckigen Büroklammern „Zenith 815 Gold“. Waren sie bereits in ihrer Edelstahlversion innovativ, sind sie durch Vergoldung nun noch einzigartiger und exklusiv.

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



„Zenith 585 Gold“



Die Multifunktionswagen sind flexibel in verschiedensten Arbeitsumgebungen einsetzbar.

Das Advanced Modell verfügt über Griffe zur komfortablen Fortbewegung.

Die Trolleys verfügen über eine Schublade, die sich mittels Soft-Close-Funktion eigenständig schließt.

# Effiziente Organisation ins Rollen bringen

Die neuen Quadro Multi Trolleys von Durable sind vielseitig einsetzbare Kleinmöbel für Arbeitsplatz und Home Office. Sie werden in frischen Farben von soft bis knallig angeboten und zeichnen sich durch ein modernes Design aus.

Neue Arbeitskonzepte erfordern flexibel einsetzbare Einrichtungslösungen. Das moderne Multifunktionswagen-Sortiment der Quadro Multi Trolleys von Durable vereint vielseitige Einsatzmöglichkeiten mit stilvoller Eleganz. Die Modelle schaffen unkompliziert und platzsparend zusätzlichen Stauraum, wo er gerade gebraucht wird. In Büro- und Konferenzräumen setzen sie ebenso farbenfrohe Akzente wie in Praxen, Kanzleien, Empfangsbereichen oder auch im Home Office.

Feste, stationäre Arbeitsplätze nehmen ab. Wer beispielsweise am Montag konzentriert im Ruhebereich an einer Präsentation arbeitet, feilt am Dienstag vielleicht schon gemeinsam mit den Kollegen in der Meetingzone an der weiteren Ausarbeitung. Wichtige Unterlagen und Equipment müssen dabei mit umziehen. Auch

beim Catering ist Mobilität gefragt, damit Kaffee, Tee & Co. überall griffbereit sind. Die neuen Quadro Multi Trolleys – als Quadro Multi Trolley Basic und Quadro Multi Trolley Advanced erhältlich – sind ein ideales bewegliches Aufbewahrungsmöbel. Beide sind mit vier stabilen, leichtgleitenden Rollen ausgestattet, wovon zwei der Rollen mit Bremsen für einen festen Stand am gewünschten Platz sorgen.

In Modern Work Umgebungen werden Gestaltungselemente und Farbaspekte zunehmend gezielt eingesetzt, um die Konzentration und Kreativität am Arbeitsplatz zu unterstützen. Dank ihres hochwertigen Materials, einer klaren Formensprache und trendiger Farben fügen sich die funktionalen Aufbewahrungsmöbel in jede Umgebung ein und machen überall eine gute Figur. Mit ihren schmalen Maßen und angesagter

Farbgebung in Eisblau, Hellbraun und spritzigem Gelb geben die Multifunktionswagen motivierende Impulse für den Arbeitsprozess und integrieren sich problemlos in private Wohnlandschaften.

Die Trolleys werden aus hochverdichteten Faserplatten hergestellt, die besonders stabil, kratzfest, feuchtigkeitsbeständig sowie schwer entflammbar sind. Durch ein variabel versetzbare Brett kann die übrige Fläche nach Bedarf individuell aufgeteilt werden. Beim Basic Modell ist die Ablagefläche offen zugänglich, in der Advanced Ausführung mit einer Tür verschließbar. Alle Wagen sind mit zwei Kabeldurchlässen ausgestattet – je einer an der Rück- und an der Bodenseite. So lassen sich elektrische Geräte wie Laptop oder Kaffeemaschine problemlos transportieren und vor Ort an die Stromversorgung anschließen.

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

Der „Bosse dialogue cube“ bietet sich als formschöne, praktische Rückzugsmöglichkeit für das vertrauliche Gespräch unter vier Augen an.



Das modulare „Dauphin Reefs“ eignet sich dank seiner Schallschutzwände besonders gut für konzentriertes Arbeiten.



Die Dauphin-Gruppe ist der einzige Hersteller von Industriestühlen, die vom AGR e.V. als besonders rückengerecht ausgezeichnet wurden. Auch mit auf der A+A: Der Tec profile.

Die Bürostühle von Dauphin werden regelmäßig mit dem AGR-Gütesiegel versehen. Dieses Mal auf der A+A dabei: Die Drehstuhlfamilie „Dauphin Stilo ES“.



# Ganzheitlicher Ansatz

Moderne Arbeitsumgebungen wie Open Spaces und hoch spezialisierte Industrieanlagen schaffen Voraussetzungen für hervorragende Arbeit. Die Dauphin-Gruppe bietet umfassende Lösungen für akustische und ergonomische Herausforderungen.

Ob Open Space Büro oder Fertigungsumgebung – optimale Arbeitsbedingungen sind die Basis für Höchstleistungen. Diese modernen Arbeitsumgebungen stehen jedoch oft vor der Herausforderung, den Geräuschpegel angenehm zu halten. Hierfür zeigt die Dauphin HumanDesign Group auf der diesjährigen A+A vom 5. bis 8. November in Düsseldorf Lösungen, die den höchsten Ansprüchen genügen.

## Perfekte Akustik

Die neue Generation des „Bosse human space“-Systems setzt Benchmarks im Bereich der Raum-im-Raum-Lösungen. Elegantes, hochtransparentes Design, innovative Technik und überlegene Funktionalitäten: Mit seiner extrem hohen Schallpegel-Differenz ermöglicht der „Bosse cube 4.0“ sowohl absolut vertrauliche Gespräche mit angenehmer Akustik als auch das störungsfreie Arbeiten außerhalb des Raums. Im Industrieumfeld lassen sich damit Meisterbüros, Besprechungszimmer und Pausenräume einrichten, in denen immer eine angenehme Atmosphäre herrscht.

In Open Spaces werden sie zu flexibel gestaltbaren Räumen, in denen man ungestört arbeiten oder angeregt diskutieren kann, ohne die Kollegen in der Umgebung zu stören. Für ruhige Telefonate und Besprechungen auf kleinerem Raum bietet Bosse zudem den „Bosse telephone cube 2.0“ und „Bosse dialogue cube“ mit einer Schallpegeldifferenz von bis zu 40 dB.

## Reif für die Insel

Der Büroalltag hat sich in Zeiten der Digitalisierung grundlegend gewandelt. Zahlreiche Aufgaben können dank mobiler Endgeräte flexibel und außerhalb fester Bürostrukturen erledigt werden. Dadurch werden vielfältige Arbeitsinseln, Co-Working-Spaces und Mittelzonen neben der klassischen Schreibtischarbeit immer wichtiger. Die Lounge-Kreation „Dauphin Reefs“ der Designerin Jessica Engelhardt bietet unendliche Gestaltungsmöglichkeiten von Kommunikations- über Arbeits- bis hin zu Ruhezonen. Die modulare Sitzlösung ermöglicht dank ihrer Formenvielfalt unendliche Gestal-

tungsmöglichkeiten. Dabei schaffen die innovativen Akustikwände geräuscharme und visuell abgeschirmte Arbeitszonen und sorgen für einen angenehmen Geräuschpegel im Open Space.

## Rückengerechtes Arbeiten

Als innovativer Hersteller ergonomischer Sitzmöbel zeigt die Marke Dauphin auch auf dieser A+A ihr Portfolio körpergerechter Industriestühle. Dauphin ist der einzige Hersteller von Industriestühlen, dessen Sitzmöbel für Industriearbeitsplätze im Sinne einer rückengerechten Prävention vom AGR e.V. ausgezeichnet wurden. Auch die Bürostühle von Dauphin werden regelmäßig mit dem AGR-Gütesiegel versehen. Dieses Mal auf der A+A dabei: Die Drehstuhlfamilie „Dauphin Stilo ES“. Die schlichte, zeitlos-markante Formensprache der neuen Serie von Designerin Jessica Engelhardt lenkt gekonnt den Blick aufs Wesentliche. Alle Modelle der Serie sind personalisierbar und kommen mit einem Minimum an Bauteilen aus.

[www.dauphin-group.com](http://www.dauphin-group.com)



Der Neue der Familie Flokk „RH New Logic“

# Maßgeschneiderter Sitzkomfort

Mit der Einführung des „RH New Logic“ bietet der schwedische Hersteller RH, eine Marke von Flokk, eine innovative Sitzlösung, die individuellen Komfort und ansprechendes Design mit langlebiger Qualität verbindet.

Seit über 40 Jahren verfolgt RH das Ziel, Bürostühle zu entwickeln, die eine gesunde, aufrechte Haltung fördern, gleichzeitig Entlastung und Bewegungsfreiheit bieten und so dabei helfen, dauerhaft fokussiert und konzentriert zu arbeiten. Angetrieben von diesem Anspruch entstand auch die neueste Innovation der schwedischen Traditionsmarke: der „RH New Logic“. Als konsequente Weiterentwicklung des bewährten „RH Logic“ perfektioniert die Sitzlösung die Kombination aus leichter Bedienbarkeit, Komfort, langlebiger Qualität und nachhaltigem Design. Damit bringt RH zusammen, was unabdingbar ist für erfolgreiches Arbeiten: ein bequemes Sitzgefühl sowie eine bestmögliche Unterstützung, auch an langen Tagen – für jeden Nutzer, zu jeder Zeit, in jeder Situation.

Form follows function – der RH New Logic ist die Versinnbildlichung dieses Leitbilds. Seine vi-

suelle Gestaltung spiegelt dessen Funktion wider. So sorgt die gewölbte, taillierte Rückenlehne nicht nur dafür, den Rücken aufrecht zu halten, die Polsterung im oberen Bereich der Rückenlehne – das sogenannte Tvedt-Kissen – drückt die Schulterblätter sanft nach hinten und der Brustkorb öffnet sich automatisch. Ein freies, tiefes Atmen und eine bessere Versorgung mit Sauerstoff sind die Folge. Der Winkel der Rückenlehne sowie der Neigungswiderstand können stufenlos auf die individuellen Vorlieben und Tätigkeiten angepasst werden, ob vorgebeugt für Bildschirmarbeit oder zurückgelehnt für längere Telefonate. Darüber hinaus entlastet die luftregulierte Lordosenstütze den unteren Rücken zusätzlich. Auch das Sitzpolster ist so gestaltet, dass die nach vorne abgeschrägte Sitzkante als auch die passgenau verstellbare Sitztiefe den Druck auf die Oberschenkel minimieren. Das Ergeb-

nis ist eine verbesserte Blutzirkulation der Beine. Das innovative Herzstück des „RH New Logic“ ist die „2PP“-Sitzmechanik: Dank dieser korrespondieren die primären Neigungsachsen des Stuhls, die sogenannten Pivot Points, mit den maßgeblichen Bewegungsachsen des Körpers – dem Knie- und Hüftgelenk. Zum einen werden die Gelenke entlastet und geschont, da sie sich sanft, leicht und mühelos bewegen. Zum anderen bleiben die Füße bei jeder Bewegung fest auf dem Boden und bieten Stabilität sowie Kontrolle. Der Nutzer wird aufgrund der uneingeschränkten Bewegungsfreiheit motiviert, die Sitzposition zu wechseln. Der RH New Logic folgt jeder kleinsten Bewegung spielend und bietet vollflächige Unterstützung in jeder Position. Dies schafft die perfekte Basis für Konzentration, Leistungsfähigkeit und Wohlbefinden – an jedem Arbeitstag.

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



Hansa präsentiert hochwertige Leuchten unter dem Brand „Hansa Premium“ und in einem neuen, hochwertigen Erscheinungsbild.

## Leuchten mit Mehrwert

Auch dieses Jahr hat Hansa sein Leuchtensortiment um weitere interessante Modelle erweitert. Die neuen Leuchten enthalten moderne Features wie Tageslicht- und Bewegungssensor, Wireless Charger oder Steuerung per Fernbedienung.

Mit einem erweiterten Leuchtensortiment von „Hansa“ präsentiert sich die Styro GmbH weiter als kompetenter und interessanter Partner für den Handel.

Die elegante Stehleuchte LED Saphir, erhältlich in der Farbe Weiß, passt in jedes moderne Büro. Sie verfügt über einen Bewegungssowie Tageslichtsensor. Dank des Tageslichtsensors wird die Lichtstärke im Verhältnis zum Umgebungslicht automatisch angepasst. Dies erhöht den Beleuchtungskomfort dank einer konstanten und bedarfsgerechten Ausleuchtung des Arbeitsplatzes und ermöglicht damit eine Energieersparnis von bis zu 30 Prozent. Die Helligkeit lässt sich aber auch manuell über Touch-Dimmer stufenlos regulieren. Der Bewegungsmelder reduziert die Lichtstärke nach 30 Minuten auf 30 Prozent, bevor sich die Leuchte nach einer weiteren halben Stunde ganz ausschaltet. Diese Steuer- und Regelungsfunktionen sind wichtige Instrumente für ein modernes Lichtmanagement

und sorgen für eine qualitativ hervorragende, umweltschonende und kostengerechte Beleuchtung.

Als Stehleuchte im niedrigeren Preissegment bietet sich die „LED Beryll“ an. Die filigrane, moderne Stehleuchte bringt einen Lichtstrom von knapp 4000 Lumen mit einer Lichtverteilung von 52 Prozent direkt/48 Prozent indirekt. Die Leuchte ist in weiss und schwarz erhältlich.

### Tischleuchtenmodelle

Mit der LED Smart bringt Hansa nicht nur eine Tischleuchte mit brillantem Licht an den Arbeitsplatz, mit ihrer Wireless Charging Funktion lädt sie auch gleichzeitig Ihr Smartphone kabellos auf. Die elegante Leuchte liefert helles Licht für konzentriertes Arbeiten. Das Licht lässt sich stufenlos Dimmen und ebenso kann die Farbtemperatur angepasst werden. Nach Bedarf kann die Ausleuchtung von symmetrisch zu asymmetrisch schrittweise verschoben werden. Per Knopfdruck bietet auch die LED Smart eine automati-

sche Abschaltfunktion nach 30 Minuten an.

Seit neuestem ist unter der Marke Hansa auch die LED-Leuchte „Venus“ auf dem Markt. Der Alu-Doppelarm dieser Schreibtischleuchte sorgt für eine große Ausladung. Die Leuchte verfügt über einen Drei-Stufen-Dimmer am Leuchtenkopf.

### Hochwertige Deckenleuchte

Neben der bereits etablierten LED 40-124 Deckenleuchte erweitert nun die hochwertige LED Alu Connect das Hansa-Sortiment an Deckenleuchten. Bedient wird sie über die mitgelieferte Fernbedienung. Damit lassen sich sowohl Lichtstärke wie auch Farbtemperatur optimal und einfach an ihre Lichtbedürfnisse anpassen. Die Leuchte lässt sich zudem Gruppen zuordnen und kann somit einzeln oder als Teil einer Gruppe gesteuert werden. Dank der mitgelieferten filigranen Stahlseilaufhängung kann die Leuchte sowohl direkt an der Decke montiert oder als Pendelleuchte benutzt werden.

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



# Wissenswertes über alle HP Papiere

Damit Kunden von International Paper künftig besser und schneller das richtige HP Papier für ihre individuellen Bedürfnisse finden, hat das Unternehmen eine eigene Webseite für Endanwender ins Leben gerufen.

**W**elches Papier für welchen Zweck? Und was haben HP Papers überhaupt im Portfolio? Über welche Händler bekomme ich HP Papers überhaupt? Die Antworten auf solche und ähnliche Fragen finden sich auf der für Endanwender neu gestalteten HP Webseite [hp-papers.eu](http://hp-papers.eu). Die Seite richtet sich vor allem an interessierte Verbraucher – also all jene, für die die Qualität und Einsatzbreite des Papiers für ihre Drucker zählt.

Auf der Webseite gibt es Informationen satt – zum einen natürlich zum neusortierten HP Paper-Portfolio, das nun folgende sechs Papiere enthält: den Farbspezialisten HP Color Choice, das besonders weiße HP Premium, das stauresistente und druckeroptimierte HP Office, das Multifunktionspapier HP Everyday sowie die auf tägliche Anwendungen ausgelegten HP Home & Office und HP Copy. Der Zellstoff aller HP Papiere stammt zu 100 Prozent aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern. HP Papers sind

FSC oder PEFC zertifiziert und tragen das EU-Ecolabel.

Doch nicht nur zu Produkten selbst informiert die Webseite, sondern zu allem, was in der großen weiten Welt des Papiers von Interesse ist. Zum Beispiel zum Thema Nachhaltigkeit. Oder zu Synergien aus den unterschiedlichsten Kooperationen und Konzepten. Oder zu wichtigen Initiativen wie HP Office Pink Ream, die sich dem Kampf gegen den Brustkrebs verschrieben hat.

Dank der großen Auswahl an HP-Papers steht für jede Büroanwendung das richtige Papier zur Verfügung.



Mit ihrer übersichtlichen Gestaltung bietet die Website Informationen auf einen Klick, lädt aber auch zum Stöbern und Entdecken ein. Wer mehr zum Leistungsspektrum des Anbieters erfahren möchte, wer alles über die Eigenschaften der einzelnen Papiere der HP Papers Range wissen will – oder darüber, was die Marke ausmacht und welche Werte sie lebt...für den ist die neue Website genau die richtige Adresse im Netz.

**[hp-papers.eu](http://hp-papers.eu)**

# 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](mailto:verlag@zarbock.de)  
Internet: [www.pbsreport.de](http://www.pbsreport.de)

### Druck

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

### Geschäftsführung



Dipl.-Ing. Ralf Zarbock

### Redaktion



Pietro Giarrizzo (V.i.S.d.P.) / gia  
Telefon 069/42 09 03-79  
Handel/Industrie, Digital Business, Bürobedarf u. -technik  
[pietro.giarrizzo@zarbock.de](mailto:pietro.giarrizzo@zarbock.de)



Sabine Baumstark / sab  
Telefon 069/42 09 03-85  
Schule, Freizeit, Papeterie, Grußkarten  
[sabine.baumstark@zarbock.de](mailto:sabine.baumstark@zarbock.de)



Dr. Stephanie Dreyfürst / drey  
Telefon 069/42 09 03-78  
Arbeitswelten, Gesundheit, Ergonomie  
[stephanie.dreyfuerst@zarbock.de](mailto:stephanie.dreyfuerst@zarbock.de)



Ann-Katrin Jaeger / jae  
Telefon 069/42 09 03-58  
Lifestyle, Kreativ- und Hobbysortimente  
[ann-katrin.jaeger@zarbock.de](mailto:ann-katrin.jaeger@zarbock.de)

### Mediaberatung



Armin Schaum  
Telefon 069/42 09 03-55  
[armin.schaum@zarbock.de](mailto:armin.schaum@zarbock.de)

### Anzeigenposition/Aboservice



Daniel Weil  
Telefon 069/42 09 03-72  
[daniel.weil@zarbock.de](mailto:daniel.weil@zarbock.de)

### Erscheinungsweise:

Monatlich. Zusammenlegung einzelner Hefte zu Doppelheften vorbehalten.

### Bezugspreise

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

### 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. (IWV)

Erklärung gemäß § 5 des Hess. Pressegesetzes:

Zarbock Media GmbH & Co. KG, Sontraer Straße 6, 60386 Frankfurt am Main

## Termine

13. bis 15. November 2019

**Big Buyer, Bologna/Italien**  
[www.bigbuyer.info](http://www.bigbuyer.info)

5. bis 7. Januar 2020

**Trendset, München**  
[www.trendset.de](http://www.trendset.de)

6. bis 9. Januar 2020

**Stationery Fair, Hong Kong**  
[www.messefrankfurt.com.hk](http://www.messefrankfurt.com.hk)

11. bis 13. Januar 2020

**Nordstil, Hamburg**  
[nordstil.messefrankfurt.com](http://nordstil.messefrankfurt.com)

24. bis 27. Januar 2020

**Christmasworld, Frankfurt/M.**  
[www.christmasworld.messefrankfurt.com](http://www.christmasworld.messefrankfurt.com)

25. bis 28. Januar 2020

**Paperworld/Creativeworld, Frankfurt/M.**  
[paperworld.messefrankfurt.com](http://paperworld.messefrankfurt.com)  
[creativeworld.messefrankfurt.com](http://creativeworld.messefrankfurt.com)

29. Januar bis 2. Februar 2020

**Spielwarenmesse, Nürnberg**  
[www.spielwarenmesse.de](http://www.spielwarenmesse.de)

7. bis 11. Februar 2020

**Ambiente, Frankfurt/M.**  
[ambiente.messefrankfurt.com](http://ambiente.messefrankfurt.com)

29. Februar bis 2. März 2020

**ILM Winter Styles, Offenbach**  
[www.ilm-offenbach.de](http://www.ilm-offenbach.de)

24. bis 28. März 2020

**didacta, Stuttgart**  
[www.messe-stuttgart.de](http://www.messe-stuttgart.de)

4. bis 6. Mai 2020

**duoSymPos, Berlin**  
[www.duo.de](http://www.duo.de)

14. bis 16. Mai 2020

**Büroring, St. Wolfgang/Österreich**  
[www.bueroring.de](http://www.bueroring.de)

**Weitere Termine finden Sie auf unserer Homepage unter [www.pbsreport.de](http://www.pbsreport.de) → Termine**

## November-Dezember 2019

- Insights-X Nachlese – „PBS-Stars 2019/2020“
- Drucker, Kopierer und Scanner
- Büro-Organisation/Rund um den Schreibtisch
- Facility- und Zusatzsortimente

**Die nächste Ausgabe des PBS Report erscheint am:**

**22. November 2019 (Anzeigenschluss 7. November 2019).**

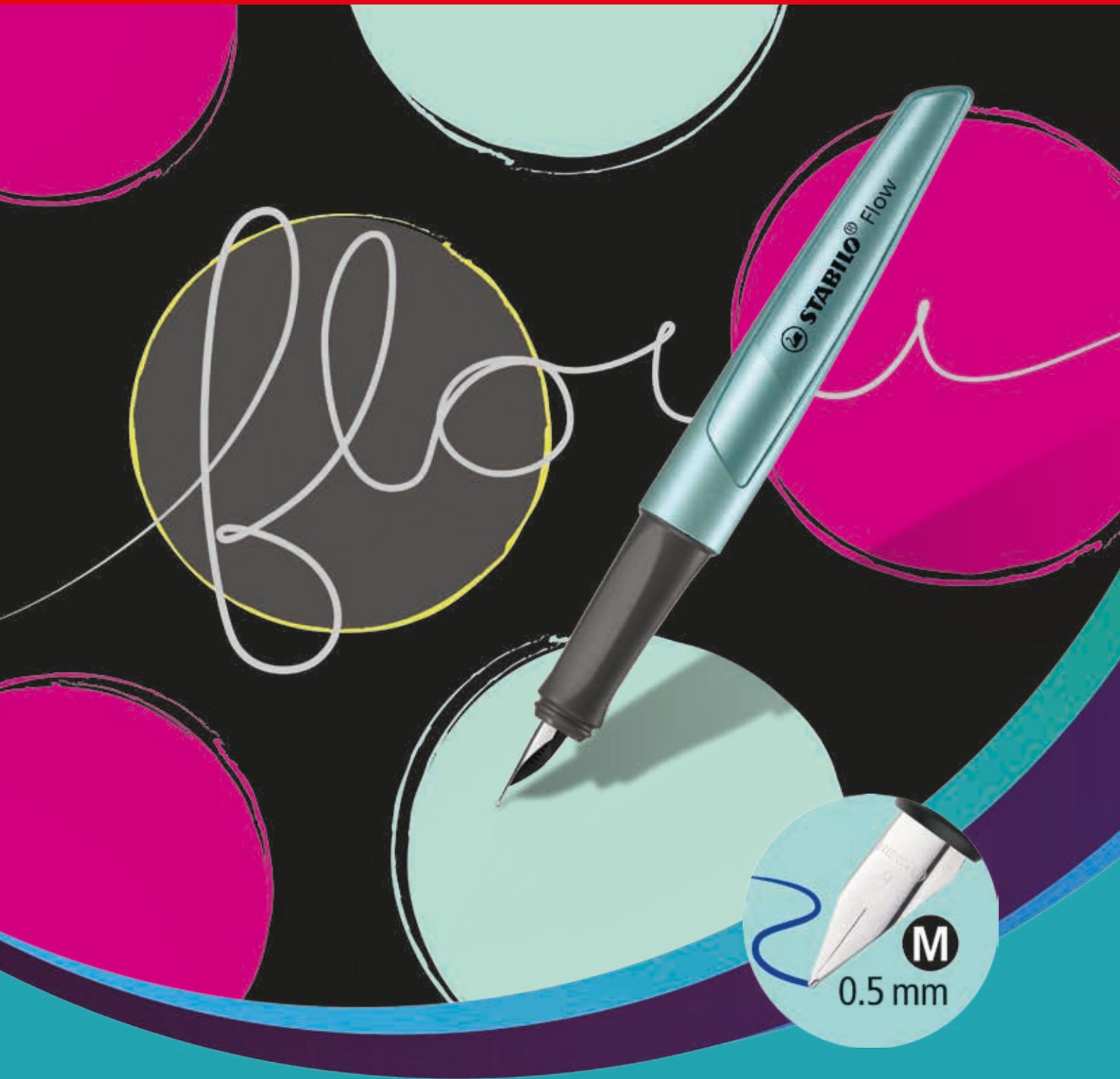
Neu am Magazin-Himmel.



Must-Have für Kreative.



Zarbock Media GmbH & Co.  
verlag@zarbock.de  
www.kreative-arbeitswelten.de



**STABILO® Flow**  
STYLISCHER FÜLLER

