

# pbsreport

magazin für büro & papeterie



**18 | Soennecken**  
Genossenschaft kommt  
gut durch die Krise

**20 | Messe Frankfurt**  
Consumer Goods  
Digital Day am 20. April

**26 | PBS Green Award**  
Die Gewinner 2021  
stehen fest



**Laurel Klammern** ist ein modernes, innovatives Unternehmen mit hoher Produktqualität und einer Fertigung „Made in Germany“.

Mit Leidenschaft und Innovationsgeist, neuen Produkten und überraschenden Lösungen überzeugt Laurel Klammern seit über **60 Jahren** durch geniale Helfer für Büro und Haushalt.

Die frisch und responsiv gestaltete Webseite von Laurel Klammern ([www.laurel-klammern.de](http://www.laurel-klammern.de)) informiert und inspiriert den Besucher über die fröhlichbunten, praktischen und cleveren Bürohelferlein.

In den sozialen Medien informiert das Unternehmen regelmäßig über Trends und neue Produkte. Wünsche und Anregungen der Kunden werden aufgenommen und fließen in Produktentwicklung und Sortimentserweiterung ein.



## UMWELT UND NACHHALTIGKEIT!

Das schwäbische Traditionsunternehmen aus Aichwald, in der Nähe von Stuttgart, legt großen Wert auf einen verantwortungsvollen und nachhaltigen Umgang mit den Ressourcen.

Laurel Klammern setzt ausschließlich REACH konforme Kunststoffe ein: lebensmittelneutral, antiallergisch, leicht, flexibel, antimagnetisch und sortenrein zu trennen – da keine Verbundstoffe.

Laurel Klammern verwendet ausschließlich hochwertige Kunststoffe. Durch die "Sortenreinheit" (keine Verbundstoffe) ist es möglich, die Klammern in Kristall-Farben, Glasklar oder – ganz besonders mit Glitter herzustellen.

Farbstoff, Granulat oder Pulver sind frei von gesundheitsgefährdenden Stoffen.

Produktionsbedingt entstehende Kunststoffabfälle werden aufgearbeitet und wieder der Fertigung zugeführt. Ein nahezu abfallfreier Produktionskreislauf.

**UNSER BEITRAG FÜR UMWELT UND NACHHALTIGKEIT!**



**Laurel Klammern GmbH**  
Schurwaldstrasse 114  
73773 Aichwald  
Deutschland

Telefon +49 (0)-711-36 98 58-0  
Telefax +49 (0)-711-36 98 58-28  
E-Mail [info@laurel-klammern.de](mailto:info@laurel-klammern.de)  
[www.laurel-klammern.de](http://www.laurel-klammern.de)





**Pietro Giarrizzo**  
Redaktion PBS Report V.i.S.d.P.

*Editorial*

## Wir sind systemrelevant

Mit Unmut reagierte der Handelsverband Büro und Schreibkultur (HBS) auf die unterschiedlichen Vorschriften in den einzelnen Bundesländern. Während der Schreibwarenfachhandel in Baden-Württemberg, Bayern und Berlin öffnen durfte, musste in den restlichen Bundesländern der stationäre Handel mit Büro- und Schulbedarf hingegen geschlossen bleiben (bis 14. Februar 2021).

Eine weitere Verlängerung der Maßnahmen in das Frühjahr hinein würde insbesondere die stationären Geschäfte hart treffen. Darunter auch die vielen kleinen und mittelständischen Fachgeschäfte für Schul- und Bürobedarf mit ihren umfangreichen Schul- und Bürobedarfssortimenten. „Es ist nicht nachvollziehbar, warum der Schreibwarenfachhandel nicht bundesweit als systemrelevant erachtet wird. Schließlich ist auch in den restlichen Bundesländern der Bedarf nach schulrelevanten Artikeln sowie Konferenztechnik und Arbeitsschutzutensilien in den Schulen, Universitäten, Kitas, Bürobetrieben, Kanzleien, Unternehmen, Behörden und Arztpraxen immens hoch und für einen effektiven Arbeitsablauf wichtig“, sagte Christian Haeser, HBS-Geschäftsführer. „Gerade in Zeiten von Homeoffice und -schooling ist eine Versorgung mit Büro- und Schreibutensilien für ein effizientes Arbeiten unerlässlich. Auch das Studieren an den Hochschulen wurde in die eigenen vier Wände verlagert. Hier muss die Aufrechterhaltung des Grundbedarfs an Büroverbrauchsmaterialien für einen reibungslosen Ablauf gewährleistet werden“, ergänzte Michael Ruhнау, Präsident des Handelsverbands Büro und Schreibkultur in Köln. Der Handelsverband hat daher zurecht an die Bundesländer appelliert, die Öffnung des Schreibwarenfachhandels generell zu erlauben.

Die Hygienekonzepte im Einzelhandel sind vorhanden und haben sich in der Praxis bewährt. Doch seitdem die Coronavirus-Schutzmasken-Verordnung nur FFP2- oder OP-Masken erlaubt, strömen die Menschen verstärkt in die Supermärkte, wähen sich dort in Sicherheit und halten kaum Abstände. Die „große“ Fläche ist das eigentliche Problem und nicht das „kleine“ stationäre Ladengeschäfte um die Ecke. Eine Stichprobe an einem Samstagnachmittag in Frankfurt ergab überfüllte Parkplätze beim Discounter und keine erkennbaren Hygienekonzepte - weder bei den Einkaufswagen noch am Eingang. Lediglich leere und teils defekte Desinfektionspender waren einsame Zeugen einer zu laschen Handhabung der Hygienemaßnahmen bei den „Kollegen“. Die Politik sollte den Supermärkten und Lebensmittel-Discountern bei nächster Gelegenheit vielleicht etwas genauer auf die Finger schauen.

Blieben Sie gesund, und viel Spaß beim Lesen dieser Ausgabe.

*Michael Ruhнау*

Mehr Informationen unter:

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

Drucker

Toner

Druckerpatronen

Schriftbänder

Etiketten



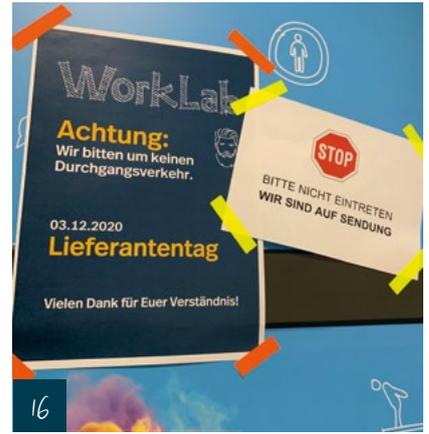
Schon über 200 Mio. Kunden weltweit

Riesige Produktpalette für tausende Geräte

Markenqualität zu kleinen Preisen

36 Monate Garantie





# Inhalt

## Editorial

- 3 Wir sind systemrelevant

## Handel und Forum

- 14 duo schreib & spiel - Jubiläumsjahr eingeläutet  
 15 Soennecken eG - Lieferantentag live im Internet  
 16 bueroboss.de - Webshop in Bestellplattform umgewandelt  
 17 imcopex - Partnerschaft mit Xerox abgeschlossen  
 18 Soennecken eG - Gutes Krisenmanagement

## Unternehmen und Profile

- 20 Messe Frankfurt - Consumer Goods Show abgesagt  
 22 PBS-Markenindustrie - Sechs Prozent weniger Umsatz  
 23 Herma - Führungswechsel im Geschäftsbereich Haftmaterial  
 24 Pilot Pen - Attraktive Handelsaktionen  
 25 Staedtler - Distributionsvertrag abgeschlossen  
 25 Faber-Castell - Transformation gestartet

## PBS Report Green Award

- 26 Die nachhaltigen Gewinnerprodukte

## Titel

- 30 Lamy - Premiumisierung als ganzheitlicher Qualitätsanspruch

## Papeterie und Lifestyle

- 34 Artoz - Neue Kreativsets mit Mehrwert  
 35 Skorpion - Nachhaltig in die Zukunft  
 36 Römerturm - Kreative Handlettering-Ideen

- 37 Pilot - Innovative Technologie trifft auf elegantes Design  
 38 Pentel - Antibakterieller Kugelschreiber für Hygiene im Alltag

## Schule und Freizeit

- 40 neoxx - Engagement für Umweltschutz  
 41 Thorka - Save the Planet: Für eine nachhaltige Zukunft

## Büro und Technik

- 42 Mondi - Kraftpapiermaschine für Papiertaschen  
 42 Balma, Capoduri & C. - Mit „Sixty“ zurück in die 60er-Jahre  
 43 Antalis - Selbstklebefolie mit antimikrobieller Technologie  
 44 Global Notes - Antimikrobielle Haftnotizen  
 44 Avery Zweckform - Anti-Virus-Schutzfolie  
 45 Kensington - Bewegung im Arbeitsalltag  
 46 Prof. Ruth Stock-Homburg - Flexible Arbeitsmodelle  
 47 Dauphin - In Bewegung  
 47 Assmann - Raum gestalten  
 48 Köhl - Entspannt am Schreibtisch  
 48 Palmberg - Abwechslungsreich  
 49 Wilkhahn - Platz für Arbeit  
 49 Wini - Im Sitzen und Stehen

## Obligatorisches

- 6 PBSzene  
 50 Impressum



Kunst- und Glückwunschkarten  
 A. Boss + Co AG

3322 Schönbühl · www.abc-cards.ch

## Peter Holtz-Kathan †

\*18. März 1942

† 5. Januar 2021



Wir alle trauern und leben ab jetzt mit dem Schmerz über den Verlust eines großartigen Menschen: Am 5. Januar 2021, im Alter von 78 Jahren, ist Peter Holtz-Kathan von uns gegangen. Nie mehr werden wir seine angenehm sonore Stimme vernehmen, nie mehr den Druck seiner stets ausgestreckten Hand spüren, nie mehr uns an seinem unnachahmlich gütigen und manchmal verschmitzten Lächeln erfreuen. Wir, die unmittelbare Familie, seine vielen Freunde und Bekannte, Geschäftspartner in aller Welt, die langjährigen Mitarbeiter seiner Firma, wir alle verspüren den Verlust dieses besonderen und sehr charismatischen Menschen. Denn Peter Holtz-Kathan war und ist heute noch ein Echo-Mensch, dessen Stimme nachhallt, selbst wenn er physisch nicht mehr unter uns ist. Auch in Zukunft wird er diejenigen von uns geistig begleiten, die in ihm ein Vorbild sahen, einen ganz Großen, herausragend aus der Masse.

Sein Werdegang, vom Kriegskind bis zum geschäftsführenden Gesellschafter eines weit über Deutschland hinaus bekannten Unternehmens, war von unendlichen Schwierigkeiten geprägt. Trotzdem setzte er sich mutig und unermüdet für die Geschicke und den Erfolg seiner Firma über fast sechs Jahrzehnte ein.

Der Anfang im elterlichen Unternehmen im Schatten seines Vaters, des genialen, erfindungsreichen Apothekers Hermann Holtz, war hart und unerbittlich. Der steinige Weg, der ihn mit den verschiedensten Verantwortungsfunktionen in der Unternehmensgruppe der drei GmbHs magnetoplan, transotype und transotherm sukzessiv über die Jahre wachsen ließ, war schicksalhaft und prägte ihn bis zum Schluss. Selbst zum Patriarchen geworden nach dem Tod seines Vaters, widmete er sein ganzes Leben dem ihm auferlegten Erbe. Mit unglaublichem Elan und angetrieben von wegbereitenden Visionen, wurde er zum leidenschaftlichen und erfolgreichen Vollblutunternehmer. Peter Holtz-Kathan führte sein Unternehmen auch durch die Wirrungen der Digitalisierung unserer Arbeitswelt. Als der Markt für die transotype und transotherm Produkte in den 1990er Jahren zusammenbrach, sicherte er dutzende Arbeitsplätze seiner Mitarbeiter mit privatem Eigenkapital und der Vision zu neuen Produktsegmenten, die das Unternehmen schließlich erfolgreich aus der Krise führten. Seine Firma wuchs von nun an zum Synonym einer modernen Denkschmiede mit international bekannten Qualitätsprodukten. Mit dem Zusammenschluss aller Marken unter dem Dach der Holtz Office Support GmbH zu einem großen und europaweit bekannten mittelständischen Unternehmen, bewies er nicht nur Mut zur Veränderung, sondern zeigte auch weise Voraussicht.

In der Folge übertrug Peter Holtz-Kathan bereits 2006 seinem Sohn Christopher Schritt für Schritt das Erbe. Als rührender Vater wachte er über dessen Aktionen und ließ ihn in der Verantwortung stetig wachsen, immer unter der väterlichen Obhut und einer gemeinsamen Geschäftsführung. Diesen klugen Schritt könnte man als sanften und erfolgreichen Generationswechsel bezeichnen. Der Mut zur frühen Gemeinsamkeit mit seinem Sohn wurde bereits lange vor seinem Tod mit bedeutenden Wirtschafts- und Designpreisen gekrönt. Viele Produkte genießen europaweit bis heute einen exzellenten Ruf. Dabei war es ihm wichtig, auch eine zuhörende und aufrichtige Vaterrolle für viele Mitarbeiter und viele seiner jüngeren Freunde zu erfüllen. Überall wurde er daher geliebt und geachtet.

Sollte er kurz vor seinem Tod noch einen Gedanken gehabt haben, dann muss er gefühlt haben, dass die Summe seiner Handlungen, in professioneller und menschlicher Hinsicht, richtig war. Peter Holtz-Kathan schlief friedlich in dem Bewusstsein ein, alles in die richtigen Bahnen gelenkt zu haben.

Wir alle werden ihn sehr vermissen. Er war einerseits ein so liebenswerter Familienmensch in seinen engsten Kreisen, andererseits auch ein charmanter, weit gereister Weltbürger. Er war ein Grand Seigneur voller Bescheidenheit, Demut und Güte und ein wahrhaftiger „Herr“ - heute selten gewordener Attribute. [www.holtzofficesupport.com](http://www.holtzofficesupport.com)



Torsten Stapel, Lyreco Deutschland

## Stapel leitet Marketing

Torsten Stapel hat als Marketing Direktor die Führung des Category- und Produktmanagements sowie den Bereich Marketing und Communication der Lyreco Deutschland GmbH am Hauptsitz in Barsinghausen bei Hannover übernommen. Stapel begann nach dem BWL-Studium seine Karriere bei großen internationalen Werbeagenturen und prägte mehrere Jahre die B2C-Marketingaktivitäten von Sony in verschiedenen Funktionen, national wie international. 2006 ergänzte Torsten Stapel sein B2C-Wissen um den B2B-Bereich: Er wechselte von Sony zu Sennheiser nach Hannover, wo er als Marketing Direktor insbesondere die digitalen Kommunikations- und Absatzkanäle auf- und ausbauen konnte und den grundlegenden Aufbau einer integrierten Marketing & Public Relation initiiert und vorangetrieben hat. Durch die strategische Neuausrichtung des B2B-Produktbereichs bei Sennheiser hatte er in dieser Zeit auch bereits größere Berührungspunkte mit der Handelsbranche. Als Bereichsleiter Marketing und Prokurist wechselte Torsten Stapel anschließend zur Deutschen Messe AG in Hannover und verantwortete dort das Produktmanagement, wie auch das internationale Markenmanagement. Dabei gestaltete er auch maßgeblich die digitale Entwicklung des Unternehmens.

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



Christian Schmidt, Prisma AG.

## Neuer Onlineauftritt

Die Prisma AG hat ihren Onlineauftritt komplett neu gestaltet. Sämtliche Vorteile und Dienstleistungen des Verbandes sowohl für Händler als auch für Lieferanten werden klar und deutlich kommuniziert. „Mit dem Relaunch des Auftritts schärfen wir unser Profil. Das Angebotsspektrum der Prisma AG reicht weit über das klassische PBS-Geschäft hinaus. Mittels der Website können sich Interessenten umfangreich vorab informieren und dann gerne mit uns in Kontakt treten. Abgerundet wird der neue Onlineauftritt durch eine Angebotsplattform im internen Bereich. Dort können Lieferanten zu den unterschiedlichsten Anlässen Angebote einstellen, die dann von den Händlern bestellt werden können“, erklärt Christian Schmidt, Vorstand der Prisma AG.

[www.prisma.ag](http://www.prisma.ag)



Armin Alt, perform IT.

## Auszeichnung erhalten

Das Softwareunternehmen perform IT, mit Sitz in Nürnberg und USA, gehört zu den Gewinnern der Buyers Lab (BLI) 2021 Pick and Outstanding Achievement Awards. Verliehen wird der Preis von Keypoint Intelligence, einem unabhängigen Bewerter von Software, Hardware und Dienstleistungen im Bereich Dokumentenmanagement. Ausgezeichnet wurde die Software mySalesDrive.com. Dieses webbasierte Tool wird zur Digitalisierung des Verkaufsprozesses im Bereich Managed Print und Managed IT Services eingesetzt. Die Software ermöglicht es dem Vertriebsmitarbeiter, eine schnelle und einfache Bewertung vorzunehmen und dem Kunden ein maßgeschneidertes Angebot zu unterbreiten. So wird das Tagesgeschäft durch digitale Arbeitsabläufe effizienter. Die Anwendung bildet die perfekte Kollaborationsplattform zwischen Kunde, Lieferant und Hersteller.

perform IT-Geschäftsführer Armin Alt erklärt: „Wir sind sehr stolz, diese bedeutende Auszeichnung zu erhalten. Ich möchte mich bei allen Kollegen von perform IT für die hervorragende Leistung bedanken - gerade in dieser herausfordernden Zeit. Und natürlich ein großes Dankeschön an alle unsere Kunden, die uns dabei unterstützen das Produkt ständig weiter zu entwickeln.“

[www.performIT.net](http://www.performIT.net)

## Dr. Manfred Lamy †

\*10. November 1936 † 17. Januar 2021



Unter der Führung des Heidelbergers Dr. Manfred Lamy entwickelte sich das unabhängige Familienunternehmen zur modernen und international erfolgreichen Schreibgeräte-Marke. Mit dem „LAMY 2000“ sorgte er für Furore und revolutionierte das Ansehen von Füllfederhaltern. Nun ist einer der bedeutendsten deutschen Designunternehmer im Alter von 84 Jahren verstorben.

Nach Abschluss seines Studiums der Volkswirtschaftslehre und Promotion trat der 1936 in Heidelberg geborene Manfred Lamy in das Unternehmen seines Vaters ein. 1962, mit gerade einmal 26 Jahren, begann er als Marketing- und Werbeleiter und entwickelte die bis heute gültigen Designprinzipien mit der charakteristischen Lamy-Formensprache. So brachte er 1966 mit dem legendären „Lamy 2000“ ein funktional-ästhetisches Schreibgeräteprogramm heraus, das zusammen mit dem bedeutenden Industriedesigner Gerd A. Müller entstand. Der neue Füllfederhalter, der das Millennium im Namen trägt, war und ist in vielerlei Hinsicht revolutionär. Ausgehend von dem Bauhaus-Gedanken „form follows function“ stellt er den praktischen Gebrauchswert in den Vordergrund. „Es war für die damalige Zeit eine mutige Entscheidung, solch ein Produkt zu machen“.

1973 wurde Manfred Lamy alleiniger Geschäftsführer und machte aus dem einst kleinen Heidelberger Schreibgerätehersteller einen Marktführer und Markenhersteller von internationalem Rang. Früh erkannte er, dass Design als wichtiges Differenzierungsmerkmal den Erfolg seiner Produkte maßgeblich beeinflussen würde und er arbeitete in der Folge mit international renommierten Gestaltern und Designstudios zusammen - darunter Richard Sapper, Franco Clivio, Naoto Fukasawa, Sieger Design oder Jasper Morrison. Die Kooperation mit Designern ist bis heute ein entscheidender Erfolgsfaktor: Jahr für Jahr erhalten Schreibgeräte, Verpackungen und Kommunikationsmittel von Lamy nationale und internationale Designpreise, die ihre außergewöhnliche gestalterische Qualität belegen - wie zum Beispiel den „Good Design Award“, den „red dot award“ oder den „Design Award of the European Union“. Im Jahr 2008 wurde Dr. Manfred Lamy persönlich mit dem Designpreis der Bundesrepublik Deutschland für sein Lebenswerk ausgezeichnet.

Ende 2006 erfolgte der Wechsel aus dem operativen Geschäft in den Beirat, dem heute seine beiden Kinder Vera und Markus Lamy angehören. Mit Bernhard M. Rösner übernahm dieser 2006 die operative Leitung des Unternehmens - und seit 2018 führt ein dreiköpfiges Team bestehend aus den langjährigen Mitarbeitern Beate Oblau, Thomas Trapp und Peter Utsch die Geschäfte des Unternehmens.

Dr. Manfred Lamys Energie floss nicht nur in die eigene Firma, er engagierte sich auch für seine Heimatstadt Heidelberg und war insgesamt 22 Jahre lang Mitglied im Gemeinderat, wo er seinen wirtschaftlichen Sachverstand einbrachte. Über viele Jahre fungierte er zudem als Beirat im Verein der Freunde der Benediktinerabtei Neuburg e.V. Gleichzeitig galt Dr. Manfred Lamy auch als leidenschaftlicher Kunstsammler. Sein Hobby pflegte er aber nicht nur im privaten Rahmen, sondern er entfaltete es auch in seinem Unternehmen. So machte er in der gläsernen „Galleria“, die sich neben dem markanten schwarzen Kubus am Grenzhöfer Weg in Heidelberg befindet, die von ihm gesammelte großformatige Kunst der gesamten Lamy-Belegschaft zugänglich. Darüber hinaus erfreuen im gesamten Haus und auf den Dachterrassen vielfältige Kunstwerke das Auge des Betrachters. Dr. Manfred Lamy war ein Visionär, der ein Vermächtnis hinterlässt, das in seiner Erfolgsgeschichte einmalig und außergewöhnlich ist. In seinem Sinne werden die Familie und die 380 Mitarbeiter sein Lebenswerk ehren und fortführen. [www.lamy.com](http://www.lamy.com)



Carsten Conrad, Berberich Systems

## Key Account neu besetzt

Carsten Conrad ist neuer Key Account Manager bei Berberich Systems. Er betreut ab sofort das Vertriebsgebiet Norddeutschland. Mit Carsten Conrad gewinnt Berberich Systems einen kreativen und erfahrenen Experten, der sich mit seinem fundierten Wissen perfekt ins Team fügt und Kunden gewinnbringend mit Rat und Tat zur Seite steht.

Der staatlich geprüfte Techniker und gelernte Konstrukteur für Lichtwerbeanlagen startete seine berufliche Laufbahn 1992. Conrad sammelte 38 Jahre Berufserfahrung in verschiedenen Positionen, mit Schwerpunkt im Vertrieb besonderer Werkstoffe. Bis zuletzt war er 20 Jahre bei Achilles Präsentationsprodukte beschäftigt. Als Leiter der Produktentwicklung für Musterbau/Kleinserienfertigung und Projektmanager Packaging kennt er sich in der Verpackungsbranche bestens aus.

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



Marc Gebauer

## Unternehmen verlassen

Die Lyreco Deutschland GmbH und ihr Geschäftsführer Marc Gebauer haben am Montag, 11. Januar 2021 bekanntgegeben, die gemeinsame Zusammenarbeit mit Beginn des Jahres 2021 zu beenden. Damit endet eine fast 20-jährige Epoche, in der Marc Gebauer zuerst in verschiedenen Vertriebsleitungsfunktionen und in den letzten zehn Jahren als Geschäftsführer die Entwicklung der Lyreco in Deutschland GmbH maßgeblich geprägt hat. „Lyreco ist ein tolles Unternehmen und ich bin stolz und dankbar, dass ich die Niederlassung in Deutschland über einen so langen Zeitraum führen konnte“, sagt Marc Gebauer. „Nun freue ich mich auf neue Herausforderungen, und bin sicher, dass die bestehende Mannschaft auch ohne mich mit Hilfe des typischen Lyreco Spirits die Lyreco Erfolgsgeschichte fortschreiben wird.“

Die Geschäftsführung übernimmt bis auf Weiteres Christophe Chambre, Zone Managing Director Europe der Lyreco Konzernmutter. „Wir danken Marc für sein langjähriges Engagement, seine unermüdliche Leidenschaft und seinen Einsatz für das Unternehmen, mit dem er unser Transformationsprojekt unterstützt hat. Jetzt schlagen wir ein neues Kapitel auf, um unseren Wachstumskurs weiter fortzusetzen“, sagt Christophe Chambre.

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

# artoz

## ENTDECKEN SIE UNSERE KREATIVEN NEUHEITEN

Vielseitig einsetzbare Beutel, Faltboxen und kleine Taschen, die sich perfekt eignen persönliche und individuelle Kreationen mit den wunderschönen neuen Stempel, Bänder und Tags ganz einfach zu Gestalten.

Kontaktieren Sie uns für eine Präsentation der Frühlings-Neuheiten.



  artozpapier  
[artoz.ch](http://artoz.ch)

# Office Mix an Soennecken-Logistik angeschlossen

Zum Jahresbeginn hat mit Office Mix aus Mannheim einer der führenden Streckenhändler Deutschlands damit begonnen, seine Logistik an Soennecken zu übergeben. Office Mix wird damit der größte Kunde von LogServe. Die Umstellung fand trotz pandemiebedingter Widrigkeiten vier Monate früher statt als ursprünglich geplant.

Am 4. Januar haben Office Mix und Soennecken den Hebel umgelegt. Für einen Großteil des Sortiments von Office Mix wird LogServe den Einkauf und die Logistik übernehmen. Der Streckenhändler hält aber nach wie vor ein reduziertes Sortiment mit vorwiegend Individualartikeln an seinem bisherigen Standort vor. Bei Soennecken wird auch ein kleinerer Teil der Aufträge vorkommissioniert und nach Touren sortiert an das Mitglied in Mannheim übergeben, um anschließend vom Office Mix-Fuhrpark ausgeliefert zu werden (LS2). Die meisten Aufträge werden aber komplett über Overath abgewickelt und im Namen von Office Mix direkt an den Kunden versandt (LS3).

„Soennecken hat in der Vergangenheit mehrfach bewiesen, dass sie Einkauf

und Logistik beherrschen“, begründet Office Mix-Geschäftsführer Peter Köhnlein die Umstellung. „Wir können uns so auf den Vertrieb und unsere Kunden konzentrieren. Das ist unsere Stärke. Jeder tut das, was er am besten kann. Und die Professionalität, mit der wir gemeinsam dieses anspruchsvolle Vorhaben miteinander umgesetzt haben, bestätigt uns in der Entscheidung, auf Soennecken zu setzen.“

Die neu etablierten Prozesse und technischen Anpassungen in der Logistik funktionieren: Einwandfreie Datenübergabe, Warenverfügbarkeit ohne unnötig hohe Bestände und pünktliche LS2-Lieferung nach Mannheim und München. „Die Umstellung unseres nunmehr größten LogServe-Kunden über den Jahreswechsel - und vier Monate früher als geplant - war ambitioniert und anspruchsvoll“, sagt Soenneckens Vorstandssprecher Dr. Benedikt Erdmann. „Aber es hat hervorragend geklappt. Mein Dank geht an das tolle Team bei Office Mix und Soennecken!“

Für Office Mix, die sich als Lösungsanbieter für die Reduktion der Office-Prozesskosten ihrer Kunden sehen, bedeu-



tet das Auslagern der Logistik zu Soennecken mehr Flexibilität und Liquidität. Den Anforderungen des Marktes und der immer höheren logistischen Schlagzahl hätte der Streckenhändler alternativ mit einem Millioneninvest in neue Logistikfläche begegnen müssen.

Soennecken kann, nachdem die Nord-Umsätze nach Kiel verlagert wurden, die Office Mix- Aufträge im Overather Logistikzentrum abwickeln. „Es partizipieren beide Partner von der Kooperation“, sagt LogServe-Bereichsleiter Jens Melzer. „Die Erfahrungen, die wir mit Office Mix als großem Streckenhändler machen, sind sehr wertvoll für uns als Genossenschaft und für unser gemeinsames Wachstum.“

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



„Die Umstellung unseres nunmehr größten LogServe-Kunden über den Jahreswechsel - und vier Monate früher als geplant - war ambitioniert und anspruchsvoll“.



Jens Melzer, LogServe-Bereichsleiter



Peter Köhnlein, Office Mix-Geschäftsführer

## Streit-Gruppe sieht stabile Wachstumschancen

Auf ihrem erstmals digital veranstalteten Kick-Off vermeldete die Streit-Gruppe gute Nachrichten. Streit Service & Solution als führender Bürodienstleister im Südwesten Deutschlands erreichte im „Pandemiejahr 2020“ einen Umsatz von 52 Millionen Euro. Dies bedeutet einen leichten Rückgang um fünf Prozent im Vergleich zum Vorjahresergebnis. Das Unternehmen sieht sich dennoch in einer guten Ausgangslage, um weiterzuwachsen. Das Jahr 2021 steht ganz im Zeichen des 70. Firmenjubiläums sowie des Neubaus eines Logistikzentrums in Gengenbach.

Rund 200 Teilnehmer verfolgten an den Bildschirmen in ihrem Homeoffice den Kick-Off, der diesmal vor allem von den fünf Beiräten gestaltet wurde. Sie besitzen seit einem Jahr auch Entscheidungsrechte. „In solch einer Krisensituation muss die gesamte Führung sprechen, um zu zeigen, dass wir hier alle zusammenstehen und die Zukunft ge-

meinsam mit allen Mitarbeitenden meistern“, sagt Geschäftsführer Rudolf Bischler. „Wir haben trotz der Widrigkeiten des vergangenen Jahres dennoch ein positives Ergebnis mit einem Gewinn“, berichtet Geschäftsführer Rudolf Bischler. „Wir sind sehr gut eingestellt auf die veränderte Situation, haben viele Maßnahmen ergriffen und sehen Licht am Ende des Tunnels“, erklärt Co-Geschäftsführer Marc Fuchs. „2021 wird spannend. Wir sind mehr denn je überzeugt vom Erfolg in diesem Jahr, weil wir sehr gut vorbereitet sind.“

„2021 wird nicht einfacher als 2020“, mahnt Rudolf Bischler. „Corona wird uns noch weiter beschäftigen. Aber unsere Pläne sind realistisch und machbar. Wir sind bestens vorbereitet und nutzen unsere Chancen, die sich jetzt bieten“, sagt Bischler weiter. Er betont: „Die Gesunderhaltung unserer Mitarbeitenden hat oberste Priorität.“

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

## Jens Kollecker wechselt in Pelikan-Geschäftsführung

Jens Kollecker, kaufmännischer Leiter der Pelikan Group GmbH wird ab dem 1. Februar 2021 als Chief Operating Officer und Mitglied der Geschäftsleitung in die Pelikan Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG wechseln.

Gemeinsam mit den beiden Geschäftsführern Hooi Keat Loo und Claudio E. Seleguan wird Jens Kollecker die operativen Geschäfte der Pelikan Vertriebsgesellschaft leiten und sowohl die Führung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als auch die Steuerung und Organisation der Unternehmensprozesse verantworten.

Jens Kollecker ist seit 24 Jahren mit dem Unternehmen verbunden und arbeitet seit langem erfolgreich gemeinsam mit

der Geschäftsführung an der Weiterentwicklung der Pelikan-Gruppe in Deutschland und Europa. Aufgrund seiner Erfahrung und Leitungsfunktionen in verschiedenen Gesellschaften kennt er die internen Betriebsprozesse und bringt dadurch ideale Voraussetzungen mit, um die erfolgreiche Arbeit der letzten Jahre fortzusetzen, weiterzuentwickeln und das Unternehmen für die Themen der Zukunft zu organisieren.

„Wir freuen uns, dass wir mit Jens Kollecker eine erfahrene Führungspersönlichkeit gewinnen konnten, die das Unternehmen weiterhin auf Wachstumskurs halten wird“, teilte die Geschäftsführung der Pelikan Vertriebsgesellschaft in einer Presseinformation mit.

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

FOLIENFREI VERPACKT

NEU

UND JETZT STIMM BITTE! Herzlichen Glück zum Geburtstag!

KARTEN, KUVERT, & BANDEROLE

Gedruckt auf 100% baumfreiem Zuckerrohr-Papier

100% BAUMFREI

GREEN Line

DIE BESTE ZEIT IST JETZT ALLES GUTE

Was ich mir von Herzen WÜNSCHE

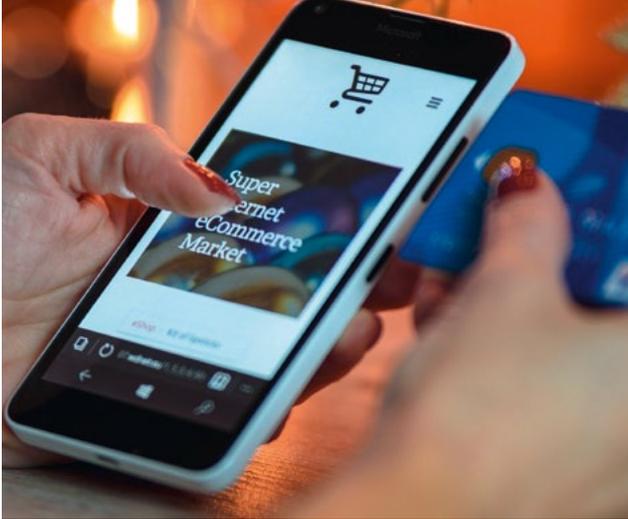
Herzlichen GLÜCKWUNSCH zum 30. GEBURTSTAG

Wünsch dir was

Happy BIRTHDAY

skorpion

glückwunschkartenverlag gmbh & co



Kreditkartenzahlung im Online-Handel. © Photo Mix auf Pixabay

## Pflicht zur sicheren Kreditkartenzahlung

Die sogenannte Zwei-Faktor-Authentifizierung oder auch starke Kundenauthentifizierung soll zur Absicherung der Kreditkartenzahlung im Online-Handel beitragen. Der Handelsverband Deutschland (HDE) weist auf die Fristen hin und rät Händlern wie Verbrauchern, sich auf die Änderung des Zahlungsvorgangs einzustellen.

Der HDE begrüßt die Entscheidung der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin), die bereits geltende Pflicht zur starken Kundenauthentifizierung in festgelegten Fristetappen zu kontrollieren. Die BaFin hat Online-Händlern für die Umsetzung des Sicherheitsverfahrens bis Mitte Januar 2021 Zeit eingeräumt. Ab diesem Zeitpunkt werden Transaktionen oberhalb von 250 Euro entsprechend überwacht und müssen gemäß Zwei-Faktor-Authentifizierung abgewickelt werden. Ab dem 15. Februar werden die Kontrollen auf Transaktionen über 150 Euro ausgeweitet, ab dem 15. März unterliegen dann grundsätzlich alle Kreditkartenzahlungen in Online-Shops der BaFin-Aufsicht. „Dieser geordnete Hochlauf ist im Sinne von

Handel und Verbrauchern. So hatten Betreiber von Online-Shops die Möglichkeit, ihren Zahlungsvorgang außerhalb des wichtigen Weihnachtsgeschäfts umzustellen. Zudem konnten Kunden in der Zwischenzeit ihren gewohnten Zahlungsweg nutzen und sich zunächst über das Zwei-Faktor-Verfahren informieren“, sagt Ulrich Binneböbel, HDE-Experte für Zahlungssysteme.

„Zwar kontrolliert die BaFin die Abwicklung der Zahlungen fristgemäß nach Betragshöchstwerten. Doch in Online-Shops können auch außerplanmäßige Abfragen des zweiten Faktors erfolgen“, erklärt Binneböbel. Die verbreitetste, von kartenausgebenden Instituten bereitgestellte Form der starken Kundenauthentifizierung sei die Absicherung der Zahlung über das Smartphone mittels einer App oder SMS. Online-Händler sollten ihre Zahlungsarten im Blick behalten. „Wenn Kunden die Kreditkartenzahlung zu kompliziert wird, könnten sie künftig verstärkt auf andere Zahlarten wie den Rechnungskauf oder das Lastschriftverfahren ausweichen.

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

## BOP orientiert sich neu

Die Zeiten ändern sich und neue Arbeitswelten erfordern ein Umdenken auf allen Handelsstufen. Das Wissen um die allgemeinen Anforderungen des Marktes und um die individuellen Bedürfnisse der Kunden ist hierbei gar nicht hoch genug zu bewerten. Deshalb haben sich die Mitglieder der Marketinggruppe BüroringObjektPartner (BOP) gezielt für einen Wettbewerbsvorsprung entschieden: „Trends erkennen, aufgreifen und erfolgreich umsetzen“.

„Informationen aus erster Hand, die stetige Weiterbildung, Wissen teilen und vom Erfahrungsschatz anderer profitieren, miteinander reden und sich untereinander vernetzen - das sind heute die Erfolgsfaktoren für den Fachhandel“, sagt Thomas Grzanna, Projektleiter Marketinggruppen bei der Büroring eG in Haan.

Mit diesem Bewusstsein habe der Büroring die letzten Wochen dazu genutzt, um die Inhalte und die Anforderungen für die BüroringObjektPartner neu und vor allem zeitgemäß zu definieren. „Damit haben wir die Grundlage für eine zukunftssträchtige und auf langfristigen Erfolg ausgelegte Marketinggruppe geschaffen“, erklärt Grzanna weiter.

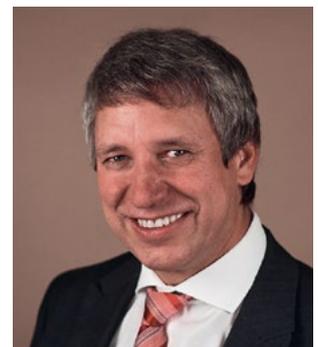
Im ersten Schritt werden die Händler aktuell zum partnerschaftlichen Austausch und gleichzeitig praxisorientierten Impulsworkshop „Büro- und Objekteinrichtung - eine Branche im Wandel“ eingeladen. Der halbtägige Online-Workshop richtet sich an alle

BOP-Teilnehmer, „aber auch weitere interessierte Büro-einrichtungs-Spezialisten sind herzlich willkommen.“ Die Veranstaltung soll einen ersten Überblick über die Chancen und Risiken sowie die Potentiale und Schwächen der Branche vermitteln.

Thomas Grzanna: „Wir wollen und werden mit der BOP eine Marketinggruppe entwickeln, deren Mitglieder Know-how gegenseitig austauschen und Bench-Mark betreiben. Es gilt zusammen mit den Herstellern frühzeitig die Anforderungen des Büros 4.0 zu erkennen und entsprechende Lösungen und Leistungsbausteine zu entwickeln.“

Bedingt durch die aktuelle Pandemie-Situation fänden in allen Unternehmen verstärkt Veränderungsprozesse im Bereich der Arbeitsplatzgestaltung statt, ergänzt Thomas Grzanna. Das sei gleichzeitig eine große Chance für Büro- und Objekteinrichter. Mit der BOP-Gruppe nehme die Büroring eG die aktuellen Themen und Herausforderungen der Branche an und werde diese gemeinsam erfolgreich gestalten.

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



Thomas Grzanna, Projektleiter Marketinggruppen, Büroring.



## Kooperation mit Bayard

PBS Network hat eine Partnerschaft mit Bayard Consulting geschlossen. Im Rahmen der Kooperation können die derzeit 150 an den Marktplatz angeschlossenen PBS-Lieferanten ihre Produktstammdaten dem Handel als weitere Option unkompliziert und kostengünstig über den GDSN-Datenpool b-synched zur Verfügung stellen.

Zu den ersten Unternehmen, welche b-synched über PBSeasy zur Anbindung an das Global Data Synchronization Network (GDSN) nutzen, gehören Leitz Acco Brands und Schneider Novus. PBS Network geht davon aus, dass schon bald zahlreiche weitere Lieferanten der Branche das Angebot nutzen werden, ihre Produktstammdaten über b-synched mit den großen Einzelhandels-Unternehmen auszutauschen.

Martin Kleinert, Leiter Vertrieb der PBS Network GmbH, freut sich über die Kooperation: „Mit der Bayard Consulting Group haben wir einen zuverlässigen Partner gefunden, der unseren Mitgliedern sehr flexibel, schnell und unkompliziert hilft, Herausforderungen im Bereich der Stammdaten-Anbindung an die großen Einzelhandels-Unternehmen zu stemmen.“

Björn Bayard, CEO der Bayard Consulting Group, ergänzt: „Wir freuen uns sehr, mit PBS Network einen weiteren kompetenten Partner gewonnen zu haben. Gemeinsam können wir den Unternehmen der Papier-, Büro- und Schreibwarenbranche effizient und in hoher Qualität bei der Stammdaten-Anbindung an den Handel helfen.“

[www.pbsnetwork.eu](http://www.pbsnetwork.eu)  
[www.bayard-consulting.com](http://www.bayard-consulting.com)

## Erfolgreiche Pilotphase Solution

Das ERP-System Solution der Soennecken eG ist erfolgreich durch die Pilotphase gelaufen. Drei Händler mit unterschiedlichen Ausgangslagen haben auf die neue Software umgestellt. Mit den Erfahrungen der Pilotierung als Basis soll das Projekt weiter Fahrt aufnehmen. Geplant ist, 15 Händler anzuschließen.

Die Bürobedarf Dohmen GmbH in Frechen, die Renner GmbH & Co. KG in Hameln und der Prella Shop e.K. Inh. Uta Westerholt in Osnabrück haben Solution in den vergangenen Monaten eingeführt. Das Warenwirtschaftssystem der Soennecken wurde von Mitgliedern für Mitglieder entwickelt und orientiert sich an den - sehr unterschiedlichen - Bedürfnissen der Branche und der Händler.

Auch die drei Pilothändler hatten deutlich voneinander abweichende Ausgangslagen und Anforderungen. So stieg Renner von Oralog auf Solution-beides Systeme von Kassaline - Dohmen und Prella Shop wechselten hingegen von gänzlich anderen Systemen. Wäh-

rend bei Dohmen auch die Prozesse im Streckenhandel über das System abgebildet werden, beschränken sich die beiden anderen Piloten auf die klassischen Einzelhandelsprozesse von Solution. „Am Ende haben wir für jeden Händler flexible und individuelle Lösungen für seine Anforderungen gefunden“, ohne dabei das Ziel, eine gemeinsame Lösung für alle Händler zur Verfügung zu stellen, aus dem Auge zu verlieren zieht André Herbst, Leiter Mitglieder IT-Lösungen der Soennecken, ein positives Résumé.

Eine Erkenntnis der Pilotphase ist die hohe Bedeutung der Stammdaten. Um die Prozesse optimal und weitestgehend automatisiert in Solution abbilden zu können, ist für das Sortiment des Händlers eine gute Stammdatenqualität erforderlich. Solution steuert Prozesse wie Kasse, Wareneingang und -verwaltung, Statistiken sowie Inventur und liefert Kennzahlen für die operative und strategische Unternehmensführung.

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



SAVE THE  
PLANET  
Aus Liebe zu  
unseren Kindern

MADE IN GERMANY

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

ILM  
VIRTUAL ORDER SHOW

06.-08.03.  
2021

Besuchen Sie uns auf der ILM Virtual Order Show. Wir freuen uns auf Sie.



Duo-Geschäftsführung - Gabriele Lubasch, Hans Jörg Iden und Thorsten Paedelt (v.l.) - beim virtuellen Drei-Gänge-Menü anlässlich der Herbsttagung.

## Jubiläumsjahr eingeläutet

duo schreib & spiel veranstaltete seine Herbsttagung online und verkündete Sonderauszahlungen anlässlich des 30. Jubiläums der Kooperation in diesem Jahr. Anschließend luden die Berliner ihre Gesellschafter zum virtuellen Drei-Gänge-Menü ins Restaurant Cookies in Berlin ein.

Besonders der so wichtige Austausch der Händler untereinander und der direkte Kontakt zur duo-Zentrale sowie die Versorgung mit Informationen und die Weiterbildung in Seminaren mit anschließendem gemeinsamen Abend im Kreise der Gesellschafter sind die wesentlichen Bestandteile des Konzepts der duo-Herbsttagung. Im vergangenen Jahr musste die Veranstaltung allerdings virtuell abgehalten werden.

Die geplanten Workshops entwickelte die Zentrale in Berlin zu Webinaren, die seither aufgezeichnet den duo-Gesellschaftern zur Verfügung stehen. Die duo-Herbsttagung wurde komplett als Live-Veranstaltung präsentiert.

In diesem Rahmen informierte die duo-Zentrale ihre Gesellschafter u.a. darüber, dass im März 2021 mit der regulären Bonusausschüttung 2020 ein duo-Jubiläumsbonus anlässlich des 30. duo-Jubiläums ausgezahlt wird. Damit erhalten duo-Gesellschafter netto Bonusausschüttungen von bis zu 3,05 Prozent. Ferner hat duo schreib & spiel auch im vergangenen Geschäftsjahr die üblichen Zentralregulierungskosten von rund 0,8 Prozent für jeden duo-Gesellschafter auf alle über duo zentralregulierten Umsätze übernommen.

Um den Austausch mit den Händlern zu fördern, ließ sich die duo-Zentrale auf ein kreatives Experiment ein. Die Mitarbeiter des Cookies Event Teams hatten insgesamt über 150 Drei-Gänge-Menüs vorbereitet und an die Teilnehmer der Tagung versendet. Am Abend der virtuellen Veranstaltung kochten dann die drei duo-Geschäftsführer Hans Jörg Iden, Gabriele Lubasch und Thorsten Paedelt live vor laufenden Kameras einen veganen Wellington Papadellobraten und einen klassischen Entenbraten.

Die Teilnehmer kochten zu Hause mit und genossen, in der virtuellen Gruppe vereint, das Essen und den gemeinsamen Abend.

duo schreib & spiel unterstützte die duo-Anschluss Häuser seit der Coronakrise mit zusätzlichen Leistungen und umfangreichen Konzepten. So gelang es duo schreib & spiel bis zum dritten Quartal 2020 eine um 7,4 Prozent gestiegene Umsatzentwicklung zum Vorjahr zu realisieren.

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



Im vergangenen Jahr konnte die duo-Herbsttagung nur virtuell stattfinden.

# Lieferantentag live im Internet

Mit viel positivem Feedback endete das 20. Jubiläum des Soennecken Lieferantentages, der gleichzeitig der erste virtuelle war. Rund 120 Teilnehmer folgten der Übertragung aus dem Soennecken WorkLab in Overath.

Mit „Was uns so umtreibt“, überschrieb Vorstandssprecher Dr. Benedikt Erdmann seinen einführenden Impulsvortrag. „Wir sind froh, zufrieden und glücklich, dass wir es so gut durch das Jahr geschafft haben“, fasste er vorab die aktuelle Stimmung zusammen. Das für 2020 erwartete Ergebnis von minus 7,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr wertet er als besser als erwartet. „Soennecken ist nicht in einer Krisensituation, aber vielleicht ist die Branche in einer“, sagte Erdmann und betitelte die Pandemie als Chance, „Platz für Neues“ zu schaffen. „Die Veränderung werden teilweise dauerhafter Natur sein“, sagte er. „Die Pandemie war eine Art Vorschau für das, was uns in Zukunft erwartet.“

Dr. Erdmann erläuterte den Teilnehmern die Veränderung des Ausschüttungsmodells und betonte die hohe Akzeptanz der Mitglieder. Die Boni auf LogServe-Umsätze werden zukünftig in die Wachstumsfinanzierung investiert. Mit neuen Geschäftsmodellen will Soennecken dem Rückgang des Marktvolumens begegnen. Großes Marktpotenzial sieht Erdmann in der Versorgung von Büros mit Kaffeeservice. „Das

Thema fliegt“, sagte er. „Und das ist erst der Auftakt.“

Am 12. April 2021 wird Georg Mersmann als neuer Vorstand für LogServe und IT seine Arbeit antreten. Im Interview mit Prof. Dr. Andreas Kaapke, der als Moderator durch die Online-Veranstaltung führte, sagte Mersmann, er werde seinen Fokus von Beginn an stark auf Digitalisierungsthemen richten, wie etwa Shopsysteme und Warenwirtschaft. „Wir müssen schauen, wie wir unsere Händler noch deutlich erfolgreicher machen, als sie heute schon sind“, sagte er. Auch er sieht die Krise als Beschleuniger für ohnehin anstehende Veränderungen: „Wer in der Krise gelernt hat, ohne Papier zu arbeiten, holt das nach der Krise nicht wieder hervor“, sagte er, und: „Homeoffice steht noch nicht im Fokus der Händler - aber das wird nicht mehr weggehen.“

Interimsvorstand Frank Esser zog anlässlich des Lieferantentages das Resümee. Soennecken sei „mit einem hellblauen Auge davongekommen.“ Das Geschäftsjahr 2020 werde mit einer schwarzen Null abschließen können.



Soennecken sendete seine Botschaften live über das Internet an seine Industriepartner.

Margit Becker, Bereichsleiterin Einzelhandel, sieht die Veränderungen durch die Corona-Zeit auch für den Einzelhandel als große Chance. „Ich habe noch keine Zeit erlebt, in der der Kunde so im Fokus stand wie in diesem Jahr“, sagte sie. Was Digitalisierungsthemen angeht, hätten viele „den Mut entwickelt, es endlich anzugehen.“ Beides werde auch nach der Pandemie bleiben und sich weiterentwickeln. Zum Beispiel zu einem verstärkten Online-Angebot. Mit zwei Videos über die vielseitigen Online-Aktivitäten bei Orloff veranschaulichte Margit Becker den Lieferanten, wie weit der Einzelhändler bereits Social Shopping und virtuelle Kundenbindung etabliert hat. „Mit einer starken Marke und einem klaren Fokus auf den Kunden werden die Händler auch online erfolgreich Zugang zu ihren Zielgruppen finden“, sagte Margit Becker.

Die vertraute, persönliche Atmosphäre des WorkLabs, die smarten Interviews von Andreas Kaapke mit den Referenten und die engagierten Vorträge kamen bei den Teilnehmern ausgesprochen gut an. Nach der über dreistündigen Veranstaltung füllte sich der Chat noch minutenlang mit positivem Feedback.

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



20. Lieferantentag der Soennecken eG: Der Tenor der Referenten war, die Pandemie als Chance für Neues zu sehen. Wirtschaftlich kommen Soennecken und ihre Händler gut durch die Krise. LogServe schließt mit einem Umsatz auf Vorjahr ab. Der Einzelhandel setzt auf verstärkte Kundenfokussierung und Online.

# Webshop in Bestellplattform umgewandelt

Der Verbund bueroboss.de hat seinen Webshop in eine Bestellplattform umgewandelt und das Sortiment damit mit einem Schlag um Millionen von Artikeln erweitert. Die Endkunden der Kooperation sollen damit bis zu 30 Prozent der Beschaffungskosten einsparen.

Mit der bueroboss.de Beschaffungsplattform erweitern zehn der dem Verbund bueroboss.de angeschlossenen Fachhändler nun nicht nur ihr Sortiment um Millionen Artikel, sondern digitalisieren auch den gesamten Beschaffungsprozess ihrer gewerblichen Endkunden und ermöglicht diesen somit eine Ersparnis an Beschaffungskosten von bis zu 30 Prozent.

Dirk Ohlmer, Geschäftsführer der Bürologistik, dem zentralen Dienstleister der bueroboss.de Gruppe, erklärt, wie das funktioniert: „Mit der Erweiterung unserer Plattform reagieren wir auf den Wunsch der Endkunden nach Prozessoptimierung und Automatisierung im Einkauf. Wir verschaffen den Endkunden eine erhebliche Reduzierung ihrer Beschaffungskosten und verhelfen ihnen zu mehr Tempo, Transparenz und Stabilität in ihren Prozessen.“

Mit der neuen Beschaffungsplattform bieten die bueroboss.de-Bürofachhändler eine Kombination aus Waren- und Beschaffungskompetenz, die deutlich über den klassischen Bürobedarf hinausgeht. Auf der responsiven Beschaffungsplattform haben gewerbliche Kunden in Zukunft Zugriff auf mehrere Millionen Artikel. Neue Lieferanten erweitern das Sortiment um Bereiche wie Bücher und Fachliteratur, EDV und Technik, Werkzeuge und Arbeitsschutz.

Geplant sei, dass kleine lokale Lieferanten wie Handwerker ebenfalls über die Plattform problemlos ihre Dienste anbieten und so über den gleichen einheitlichen Bestellweg abgerechnet werden können. Dirk Ohlmer verrät den wesentlichen Vorteil: „Die Zentralisierung aller Bedarfe auf eine Plattform führt zu einer Prozesskostensenkung von bis zu 30



bueroboss.de geht mit einer neuen Bestellplattform an den Start.



Prozent It. Bundesverband für Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik. Am Ende ist das bares Geld, was die Unternehmen gerade im Moment dringend brauchen.“

bueroboss.de steht mit seinen Fachhändlern für eine vielfältige und langjährige Erfahrung rund um das Büro und den modernen Arbeitsplatz. Dabei ist auch spätestens im Jahr 2020 jedem klar geworden, dass „Bürobedarf“ nicht mehr nur Kugelschreiber und Papier bedeuten, sondern beispielsweise auch, dass Hygieneartikel und die technische Ausstattung für Homeoffice-Arbeitsplätze von heute auf morgen verfügbar sein müssen. Wie hoch dabei das Einsparpotenzial beim Kunden ist, können die Experten von bueroboss.de durch einen extra entwickelten Prozesskostenrechner mit wenigen Klicks individuell errechnen.

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

# imcopex schließt Partnerschaft

Der weltweit aktive Dokumentenmanagement-Spezialist Xerox und der norddeutsche Distributor imcopex haben eine Business Partnerschaft geschlossen. Als einer von ausgewählten Partnern in Europa wird imcopex ab sofort das neue Xerox Everyday Toner-Portfolio vertreiben.



Maciej Slembariski, Purchasing und Product Manager bei imcopex

Reseller und Endkunden seien mit den Everyday-Kartuschen außerdem auf der sicheren Seite: „Die Herstellergarantie für den Drucker bleibt erhalten und die Xerox-Garantie besteht lebenslang. Im unwahrscheinlichen Problemfall tauscht der Kunde das Tonermodul einfach über den Reseller aus. Nicht zuletzt entsprechen oder übertreffen die Kartuschen Umweltschutz- und Produktionsstandards sowie Zertifizierungen wie REACH, ROHS und ISO-Normen. Toner und Kunststoffe sind vollkommen toxischfrei“, so Xerox.

Maciej Slembariski, Purchasing und Product Manager bei imcopex, fasst zusammen:



„Die kompatiblen Xerox- Toner ergänzen das imcopex-Sortiment optimal. Die Everyday-Range bietet unseren Kunden im Gegensatz zu Schnäppchen-Produkten eine kompromisslose Markensicherheit zu Top-Preisen.“

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

Xerox hat seine Everyday-Produktlinie bereits im Juli 2020 lanciert. Die neuen Tonermodule und Trommeleinheiten für Nicht-Xerox-Drucker sollen für Kunden prädestiniert sein, die Laserdrucker verschiedener Hersteller nutzen, sich aber auf die gewohnte Xerox-Markenqualität verlassen und dabei erhebliche Kosten im Vergleich zu Original-Supplies sparen wollen. Das Portfolio umfasst Tonermodule für alle führenden Druckermarken, -größen und -modelle wie Brother, Canon, HP, Konica Minolta, Kyocera, Lexmark, Ricoh, Sharp und Toshiba. Der Schwerpunkt liege nach Angaben des Herstellers auf dem A4- Format. Im ersten Halbjahr 2021 soll die Markteinführung des gesamten Everyday-Toner-Portfolios abgeschlossen sein.

Die Everyday-Range bietet laut Peter Visser, Head of Velocity und Supplies DACH bei der Xerox GmbH in Neuss, ein gestochen scharfes Druckbild bis zur letzten Seite und eine zehn Prozent höhere Seitenergiebigkeit als generische Produkte. Die Kostenersparnis betrage bis zu 60 Prozent gegenüber den Originalmarken.

*Revolution.*

FERMANGOLI. NEU, EINFACH, GENIAL

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

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

Anzeige



„Unsere Mitglieder machen einen tollen Job! Wir haben großen Respekt davor, wie sie in dieser Situation agieren“, sagte Dr. Benedikt Erdmann, Vorstandspräsident.

## Gutes Krisenmanagement

Erstmalig kamen die Mitglieder der Soennecken eG zur Generalversammlung virtuell zusammen. Mit einem Plus von 5,6 Prozent gegenüber der „Corona-Planung“, was einer Abweichung von -6,6 Prozent gegenüber Vorjahr entspricht, kam die Genossenschaft 2020 gut durch die Krise.

Knapp 190 Teilnehmer folgten der ausführlichen Darstellung von Interimsvorstand Frank Esser über das Wirtschaftsjahr 2019 und die Planung 2020/2021. Gemessen an der während des Lockdowns im vergangenen Frühjahr vorgenommenen „Corona-Planung“ ist die Genossenschaft gut durch das Jahr gekommen. Stand Oktober 2020 lag der Umsatz 5,6 Prozent über dieser Krisenplanung (Abweichung gegenüber Vorjahr -6,6 Prozent). Der Umsatz von LogServe bewege sich sogar auf dem Stand des Vorjahres. „Wir und damit auch die Händler konnten viele Umsätze mit Corona-spezifischen Sortimenten machen“, erklärte Esser.

In der Zentralregulierung lagen die Umsätze Ende Oktober 8,9 Prozent inklusive Nordanex unter Vorjahr. Verluste sind mit 17,2 Prozent insbesondere beim Bürobedarf entstanden, während die Zahlen in den Erlösgruppen Papete-

rie, Bürotechnik sowie Büroeinrichtung maßvoll ausfielen. Für die letzten beiden Monate des Jahres ging die Genossenschaft von der gleichen Entwicklung aus.

Für das laufende Geschäftsjahr plant die Soennecken eG in Overath mit einem leichten Umsatzwachstum im Vergleich zu 2020. Das Wachstum bei LogServe fällt dabei höher aus als der



Interimsvorstand Frank Esser, Soennecken eG: „Die Ausschüttungen für 2019 wurden wie geplant geleistet. Das soll auch für 2020 der Fall sein.“



**Vielen Dank! Vielen Dank! Vielen Dank!**

Rückgang im Vertragslieferantengeschäft. Besonders erfreulich: die Ausschüttung an die Mitglieder wurde in 2020 wie angekündigt gezahlt. Auch für 2021 plant der Vorstand Ausschüttungskontinuität, wobei die auf die LogServe entfallenden Ausschüttungsanteile zur Stärkung der Innenfinanzierung ins Eigenkapital eingestellt werden. „Wir sind stolz auf unsere Ausschüttungskontinuität mit der wir die Liquidität unserer Mitglieder stärken können“, betonte Soennecken-Vorstandssprecher Dr. Benedikt Erdmann.

Die Ausschüttungen seien nur ein Aspekt der Krisenpolitik, die sich ganz auf die Sicherheit und Risikominimierung für die Händler konzentrierte. Dr. Erdmann stellte im weiteren Verlauf die auf sechs Säulen beruhenden, priorisierten Maßnahmen für das laufende Jahr vor:

- Betriebssicherheit in der Logistik durch intensiven Schutz vor Infektionsgeschehen
- Liquiditätssicherung

- Warenkreditversicherung für eine sich eventuell noch verschärfende Krise
- Ergebnissicherung durch intensives Kostenmanagement
- Intensivierung der Mitglieder-Kommunikation durch neue Kanäle und Formate, zum Beispiel „Friedrichs Community“
- Technische und organisatorische Infrastruktur für das Arbeiten an verteilten Standorten (Homeoffice)

„Unsere Mitglieder machen einen tollen Job! Wir haben großen Respekt davor, wie sie in dieser Situation agieren“, sagte Dr. Benedikt Erdmann. „Wir freuen uns sehr, sie mit diesen und weiteren Maßnahmen bei ihrer schwierigen Arbeit unterstützen zu können.“

Personell wird im kommenden Jahr der neue Vorstand Georg Mersmann (ab 12. April 2021) seine Arbeit aufnehmen. Auch er wurde der Generalversammlung zugeschaltet und stellte sich den Teilnehmern vor. In den Aufsichtsrat wählten die Mitglieder Birgit Holz-

mann, geschäftsführende Gesellschafterin der Saueracker GmbH & Co. KG in Nürnberg, und André Nösse, Geschäftsführer der Nösse Datentechnik GmbH & Co. KG in Leverkusen.

Die Personalien sprechen auch für das, was für die Zeit nach Corona bereits jetzt in der Vorbereitung ist. Die IT wird mit Shops, ERP und neuen Geschäftsmodellen noch stärker in den Fokus rücken. Dem dauerhaft sinkenden Marktvolumen in angestammten Märkten werden neue Modelle und Sortimente entgegengestellt, zum Beispiel das neue Geschäftsmodell „Die Kaffeemeister“.

Bis zuletzt hatte die Soennecken gehofft, die Generalversammlung am 1. Oktober in der Kölner Flora veranstalten zu können. Durch die steigenden Infektionszahlen fiel die Entscheidung zur Absage kurzfristig. Die virtuelle Generalversammlung wurde schließlich mit einer Vorbereitungszeit von nur sechs Wochen organisiert und am 19. November 2020 abgehalten.

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



Ein „Faktisches Veranstaltungsverbot“ macht Präsenzmessen unmöglich. Die Folge: Alle für April und Mai geplanten Messen wurden abgesagt oder verschoben.

## Messe Frankfurt sagt Consumer Goods Show ab

In enger Absprache mit den Ausstellern mussten nun die für April und Mai geplanten internationalen Präsenzmessen aufgrund der aktuell veränderten Vorschriften und Reisebeschränkungen von den vorgesehenen Terminen weichen. Angeboten wird weiter ein „Consumer Goods Digital Day“.

Bereits im September des vergangenen Jahres hat die Messe Frankfurt gemeinsam mit den beteiligten Branchen entschieden, dass im ersten Quartal 2021 keine Messen auf dem Gelände am Heimatstandort stattfinden. In enger Absprache mit den Kunden mussten nun auch die für April und Mai geplanten internationalen Präsenzmessen Prolight + Sound, International Consumer Goods Show, Heimtextil, Techtextil und Texprocess aufgrund der aktuell veränderten Vorschriften und Reisebeschränkungen von den vorgesehenen Terminen weichen.

Eine Entspannung der Pandemiesituation sei zum Zeitpunkt der Entscheidung nicht in Sicht gewesen. Es existiere faktisch ein „Veranstaltungsverbot in Deutschland“ und auch die weiterhin bestehenden internationalen Reisebeschränkungen machten Messeplanungen für April und Mai 2021 derzeit unmöglich. „Die Corona-Pandemie ist momentan außerordentlich präsent und beeinflusst auch unsere Planungen. Die Erwartungen unserer Kunden hinsicht-

lich international ausgerichteter Messen im April und Mai können wir mit Blick auf die aktuelle Lage nicht erfüllen“, sagt Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt.

Daher hat die Messe Frankfurt in enger Abstimmung mit Kunden und Partnern entschieden, sowohl die für den April hybrid geplante Prolight + Sound als

auch die International Consumer Goods Show sowie die für Mai vorgesehenen drei Textilmessen Heimtextil, Techtextil und Texprocess abzusagen beziehungsweise zu verschieben. Die trendorientierten Orderzyklen der Entertainment Technology-, Konsumgüter- und Textilbranche erfordern eine jährliche Veranstaltung im Frühjahr. Daher würde eine weitere Verschiebung in die



Beim „Consumer Goods Digital Day“ am 20. April steht effizientes Networking und Wissensaustausch im Vordergrund. Weitere Informationen im Internet: [consumergoodsdigitalday.messefrankfurt.com](http://consumergoodsdigitalday.messefrankfurt.com)



Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt.



Consumer Goods Digital Day, der digitale Branchentreffpunkt zum Austausch.

zweite Jahreshälfte den Bedürfnissen der ausstellenden Unternehmen nicht gerecht werden. Zudem startet jetzt für die Branchenteilnehmer die Hochphase ihrer Vorbereitungen für die Messe - eine logistische Vorlaufzeit, die vor allem die Aussteller der Tectextil und Texprocess, die teils Präsentationen mit Maschinen nach Frankfurt bringen, benötigen. Vor dem Hintergrund der derzeitigen Rahmenbedingungen und Reisebeschränkungen bestehen seitens der Aussteller massive Unsicherheiten, was die Präsenz, Kundenkontakte und damit Zusage einer Messeteilnahme betrifft. Für Investitionen in Messebeteiligungen im April und Mai kann derzeit keine Planungssicherheit garantiert werden.

#### Konzentration auf digitale Formate

Da physische Veranstaltungen nicht möglich sind, hat die Messe Frankfurt für ihre Kunden eine Vielzahl an digitalen Angeboten geschaffen. So bietet der „Consumer Goods Digital Day“ am 20. April 2021 die Möglichkeit, sich an einem bestimmten digitalen Ort zu treffen, auszutauschen und zu informieren. Das Angebot des Digital Day wird sich dem Thema Hilfe zur Selbsthilfe für den Handel widmen, insbesondere vor dem Hintergrund, dass seit der Ambiente 2020 keine internationalen Leitmesse mit entsprechenden Vortrags- und Rahmenprogrammen mehr in Frankfurt stattfinden konnten. Ergänzt wird dieses Angebot durch die Möglichkeiten von Nextrade als erste Order- und Datenmanagementplattform der Home- und Living-Branche.

Auch den Herstellern konfektionierter Heim- und Haustextilien bietet Nextrade eine attraktive Präsentationsmöglichkeit für ihre Produkte und einen stark frequentierten Kanal, um Geschäfte mit Händlern zu forcieren. Weitere digitale Informations- und Content-Angebote seitens Heimtextil, Tectextil und Texprocess sowie der Prolight + Sound sind ebenfalls in Planung.

„Der andauernde Shutdown im Einzelhandel unserer Besucherländer erfordert aktuelle, passgenaue Informationen und Lösungsansätze“, erläutert Braun. „Dem werden wir mit den digitalen Angeboten in dieser volatilen Situation gerecht. Wie Sie wissen, setzen wir uns auch weiterhin mit ganzer Kraft für sichere und erfolgversprechende Messen ein. Denn die Begegnung im echten Leben ist durch nichts zu ersetzen.“

Die Heimtextil wird daher vom 11. bis 14. Januar 2022 stattfinden, gefolgt von der Christmasworld vom 28. Januar bis 1. Februar 2022 und der Paperworld und Creativeworld jeweils vom 29. Januar bis ebenfalls 1. Februar 2022. Die Ambiente öffnet vom 11. bis 15. Februar 2022 wie gewohnt ihre Tore. Es folgt die Prolight + Sound vom 26. bis 29. April 2022. Die Tectextil und Texprocess komplettieren den Messereigen im zweiten Quartal 2022.

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

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

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

## Messen leiden unter Corona

Eine Vielzahl der Messen 2020 musste abgesagt werden, weil die unsicheren Rahmenbedingungen keine Planungssicherheit für Aussteller und Veranstalter boten, aber auch direkt aufgrund behördlicher Anordnungen. Für eine Reihe von Messen haben die Veranstalter Terminverschiebungen in das Jahr 2021 sowie 2022 beschlossen. Mehr als 70 Prozent aller für das Jahr 2020 geplanten Messen in Deutschland (insgesamt 368) wurden abgesagt oder verschoben. Die Messeveranstalter haben aber in vielen Fällen Ersatzformate entwickelt, insbesondere digitale Events mit Firmenpräsentationen, Interaktionsmöglichkeiten und digitalem Kongressprogramm. Rund 50 solcher Veranstaltungen



haben 2020 stattgefunden. Aussteller konnten dadurch Kundenkontakte aufrechterhalten und über Neuheiten informieren, erklärte AUMA-Geschäftsführer Jörn Holtmeier. Unter normalen Umständen liege der Umsatz der Messebranche bei gut vier Milliarden Euro pro Jahr. Im vergangenen Jahr waren es laut AUMA gerade mal eine Milliarde Euro.

Die Absage von Messen hat aber nicht nur für die direkt involvierten Akteure wie Aussteller, Besucher, Dienstleister und Veranstalter Einbußen zur Folge, sondern auch gravierende gesamtwirtschaftliche Folgen. Betroffen sind u.a. Hotellerie, Gastronomie, Transportgewerbe oder Messebauer. Die gesamtwirtschaftlichen Folgen durch die Absage von Messen betragen für 2020 laut Berechnungen des Instituts der Deutschen Messewirtschaft 21,3 Milliarden Euro; 176.000 Arbeitsplätze waren gefährdet oder in Kurzarbeit und 3,43 Milliarden Euro Steuereinnahmen gingen dem Fiskus verloren. In den ersten drei Monaten des neuen Jahres rechnet in der Branche aber noch niemand mit Publikumsveranstaltungen.

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

# Sechs Prozent weniger Umsatz

Der Verband der PBS-Markenindustrie traf sich virtuell zur Herbst-Konferenz. Übertragen wurde die Veranstaltung aus einem Aufnahmestudio der Messe Frankfurt. Im Mittelpunkt standen die allgemeinen Umsatzrends sowie die Vorstellung der Finalisten zur Wahl „Produkte des Jahres“.

Die Umsatzerlöse der Monate Januar bis September 2020 zeigen im deutschen Markt über alle Sparten des Verbandes der PBS-Markenindustrie ein kumuliertes Minus in Höhe von minus sechs Prozent. Damit konnten sich auch die im Verband organisierten Markenunternehmen dem von der GfK aufgezeigten generellen Umsatztrend der PBS-Branche nicht entziehen. Ein vertiefender Blick auf die einzelnen Sparten Papier, Büro sowie Kreativ und Schreiben zeigt ein sehr heterogenes Bild. Während die Sparten Papier und Büro im laufenden Jahr insgesamt über rückläufige Umsätze berichteten, konnte der Großteil der dem Bereich Kreativ und Schreiben zugeordneten Unternehmen für den Heimatmarkt wachsende Umsätze aufzeigen.

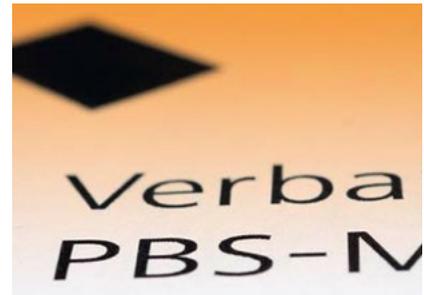
Trotz der aktuellen Herausforderungen bleiben die Unternehmen optimistisch: Gemäß einer während der Konferenz

unter den anwesenden Vertretern der Industrie- und Handelsunternehmen durchgeführten Live-Umfrage sehen 62 Prozent der Unternehmen bereits im Laufe des Jahres 2021 wieder Halbjahresumsätze auf oder über dem Niveau des Jahres 2019. Zudem gaben 67 Prozent der Unternehmen an, dass der Fokus anstehender Entwicklungsprojekte auf der Erweiterung der eigenen Geschäftsfelder liegen wird, während nur 40 Prozent der Teilnehmer den Projektschwerpunkt im Bereich der strukturellen Kosteneinsparung sehen.

## Armin Herdegen neu im Vorstand

Der Verband der PBS-Markenindustrie, Düsseldorf, hat ein neues Vorstandsmitglied. Die 45 Markenfirmen wählten Armin Herdegen, Geschäftsführer bei der Markenfirma Trodat Vertriebs GmbH Deutschland, Nürnberg, als neues Mitglied in den PBS-Vorstand. Armin Herdegen folgt dem im Juli 2020 ausgeschiedenen Dr. Joachim Roth, Sigel GmbH, Mertingen. Er arbeitet ebenso ehrenamtlich im Vorstand wie Frank Groß, Geschäftsführer der Schneider Schreibgeräte GmbH in Schramberg, Matthias Schneider, Geschäftsführender Gesellschafter von Baier & Schneider GmbH & Co. KG in Heilbronn und Thomas Uebing, Vice President Sales von Durable Hunke & Jochheim GmbH & Co. KG in Iserlohn. Die beiden PBS-Vorstandsvorsitzenden, Thorsten Strepelhoff, COO Vorstand Vertrieb Supply Chain der Edding AG, Ahrensburg, und Torsten Jahn, Geschäftsführer der Pelikan Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG, Hannover, freuen sich auf die weitere Zusammenarbeit.

Im Rahmen der diesjährigen virtuellen Herbst-Konferenz des Verbands der PBS-Markenindustrie wurden die Nominierten für die Auszeichnung zum „Pro-



dukt des Jahres 2020“ in den Kategorien B2B und B2C vorgestellt. Für die Auszeichnung zum „Produkt des Jahres 2020“ wurden in der Kategorie B2B nominiert: „Scotch Flex & Seal“ Versandrolle von 3M, „Post-it Flex Write“ Whiteboard-Folie von 3M, „Allison“ Smart-Box von HAN, „Space-Up-XL“ Kreativflächen von Legamaster und „TSS Office Protect“ Hygieneschutz von Novus. In der Kategorie B2C wurden folgende Produkte nominiert: „Kneten & Radieren Schlossgespenst“ von Brunnen, KnorrPrandell, Heyda, „ActionHolster“ Magnetoplan von Holtz Office Support, „Schreiblern-Hausaufgabenheft“ von Roth, „Conceptum Flex“ Business Organizer von Sigel und „Deine Dinge Stempel“ von Trodat. Die Preisverleihung zum „Produkt des Jahres 2020“ fand am 1. Februar im digitalen Format statt.

Ungeachtet des positiven Verlaufs der diesjährigen Herbstkonferenz plant der Verband der PBS-Markenindustrie die langjährig etablierte Kommunikationsplattform für den Austausch zwischen Industrie und Handel schnellstmöglich im Rahmen einer physischen Präsenzveranstaltung nachzuholen. Es ist vorgesehen, die traditionelle „Herbst-Konferenz“ im kommenden Jahr in das Frühjahr vorzuziehen. Die Konferenz soll am 9. und 10. Juni 2021 in Hannover stattfinden.

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



Armin Herdegen, Geschäftsführer, Trodat Vertriebs GmbH, wurde neu in den Vorstand der PBS-Markenindustrie gewählt.

# Führungswechsel im Geschäftsbereich Haftmaterial

Die Herma GmbH mit Hauptsitz in Filderstadt vollzieht planmäßig einen Wechsel in der Geschäftsführung. Dr. Guido Spachtholz löst beim Spezialisten für Selbstklebetechnik am 1. März Dr. Thomas Baumgärtner ab, der in den Ruhestand geht.

Dr. Thomas Baumgärtner übergibt seinem Nachfolger als Geschäftsführer und Leiter des Geschäftsbereichs Haftmaterial „nach einer 16-jährigen Wachstums- und Erfolgsgeschichte einen bestens aufgestellten Geschäftsbereich, der in der Branche als hocheffizienter Innovationsführer gilt“, sagt der Vorsitzende der Geschäftsführung Sven Schneller; und weiter: „Neben dem Erreichten blicke ich sehr dankbar auf eine überaus vertrauensbasierte Zusammenarbeit zurück, die uns auch die äußerst ambitionierten Ziele und wirtschaftlichen Herausforderungen unserer gemeinsamen Zeit im Unternehmen erreichen und meistern ließ.“ Dr. Guido Spachtholz (47) arbeitet sich bereits seit Anfang Januar am zuletzt abermals massiv erweiterten Unternehmensstandort Filderstadt in seine neue Aufgabe ein.

## Stärker wachsen als der Markt

Dr. Baumgärtner war 2005 zu Herma gekommen und hatte als Geschäftsführer den Geschäftsbereich Haftmaterial übernommen. Er forcierte die Entwicklung zum Technologieführer mit dem Ziel, kontinuierlich stärker zu wachsen als der Markt. „Dies erreicht zu haben, ist auch für die weitere Entwicklung des heutigen Gesamtunternehmens von enormem Wert“, betont Fritz-Jürgen Heckmann, Vorsitzender des Herma Beirats. „Die Herma Gesellschafter und der gesamte Beirat sind Dr. Thomas Baumgärtner für seine sehr erfolgreiche Geschäftsführung einerseits und für das Erlangen nachhaltiger technologischer Benchmarks und Effizienz andererseits überaus dankbar“, erklärt der Beiratsvorsitzende weiter.



Sven Schneller, Vorsitzende der Geschäftsführung (von links) und Dr. Guido Spachtholz, der bei Herma Dr. Thomas Baumgärtner als Geschäftsführer und Leiter des Geschäftsbereichs Haftmaterial ablöst.

Mit dem in diesem Jahr in Betrieb genommenen, neu hinzukommenden Produktionsareal erfolgt neben einem weiteren Innovationssprung auch eine Steigerung der jährlichen Haftmaterial-Kapazität um 50 Prozent auf 1,2 Milliarden Quadratmeter. Dazu erklärt Dr. Baumgärtner: „Bei alledem ist mir besonders wichtig, dass wir längst auch als ein besonders ressourcen- und umweltorientiertes Unternehmen wahrgenommen werden: produktseitig durch den mehrfachen Gewinn des Deutschen Verpackungspreises für Nachhaltigkeit; in der Produktion durch einen verringerten und optimierten Materialeinsatz sowie eine deutlich verbesserte Energieeffizienz. Diese ist auch ein entscheidender Baustein für die erreichte Klimaneutralität ab 2021. In dieser Ganzheitlichkeit im begeisterten Herma Team tätig gewesen zu sein - dafür bin ich sehr dankbar.“

Sein ebenfalls im Ingenieurwesen promovierter Nachfolger Dr. Guido Spachtholz war zuletzt Mitglied der Geschäfts-

führung der Chiron Gruppe mit Sitz in Tuttlingen, Spezialist für CNC-gesteuerte Bearbeitungszentren und Turnkey-Fertigungslösungen. Vormalige Stationen des gebürtigen Rheinländers waren die Stama Maschinenfabrik GmbH als Teil der Chiron Gruppe und die Alfred Schütte GmbH, ein führender Anbieter von Mehrspindel-Drehautomaten und 5-Achsen-CNC-Schleifmaschinen. „Mit seiner umfassenden Erfahrung in innovationsgetriebenem, internationalem Industriegeschäft wird Dr. Guido Spachtholz den strategischen Herma Wachstumskurs entscheidend mitgestalten und damit das erfolgreiche Werk von Dr. Baumgärtner fortsetzen“, betont Sven Schneller. Dr. Guido Spachtholz umreißt seine kommende Aufgabenstellung so: „Die gute Position im Haftmaterialgeschäft gilt es gezielt wie beherzt weiter auszubauen - durch kontinuierliche Optimierung aller Entwicklungs- und Fertigungsprozesse sowie durch eine impulsgebende Internationalisierung.“

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



Mit aufmerksamkeitsstarken PoS-Materialien unterstützt Pilot die Sichtbarkeit von „FriXion für alle“ und der „3+1 Endverbraucheraktion“ im Handel.

## Attraktive Handelsaktionen

Pilot passt in 2021 die Preise für ausgewählte FriXion-Modelle an und unterstützt den Abverkauf mit der aufmerksamkeitsstarken Handelskampagne „FriXion für alle“. Flankierend setzt das Unternehmen auf eine reichweitenstarke Online-Präsenz.



Andrea Günther, Geschäftsleitung bei Pilot Pen Deutschland

Gleiches gilt auch für den FriXion Point und den FriXion Point Clicker, der seit Anfang des Jahres neu auf dem Markt ist.

„Mit dieser Gleichpreisung geben wir dem Handel neben dem etablierten FriXion Ball ein zweites starkes Produkt an die Hand. Mit dem neuen UVP, den zusätzlichen Möglichkeiten einer gemeinsamen Vermarktung sowie der Ansprache neuer Käufergruppen sind wir überzeugt, deutliche Absatzsteigerungen zu erreichen und damit die Gesamtkategorie weiter auszuweiten“, sagt Andrea Günther, Geschäftsleitung bei Pilot Pen Deutschland.

### Handelskampagne „FriXion für alle“

Um die neue UVP zu kommunizieren, bietet Pilot noch bis April 2021 für interessierte Handelspartner eine attraktive „3+1 Endverbraucheraktion“ am PoS an: Beim Kauf von drei Stiften aus dem FriXion Kernsortiment erhalten Shopper den vierten Stift gratis dazu. „Für Sichtbarkeit am PoS stellen wir Händlern Deko-Elemente wie großflächige Poster und Displays mit Call-to-Action zur Verfügung“, erklärt Andrea Günther. Flankierend setzt Pilot dazu eine reichweitenstarke Aktivierung auf seinen Social-Media-Kanälen um und kooperiert mit ausgewählten Influencern.

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

Mit dem FriXion Ball brachte Pilot vor 15 Jahren das erste Schreibgerät mit thermosensitiver Tinte auf den Markt – der Beginn einer Erfolgsgeschichte. Inzwischen gehört der radierbare Tintenroller zu den Bestsellern der Range und ist Marktführer in der Kategorie Tintenroller in Deutschland. 2021 investiert Pilot massiv in den Markt und passt sowohl seine unverbindliche Preisempfehlung als auch seinen Händlerverkaufspreis für den FriXion Clicker auf das Niveau des FriXion Ball an.



Ein spezielles Thekendisplay zeigt die attraktive „3+1 Endverbraucheraktion“ am PoS.

# Distributionsvertrag abgeschlossen

Die api Computerhandels GmbH in Baesweiler hat mit dem Nürnberger Schreib- und Zeichengerätehersteller Staedtler eine Distributionsvereinbarung geschlossen, die das gesamte Portfolio einschließt.

Den api-Kunden stehen, wie das Unternehmen mitteilt, die Produkte aus den Bereichen Schreibgeräte, Marker, Zeichengeräte, Modelliermassen und Künstlerbedarf direkt zur Verfügung sowie auch die Henkel Klebe- und Korrekturprodukte der Marken Pritt, Ponal und Pattex, die Staedtler im Rahmen einer langjährigen Kooperation vertreibt.

Andreas Printz, Einkaufsleiter bei api, erklärt dazu: „Unsere neuen Partner, die Staedtler Unternehmensgruppe sowie die Henkel AG, stehen für hochwertige und innovative Produkte, die nach dem Motto ‚efficient for ecology‘ auch ökologische Kriterien

wie Langlebigkeit und Nachhaltigkeit berücksichtigen. Mit diesem Angebot können wir unseren Resellern auf jeden Fall wieder einen echten Mehrwert bieten. Und das steht letztendlich im Fokus unserer Aufgaben als Distributor.“

„Unsere Produkte begleiten die Kreativität unserer Kunden ein Leben lang. Vom ersten Malstift, über Produkte für Schule und Büro sowie das kreative Gestalten, bis hin zu dem umfangreichen Henkel Klebe- und Korrekturmittelsortiment decken wir für alle Altersgruppen und Anwendungsbereiche die verschiedensten Ansprüche perfekt ab. Wir freuen uns sehr, durch die Partnerschaft mit api Zugang zu einem weiteren, großen Kundenkreis zu bekommen, bei dem wir viel Potenzial sehen“; sagt Karl-Heinz Raue, Geschäftsführer der Staedtler Mars Deutschland GmbH.

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



Karl-Heinz Raue, Geschäftsführer der Staedtler Mars Deutschland



Stefan Leitz, Vorstandsvorsitzender der Faber-Castell Gruppe.

# Transformation gestartet

Vorstand und Geschäftsführung von Faber-Castell haben den Transformationsprozess „Think Future“ gestartet, der von Familie und Aufsichtsrat vollumfänglich unterstützt wird. Mit diesem Projekt werden Konsumenten- und Kundenbedürfnisse sowie Nachhaltigkeits- und Kreativitätsthemen einen noch stärkeren Fokus in der strategischen Ausrichtung des Unternehmens einnehmen.

Globale Digitalisierungsprojekte sowie die Steigerung der Fertigungsproduktivität sind neben Prozess- und Strukturverbesserungen sowie Kosteneinsparungen ebenfalls Teil des Veränderungsprozesses. „Durch den Start dieser inhaltlichen und organisatorischen Transformation erwarten wir uns eine noch erfolgreichere Marktdurchdringung“, sagt Stefan Leitz, Vorstandsvorsitzender der Faber-Castell Gruppe. Das Unternehmen reagiert mit diesem Programm auf den strukturellen Wandel der Handelslandschaft und das veränderte Konsumentenverhalten sowie auf die wirtschaftliche Entwicklung, die durch monatelange Lockdowns im Bildungssektor und im Einzelhandel in Teilen Lateinamerikas, Asiens und Europas eingetreten ist.

Mit der Reorganisation des Unternehmens am Stammsitz ist auch ein Abbau von rund 110 Stellen im Bereich der angestellten und gewerblichen Mitarbeitenden verbunden. „Diese Entscheidung ist uns nicht leichtgefallen. Sie ist jedoch betriebswirtschaftlich notwendig. Unser Ziel ist es jetzt, zeitnah und gemeinsam mit dem Betriebsrat eine für die betroffenen Kolleginnen und Kollegen faire und gute Lösung zu finden, die auch unserer Verantwortung für das Gesamtunternehmen gerecht wird“, erklärt Leitz. Betroffen ist neben der Faber-Castell AG und der A.W. Faber-Castell Vertrieb GmbH (Schreiben und Zeichnen) auch die Cosmetics GmbH. „Mit Think Future beginnen wir gemeinsam und konsequent einen nachhaltigen Veränderungsprozess. Die neuen Strukturen bringen uns noch näher an die Märkte, machen uns schneller und agiler und schaffen gleichzeitig die Grundlagen für eine neue Innovationkultur“, sagt Leitz. „So werden wir langfristig das gesamte Potenzial unseres Unternehmens noch besser nutzen und den Herausforderungen des Marktes aktiv entgegenzutreten können.“

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



**pbs green award**



**Gewinner 2021**

Bild: Collin Behrens/pixabay

# PBS Report Green Award

## Die Gewinner 2021

Die Zarbock Media hat im vergangenen Jahr den ersten „PBS Report Green Award“ ausgelobt. Prämiert werden damit nachhaltige Produkte der PBS-Branche. Eine mit hochkarätigen Experten besetzte Fachjury ermittelte die Gewinner. Wir präsentieren hier die Sieger der fünf verschiedenen Kategorien.

Nachhaltigkeit, Umweltschutz und ökologisches Handeln haben sich zu Kernthemen in der PBS-Branche entwickelt. Mit dem „1. PBS Report Green Award“ möchte die Zarbock Media das „grüne Büro“ weiter thematisieren und nachhaltigen Produktlösungen eine breite Plattform bieten. „Wir wollen mit diesem Preis Anreize für nachhaltiges und umweltbewusstes Handeln schaffen, denn Nachhaltigkeit ist nicht nur ein Trend, sondern

eine unternehmerische Haltung“, erklärt Ralf Zarbock, Geschäftsführer der Zarbock Media seine Intension.

„Die Stadt Frankfurt ist nicht nur auf dem Weg zur Green City, sie ist auch seit vielen Jahrzehnten die Heimat der Leitmesse Paperworld (Messe Frankfurt) und seit über 50 Jahren Verlagssitz des Fachmagazins PBS Report“, sagt Sabine Baumstark, PBS Report-Redakteurin.

„Für uns ein weiterer Grund, gerade jetzt diesen Preis aus der Taufe zu heben, weil das Thema Umweltschutz einen nachhaltigen Platz in unserem Leben eingenommen hat.“ Die „Fridays for Future“-Bewegung habe zusätzlich bei jungen Menschen für ein Umdenken im Umgang mit Konsumgütern gesorgt. Armin Schaum, PBS Report Mediaberater: „Da ist der Schritt zur Paperworld nicht weit, die das weltweit größte Sortiment



**pbsreport**  
magazin für büro & papeterie

**pbsreport**

für den gewerblichen Bürobedarf und den privaten Papier- und Schreibwarenbedarf bietet.“ Auch hier haben sich in- zwischen Nachhaltigkeit, Umweltschutz und ökologisches Handeln zu Kernthe- men entwickelt. Der PBS Report als Fachmagazin mit seiner „grünen“ Dru- ckerei - dem Druck- und Verlagshaus Zarbock - im Hintergrund, hat bereits 2017 eine erste Nachhaltigkeits-Ausga- be veröffentlicht, gedruckt auf teilwei- se unterschiedlichen, umweltfreundli- chen Papierqualitäten. „Im März-Heft (Erscheinungstermin 26. März 2021) - gleichzeitig die 5. Nachhaltigkeitsausga- be - präsentieren wir dann alle Gewin- ner-Firmen ausführlich.“

„Für das Finale haben sich 31 Unterneh- men aus der Branche mit insgesamt 42 Produkten qualifiziert“, stellt Pietro Giar- rizzo, PBS Report-Redaktionsmitglied und verantwortlich für den Ablauf des „PBS Report Green Awards“, fest. Die Ein- reichungsfrist und die geplanten Jury- Sitzungstermine seien aufgrund der Co- rona-Pandemie mehrmals verlängert und verschoben worden. Die Jury habe sich letztendlich nicht an einem Ort zur gemeinsamen Ermittlung der Siegerpro- dukte treffen können, „sodass die Stimmabgabe virtuell und online erfolg- te.“ Pietro Giarrizzo weiter: „Wir haben die Zeit aber genutzt, um weiter Erfahrun- gen für die nächste Runde des Nachhal- tigkeitspreises zu sammeln. Wir wün- schen uns für dieses Jahr - wie eigentlich ursprünglich geplant - eine Präsenzsit- zung der Jurymitglieder, damit diese noch mehr Möglichkeiten haben, die nachhaltigen und innovativen Produkt- ideen in Augenschein zu nehmen.“

Die Experten-Jury setzt sich aus Vertre- tern aus dem Handel und Fachinstitutio- nen zusammen. „Wir haben uns sehr über

die Zusagen und das Engagement der Ju- roren gefreut“, unterstreicht Ann-Katrin Jaeger, PBS Report-Redaktionsmitglied. An der Entscheidung waren beteiligt: Dieter Brübach, Mitglied des Vorstands B.A.U.M. e.V.; Monika Missalla-Steinmann, Referentin Öffentlichkeitsarbeit der Fachagentur nachwachsende Rohstoffe e.V. (FNRR); Christian Haeser, Geschäftsführer des Handelsverband Wohnen und Büro (HBS/HWB), Marc Gebauer, Ge- schäftsführer Lyreco Deutschland (bis Anfang 2021) sowie RA Henning Scholtz, Leiter Bereich Umweltzeichen, RAL ge- meinnützige GmbH. Ann-Katrin Jaeger: „Wir bedanken uns an dieser Stelle noch einmal bei unseren Jury-Mitgliedern.“

Der Preis ist zwar ein ideeller, jedoch werden die nominierten Produkte nicht nur in der Print-Ausgabe des PBS Re- port vorgestellt, sondern ebenso in den sozialen Medien und auf der „PBS Report Green Award“-Internetseite ([www.pbs-green-award.de](http://www.pbs-green-award.de)). Die Sieger der einzelnen Kategorien haben wir be- reits benachrichtigt. Die Gewinner-Pro- dukte dürfen außerdem das Logo „pbs green award - Gewinner 2021“ tragen.

#### **Produkt-Kategorien:**

1. Bürobedarf und Papier
2. Schreiben
3. Papeterie und Lifestyle
4. Gesundheit und Ergonomie
5. Bürotechnik und Zubehör

Über die sozialen Medien und Presse- veröffentlichungen werden die ge- werblichen sowie privaten Endverbrau- cher über die nachhaltigen PBS-Pro- dukte informiert. Weitere Informatio- nen finden Sie auf unsere wie immer auf unserer Internetseite.

**[www.pbsreport.de](http://www.pbsreport.de)**  
**[www.pbs-green-award.de](http://www.pbs-green-award.de)**

pbs green award



**Machen Sie mit beim**

## 2. PBS Report Green Award

Sie haben nachhaltige Produkte im An- gebot, die Sie für absolut preiswürdig halten? Dann reichen Sie sie diese doch beim PBS Report Green Award-Wettbe- werb ein! Bis zum 15. Mai 2021 (18 Uhr) können Sie sich in folgenden Katego- rien bewerben.

#### **Produkt-Kategorien:**

1. Bürobedarf und Papier
2. Schreiben
3. Papeterie und Lifestyle
4. Gesundheit und Ergonomie
5. Bürotechnik und Zubehör

Die PBS Report-Redaktion und unsere Fachjury freuen sich auf Ihre Einsen- dungen. Senden Sie uns eine E-Mail ([anmeldung@pbsreport-green-award.de](mailto:anmeldung@pbsreport-green-award.de)) - wir melden uns bei Ihnen mit den Teil- nahmebedingungen und dem Anmel- deformular für Ihre Bewerbung zum „PBS Report Green Award 2022“. Die no- minierten Produkte werden in der PBS Report-Ausgabe Juli-August 2021 (ET: 30. Juli 2021) vorgestellt. Danach wer- den die Gewinner wieder von der Ex- perten-Jury ermittelt.

Die Auszeichnung der Siegerprodukte erfolgt auf der Paperworld 2022 in Frankfurt am Main.  
**[anmeldung@pbsreport-green-award.de](mailto:anmeldung@pbsreport-green-award.de)**

# Green Award

## PBS Report Green Award 2021

## Die fünf Gewinner

Die Jury hat sich für folgende Produkte entschieden:

**Kategorie Bürobedarf und Papier**

ReThinking Paper No 1 bis No 5  
Firma Steinbeis

**Kategorie Schreiben**

Reco Kugelschreiber  
Firma Schneider Schreibgeräte

**Kategorie Papeterie und Lifestyle**

folia Tonpapier - Firma Max Bringmann

**Kategorie Gesundheit und Ergonomie**

Biolooco plant Lunchpot - Firma chic.mic

**Kategorie Bürotechnik und Zubehör**

Wiederaufbereitete Tonerkartusche  
Firma Brother

In die Bewertung fließen u.a. Kriterien wie Nachhaltigkeit, Innovation oder Design ein. Genauso aber werden die Auswirkungen der Produkte auf die Umwelt betrachtet. Folgende Fragen wurden gestellt: Wie nachhaltig ist das Produkt und wie verständlich ist das Konzept für den Verbraucher? Hier soll u.a. der Innovationsgrad festgestellt werden. Ebenso fragen wir, ob das Produkt neben seiner Nachhaltigkeit, noch eine weitere Verbesserung durch seine Nutzung erzielt. Weiter bewerten wir Funktion, Anwenderfreundlichkeit und Aussehen der Produkte. Schließlich stellt sich die Jury die Frage: Spricht das Produkt für sich selbst, seine Nachhaltigkeit, sein Design und fördert es dadurch den Umweltgedanken?

Redaktion, Verlag und Jury gratulieren den Gewinnern 2021.

[www.pbsreport-green-award.de](http://www.pbsreport-green-award.de)

pbs green award



Gewinner 2021

Bürobedarf &amp; Papier

Steinbeis

pbs green award



Gewinner 2021

Schreibgeräte

Schneider

## ReThinkingPaper No 1 bis No 5

Von Papier geht auch im digitalen Zeitalter eine besondere Kraft und Bedeutung aus. Papier ist unverzichtbar und allgegenwärtig - mehr als 20 Millionen Tonnen Papier, Karton und Pappe werden allein in Deutschland jedes Jahr verbraucht. Umso wichtiger ist es, beim Papier die nachhaltigste Wahl zu treffen. Und genau dort setzt die Idee hinter ReThinkingPaper Steinbeis No 1 bis 5 an: Zur Herstellung muss kein einziger Baum gefällt werden, da zu 100 Prozent Altpapier verwendet wird. Im Vergleich zu herkömmlichen Papieren sparen die Druck- und Kopierpapiere Steinbeis No 1 bis 5 bis zu 72 Prozent Energie, 83 Prozent Wasser und 53 Prozent CO<sub>2</sub> ein. Die Produkte sind mit dem Blauen Engel und dem EU Ecolabel ausgezeichnet.

[www.steinbeis-papier.de](http://www.steinbeis-papier.de)

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

[www.rethinking-paper.de](http://www.rethinking-paper.de)



## Erster „Blauer Engel“ für Kugelschreiber

Reco heißt der neue nachfüllbare Druckkugelschreiber, dessen Gehäuse aus 92 Prozent Recyclingmaterial hergestellt ist und als erster Kugelschreiber mit dem „blauen Engel“ ausgezeichnet wurde. Der Reco ist in drei verschiedenen Gehäusefarben erhältlich: Weiß, Schwarz und Dunkelblau. Das moderne und dynamische Design machen ihn durch seine matt, schimmernde Oberfläche zu einem echten Highlight. Der Reco wird umwelt- und ressourcenschonend nach den Kriterien des „Blauen Engels“ am Standort in Süddeutschland hergestellt. Der Anteil des Recyclingmaterials wurde von einem unabhängigen Prüfinstitut bestätigt. Auch die Rohstoffquelle, und somit die 100-prozentige Verwendung von Post-Consumer-Recycling wurde von der europäischen Zertifizierungsgesellschaft EuCertPlast belegt.

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



**pbsreport**  
magazin für büro & papeterie

[pbsreport](http://pbsreport)

pbs green award



Gewinner 2021  
Papeterie & Lifestyle

Max Bringmann

pbs green award



Gewinner 2021  
Gesundheit & Ergonomie

chic.mic

pbs green award



Gewinner 2021  
Bürotechnik & Zubehör

Brother

## folia Tonpapier, Tonkarton und Fotokarton

Was wären Träume ohne Bäume? Nachhaltigkeit gehört zu den Kernwerten von folia. So schützen sie mit ihren Produkten nicht nur die Bedürfnisse der kreativen Köpfe, sondern die Anliegen unserer Umwelt generell. Damit bei folia Tonpapier, Tonkarton und Fotokarton diesem Umweltbewusstsein gerecht werden, hat sich folia bewusst für die Verwendung von 100 Prozent Recyclingpapier entschieden. Die Zertifizierung durch den „Blauen Engel“ garantiert, dass die Papierfasern der Produkte aus 100 Prozent Altpapier gewonnen werden. Im Gegensatz zu Frischfaserpapier schützt Altpapier nicht nur die Wälder, das Klima und die natürlichen Ressourcen, sondern auch die Gesundheit. Der Energie- und Wasserverbrauch sowie die Verwendung von Schadstoffen und Chemikalien ist wesentlich geringer. „Ohne Bäume keine Träume.“

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



## bioloco plant Lunchpot

Die bioloco plant Lunchbox verfügt über einen innliegenden Trenner, so dass man problemlos zwei unterschiedliche Gerichte transportieren kann. Der Bambusdeckel mit Textilband sorgt für einen luftdichten Verschluss. Die Lunchbox ist aus PLA, einem biobasierten Material hergestellt, das aus Pflanzenzucker gewonnen wird. Die Lunch box ist recycelbar und industriell kompostierbar. Das Produkt enthält 0 Prozent Melamin und 0 Prozent BPA. Es ist bis 140°C hitzebeständig, spülmaschinengeeignet und mikrowellengeeignet und somit ein echtes Multitalent als Alltagsbegleiter. Durch die Zertifizierung als klimapositives Produkt werden die bei der Produktion entstandenen Treibhausgase durch die Beteiligung an Klimaschutzprojekten in doppelter Höhe ausgeglichen.

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



## Wiederaufbereitete Tonerkartuschen

Brother ist der einzige Hersteller von Druck- und Multifunktionsgeräten, der seine leeren Tonerkartuschen in Europa wiederaufbereitet, statt zu recyceln. Die Kartuschen werden erst mehrmals in ihrer bestehenden Form und Funktion wieder in Verkehr gebracht, bevor sie in ihre Bestandteile zerlegt und stofflich recycelt werden. Die Aufbereitung in Europa ist kostenintensiver als die Produktion und der Transport neuer Kartuschen aus Fernost, doch Brother spart dadurch nicht nur viele Tonnen Rohstoffe, sondern auch Transportenergie ein. Darüber hinaus ist Brother der einzige Hersteller, der auf alle seine Geräte eine dreijährige Garantie gewährt. Dadurch wird die Lebensdauer der Geräte verlängert, was ebenfalls Rohstoffe und Transportenergie einspart.

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



# Green Award

# Premiumisierung als ganzheitlicher Qualitätsanspruch

Das Jahr 2020 stellte auch das Unternehmen Lamy vor neue, bisher unbekannte Herausforderungen. Gefragt waren praxisorientierte, flexible und schnelle Lösungen. Dank einer wertorientierten Markenführung blickt das Heidelberger Unternehmen optimistisch in die Zukunft.



Die drei Lamy-Geschäftsführer Thomas Trapp, Beate Oblau und Peter Utsch (von links) setzen auf einen ganzheitlichen Qualitätsanspruch. Entsprechend der Markenphilosophie gilt dieser Ansatz für alle Produktsegmente.

Wie für alle Marktteilnehmer war 2020 auch für Lamy ein herausforderndes Jahr. Der Schutz der Mitarbeitende durch umfangreiche Hygienemaßnahmen und großzügige Homeoffice-Regelungen hatte oberste Priorität. Daneben war der ständige Kontakt zu den Handelspartnern und die Aufrechterhaltung der Lieferfähigkeit sicherzustellen. Während bei vielen Unternehmen Produktion und Vertrieb zwischenzeitlich zum Erliegen kamen,

konnte bei Lamy von Stillstand keine Rede sein. Die entwickelte Backupstrategie für Fertigung und Logistik hat in kürzester Zeit herausragend gut funktioniert und trägt nach wie vor elementar zur Stabilisierung des Unternehmens unter anhaltend schwierigen Bedingungen bei. „Hierzu gab es zahlreiche sehr positive Rückmeldungen. Wir sind stolz, jederzeit als verlässlicher Partner an der Seite des Fachhandels zu stehen“, erklärt Thomas Trapp, Ge-

schäftsführer und Leiter des Vertriebs bei Lamy.

Bedingt durch die jeweiligen Lockdown-Maßnahmen waren alle Märkte weltweit temporär von Geschäftsschließungen betroffen. Hohe Umsatzzuwächse gab es daher international im Bereich E-Commerce. Der Ausbau der internationalen E-Commerce-Strategie wird von Lamy gemeinsam mit allen Partnern vorangetrieben. Gleichzeitig bleibt das



Die neuen Farbtöne der Serie Lamy safari origin setzen mit ihren Farbtönen terra red und Lamy safari savannah green auf Bodenständigkeit und Solidität. Der offizielle Verkaufsstart ist am 15. Februar 2021.



physische Ladenlokal und damit der klassische Fachhandel ein bedeutender Vertriebskanal für Lamy. „Wir glauben an die Zukunft des Fachhandels in einer Omnichannel-Ausrichtung, also die Verbindung der Offline- mit der Onlinewelt“, betont Thomas Trapp und verweist darauf, dass viele Fachhandelspartner in den letzten Monaten hier schon Erhebliches geleistet und sich zukunftsfähig aufgestellt haben.

Weltweit wurden auch 2020 etliche neue Lamy-Monobrand-Stores eröffnet und Shop-in-Shop-Installationen vorgenommen. Die größten Märkte Deutschland und China sind gut aus der bisherigen Krise wieder zurückgekommen, der Umsatz in China liegt sogar bereits wieder auf Vor-Corona-Niveau. Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen in vielen Märkten wurden hervorragende

Ergebnisse erzielt, oftmals durch große Business-to-Business-Aufträge mit namhaften Marken, gute Abverkäufe der Sondermodelle und ein sehr gutes Back-to-School-Geschäft. „Wir treffen keine übereilten und markenschädigenden Entscheidungen aus reinen Umsatzgesichtspunkten. Die Geschäftsführung hat dabei von Gesellschaftern und Beirat volle Unterstützung für diese langfristige Ausrichtung des Unternehmens“, betont Thomas Trapp. Er nennt Premiumisierung und Individualisierung als besondere Schwerpunkte der langfristigen Erfolgsstrategie bei Lamy.

**Qualität ist die Voraussetzung des Erfolgs**

Premium ist keine Frage des Preises - Premiumisierung bei Lamy ist ein ganzheitlicher Qualitätsanspruch. Entspre-

chend der Markenphilosophie gilt dieser Ansatz für alle Produktsegmente: Young Writing, Modern Writing, Signature Writing - er ist jedoch ebenfalls im gesamten Unternehmen und in der Qualität der Arbeit jedes Einzelnen verankert. Er nennt neben Digitalisierung, Premiumisierung und Individualisierung als besondere Schwerpunkte der langfristigen Erfolgsstrategie bei Lamy.

Individualisierung als sich seit Jahren verstärkender Trend steht nicht im Widerspruch zum klaren Bekenntnis zur Marke Lamy. Personalisierungen oder Co-Branding mit starken Marken aus anderen Branchen haben großes Potenzial und dienen auch dem Handel zur Kundengewinnung und Kundenbindung: Angefangen bei Gravuren für Schreibgeräte im Business-to-Customer-Bereich, über Drucke und Gravuren sowie Son-



Die Schreibgeräte der Linie Lamy AL-star cosmic und azure präsentieren sich in federleichten und sanft schimmernden Farben. Sie sind ab dem zweiten Quartal 2021 erhältlich.



derfarben, bzw. Sonderausführungen zu Werbezwecken im Business-to-Business-Bereich ist viel möglich, bis hin zum Angebot speziell abgestimmter Produkt-Bundles. Auch für andere Sortimentssegmente, wie zum Beispiel Lamy paper sind die Optionen vielfältig mit Cover-Sonderfarben, Prägungen, Drucken im Innenteil oder individuellen Bänderolen.

Vor dem Hintergrund der strategischen Neuausrichtung der vergangenen Jahre, die das Unternehmen auch im Jahr 2020 vorantreiben konnte, ist Thomas Trapp zuversichtlich: „Gerade in schwierigeren Zeiten ist es umso wichtiger, auf die Markenführung zu achten und sich auf die Werte zu fo-

kussieren, für die die Marke steht. Wir blicken optimistisch in die Zukunft.“

Als Gegenpol zu den High-Tech-Oberflächen und Materialien des Konsumgütermarktes der jüngeren Vergangenheit mit ihren metallischen und synthetischen Farben präsentiert Lamy für 2021 natürliche, den Elementen Wasser, Luft, Erde und Feuer entlehnte Farben.

Warme, inspirierende Farben und Oberflächen mit Assoziationen an natürliche Umgebungen, Stoffe, Materialien und Lebensformen bestimmen die kommenden Moden und Accessoires.

Lamy safari origin bildet dabei mit terra red und savannah green die erdigen

und warmen Naturtöne ab. In Kombination mit der matten Oberfläche und den schwarzen Attributen wie Kapendeckel, Zierring, Clip und Schreibfeder unterstreichen sie den Ausdruck von Bodenständigkeit und Solidität. Offizieller Verkaufsstart: 15. Februar 2021.

Lamy AL-star cosmic und azure repräsentieren mit ihren federleichten und sanft schimmernden Farben die anderen beiden Elemente, Luft und Wasser. Flimmernde Abendsonne, die die Luft und Wolken apricot-rosa färbt und uns von der Unendlichkeit des Himmels und des Universums träumen lässt. Offizieller Verkaufsstart: zweites Quartal 2021. [www.lamy.com](http://www.lamy.com)

# Schreibkultur

*lifestylemagazin*

schreibgeräte · papeterie · accessoires

Das Magazin Schreibkultur präsentiert alles, was Freude am Schreiben, Schenken und Sammeln bringt. Zudem wird ausführlich über aktuelle Themen aus der Welt des Schreibens berichtet. **Wir informieren aus erster Hand.**

Das Magazin erscheint 4 x jährlich.

**Genießen auch Sie die Vorzüge eines Abonnements.**

Einfach einsenden an:

**info@schreibkultur.de** oder **Fax: 0 69/42 09 03 70**

Der Webauftritt **www.schreibkultur.de** begleitet das Magazin ergänzend mit aktuellen Meldungen aus der Branche und nützlichen Informationen.

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

Bitte senden Sie mir die neueste Ausgabe der Schreibkultur zum Einzelpreis von 6,50 Euro zzgl. Versandkosten.

ein Jahresabo ( vier Ausgaben) zum Preis von 24,90 Euro inkl. 7% MwSt. und Versandkosten. Die Bestellung kann ich jederzeit widerrufen. Hierzu genügt die schriftliche Benachrichtigung des Verlages.

Meine Adresse:

Firma: \_\_\_\_\_

Name: \_\_\_\_\_

Vorname: \_\_\_\_\_

Straße/Hausnummer: \_\_\_\_\_

PLZ/Ort: \_\_\_\_\_

Telefon/Telefax: \_\_\_\_\_

Datum: \_\_\_\_\_

Unterschrift: \_\_\_\_\_



Artoz liefert mit #makeityours nicht nur kreative Produkte, sondern erstmals ein komplettes Content-Paket für einen perfekten crossmedialen Auftritt im Internet.

## Neue Kreativsets mit Mehrwert

Als Antwort auf die außergewöhnliche Situation lanciert Artoz eine neue Produktlinie. Mit den Kreativsets #makeityours erhält der Handel alles an die Hand, was für ein gelungenes Cross-Selling benötigt wird. Artoz unterstützt damit aktiv den Vertrieb über alternative Kanäle.

Von ansprechend gestalteten Produkten über die Onlinedaten und stimmungsvolle Inspirationsbilder bis hin zum Marketingtext und den Social Media Inhalten liefert der Schweizer Lieferant bei Vertragsabschluss alles mit. Das Cross-Selling wird damit zum Kinderspiel, weil sich der Handel ganz auf den Vertrieb der Ware konzentrieren kann.

Gleichzeitig werden damit werden die Kunden und Anwender in Zeiten wie

diesen in ihrer Kreativität unterstützt. Ausserdem eignen sich die Produkte auch zum Verschenken und Freude bereiten.

„Wir wissen, wie schwierig die aktuelle Lage im Fachhandel ist und versuchen als Lieferant unsere Kundschaft so gut wie möglich zu unterstützen. Dazu gehört natürlich auch, dass wir ihnen den Verkauf unserer Produkte über alternative Kanäle wie Webshop, Instagram

oder E-Mail so einfach wie möglich machen“, erklärt Roberto Caligiuri, Head of Sales bei der Artoz Papier AG.

Die Kreativsets #makeityours gibt es in den Themenbereichen „Schenken, Stempeln und Notizbuchgestaltung“. Jedes Set bietet einen eignen Mehrwert und die Beutel sowie gewisse Geschenkblätter bestehen außerdem aus Bio-Baumwolle.

[www.artoz.ch](http://www.artoz.ch)



AUS 100% NATÜRLICHEM  
ZUCKERROHR-  
PAPIER

Die neuen Green Line Karten sind nachhaltig und 100 Prozent baumfrei.

# Nachhaltig in die Zukunft

Der Skorpion Glückwunschkartenverlag, ein Familienunternehmen vor den Toren Hamburgs, kreiert seit 1976 mit viel Liebe zum Detail Gruß- und Glückwunschkarten. Der Verlag setzt dabei nicht nur auf innovative Kartentrends, sondern engagiert sich ebenso für den Erhalt der Umwelt.

„100 Prozent Made in Germany ist für uns ebenso wichtig wie Nachhaltigkeit und Umweltschutz“, hebt Stefan Berglmeier, Geschäftsführer Skorpion Glückwunschkartenverlag, hervor. Als FSC-zertifizierter Verlag beteiligt sich der Glückwunschkartenhersteller nicht nur an deutschen Aufforstungsprojekten, sondern arbeitet auch kontinuierlich an der Klimaneutralität seiner Produktionsabläufe. „Mit unserer neuen Serie Green Line setzen wir seit einiger Zeit auf holzfreie Alternativen in der Kartenproduktion. Die Kollektion wird auf Papier aus recycelten Zuckerrohrfasern, die als Rückstand bei der

Zuckerherstellung übrig bleiben, gedruckt und ist damit 100 Prozent baumfrei“, erklärt Stefan Berglmeier weiter. Mit diesem neuen Rohstoff vereine der Verlag Qualität und kreatives Design mit innovativer Nachhaltigkeit. Die neuesten Designs der Green Line Serie werden zudem folienfrei verpackt im Drehständer präsentiert. Statt eines Folienbeutels hält eine Banderole aus Zuckerrohrpapier Karte und Umschlag zusammen. Um natürliche Nahrungs- und Lebensräume zu erhalten, gehören zur Green Line Familie außerdem weitere Grußkarten mit Wildblumen- und Kräutersamentütchen als

Applikation, die Anreize schaffen, selbst ein Stück Natur zu säen.

## Neuer Onlineauftritt für mehr Einblicke

„Kreativität bleibt der Treiber unseres Tuns: Wir begrüßen unsere Kunden mit einem neu gestalteten Onlineauftritt, ergänzt durch Geschenktaschen und Papeterieprodukte in vielfältigen Designs“, sagt Stefan Berglmeier. Der neue Online-shop zeichnet sich durch moderne Funktionen, klare Strukturen und einfache Bestellprozesse aus, die ab sofort die Benutzerfreundlichkeit steigern. Ein frisches Design lädt weiter dazu ein, auf der Website zu verweilen, um noch mehr über die Verlagsprodukte, die Geschichte und Neuheiten zu erfahren. Eine klare Userführung sorgt für einen guten Überblick hinsichtlich Produktgruppen, Anlässen und deren Untergruppen. Dank neuer Funktionen ist der Bestellvorgang für Kunden noch einfacher geworden. „Mit dem Re-Design ist eine moderne Gestaltung mit Wiedererkennungswert gelungen, die unseren Onlineauftritt so unverwechselbar macht wie unsere beständige Qualität, Kreativität und unseren Service“, sagt der Skorpion-Geschäftsführer abschließend.

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



In dem neuen Onlineauftritt wird der Kunde mit modernem Design, klaren Strukturen und Produktvielfalt begrüßt.



Selbst gestaltete Karten sind etwas Persönliches und ein Zeichen der Wertschätzung.

Auf einem Block kommen die Handlettering-Kunstwerke besonders gut zur Geltung.

## Kreative Handlettering-Ideen

Auch im digitalen Zeitalter spielt die Handschrift nach wie vor eine große Rolle. Durch den anhaltenden Handlettering-Boom erlebt die Handschrift sogar ein echtes Comeback. Römerturm bietet zahlreiche Produkte an, auf denen die Kreationen zur Geltung kommen.

Beim Handlettering werden die Buchstaben per Hand geschrieben und kunstvoll gestaltet. Die ganze Aufmerksamkeit liegt auf den Buchstaben, ideal also, um vom Alltagstrubel abzuschalten. Und ideal, um sich ganz persönlich zum Ausdruck zu bringen. Handlettering erfreut sich schon seit einigen Jahren großer Beliebtheit und der Trend reißt nicht ab. Das beobachtet auch Römerturm auf Instagram: Das Unternehmen lädt alle Handlettering-Künstler herzlich ein, ihre kreativen Kunstwerke auf Instagram unter #roemerturmrepost zu posten.

Wolfgang Stemmer, Geschäftsführer von Römerturm, ist beeindruckt vom Engagement der User und der Kreativität: „Wir sind absolut begeistert: Zahlreiche Beiträge wurden bereits unter dem Hashtag #roemerturmrepost gepostet. So viele Handlettering-Highlights, die voller Kreativität und Herzblut stecken! Herzlichen Dank an alle, die bisher mitgemacht haben! Und wir freuen uns

über jeden Beitrag, der in Zukunft noch dazu kommt.“

Mit den vielen Verschnörkelungen, häufig bunten Farben und aufwendigen Verzierungen ist jedes Handlettering-Werk ein echter Hingucker. Deshalb gehören die Kunstwerke auch nicht in die Schublade. Römerturm präsentiert ansprechende Ideen, mit denen die kreativen Kunstwerke die Aufmerksamkeit bekommen, die sie verdienen:

### Handlettering-Block

Auf einem Bild ist nicht genug Platz? Kein Problem, dann ist ein Block die Lösung! Von einzelnen Wörtern mit persönlicher Bedeutung über Gute-Laune-Sprüche bis hin zu nachdenklichen Zeilen: Der Block kann so gestaltet werden, dass für jede Stimmung ein passendes Handlettering-Werk dabei ist. Damit wird der Block ganz individuell, ganz persönlich und ganz besonders. Sehr edel wirken Handlettering-Kunstwerke auf

schwarzem Papier. Dafür ist der Römerturm Black Block aus der Classic Line-Serie die perfekte Wahl. Er ist für zahlreiche Stifte und Farben geeignet, zum Beispiel Aquarellfarben, Pastellfarben, helle Bunt- oder Bleistifte, Gelstifte oder Kreide. Die Grammatur von 270g/m<sup>2</sup> sorgt für ein besonderes haptisches Erlebnis.

### Handlettering-Karte

Sowohl zum Gratulieren als auch bei Einladungen: Karten sind etwas Persönliches und ein Zeichen der Wertschätzung. Deshalb nicht einfach eine beliebige Karte nehmen, ein paar Zeilen kritzeln, unterschreiben, fertig. Besser: Karten selbst gestalten - das geht schnell und einfach online. Im Internet bietet Römerturm eine große Auswahl an vorgestellten Karten, die mit wenigen Klicks mit eigenen Fotos, Grafiken und Texten individualisiert werden können.

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



Der neue Capless LS von Pilot überzeugt mit einer innovativen Silent-Drehmechanik, durch die sich die Füllfederspitze geräuschlos einfahren lässt.

# Innovative Technologie trifft auf elegantes Design

Wer auf der Suche nach einem einzigartigen Füllfederhalter ist, wird mit dem Capless von Pilot Pen sicherlich fündig. Beim Capless handelt es sich um ein innovatives Schreibgerät, das mit einer Druckmechanik ausgestattet ist und somit ganz ohne Kappe auskommt.

Schnell eine Nachricht bei WhatsApp getippt oder eine E-Mail versendet - innerhalb unserer Kommunikation sind Smartphones, Tablets und Apps nicht mehr wegzudenken. Trotz dieser Entwicklung ist das Schreiben mit der Hand nach wie vor ein wichtiges Werkzeug im privaten und beruflichen Alltag und hilft beispielsweise dabei, Gedanken zu sortieren, Ziele festzuhalten oder wichtige Meilensteine mit einer Unterschrift zu besiegeln. Der hochwertige Füllfederhalter Capless von Pilot ist hierfür ein ebenso verlässlicher wie stilvoller Begleiter. Das Besondere: Wie bei einem Kugelschreiber kann die Spitze per Klick ein- und wieder ausgefahren werden. So ist der Capless jederzeit einsatzbereit und garantiert stilvolles Schreiben auf Knopfdruck!

## Neue „Luxury & Silent“ Edition

Der Capless LS bringt die bewährten Capless-Eigenschaften mit und überzeugt darüber hinaus mit einer innovativen Silent-Drehmechanik, durch die sich die Füllfederspitze geräuschlos wieder einfahren lässt. Dieses 2-in-1-System ist

nicht nur praktisch, sondern besticht zudem durch einen modernen und gleichzeitig eleganten Look in Form eines konkaven Mittelrings aus rhodiniertem Silber. „Die Kombination aus technischer Finesse und zeitlosem Design macht den Capless LS zu einer lohnenden Investition für stilbewusste Frauen und Männer, die Wert auf Eleganz und Langlebigkeit bei einem Schreibgerät le-

gen“, sagt Filia Tzanidakis, Marketingleitung bei Pilot Pen Deutschland. Der neue Füllfederhalter hat eine 18 Karat rhodinierte Goldfeder und rhodinierte Zierelemente. Erhältlich ist er in Dunkelblau, Schwarz und Violett in glänzender Lackoptik sowie in einem mattschwarzen Finish in jeweils drei Federstärken (fein, mittel, breit).

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



Der neue Füllfederhalter ist erhältlich in Dunkelblau, Schwarz und Violett in glänzender Lackoptik sowie in einem mattschwarzen Finish.

Der Kugelschreiber Pentel Antibacterial+ wird aus einem antibakteriell wirkenden Kunststoff gefertigt. Gehäuse und Kappe des Antibacterial+ enthalten Silberionen mit antibakteriell wirkenden, bioziden Eigenschaften, die eine Ausbreitung von Bakterien auf der Oberfläche des Stifts verhindern.



# Antibakterieller Kugelschreiber für Hygiene im Alltag

Angesichts der aktuell verstärkt gebotenen Handhygiene im Alltag hat Pentel einen antibakteriellen Kugelschreiber entwickelt. Der Pentel Antibacterial+ unterstützt Hygienekonzepte und unterstützt überall dort, wo es Kundenkontakte gibt.

Der neue Kugelschreiber Pentel Antibacterial+ wird aus einem Kunststoff gefertigt, der eine antibakteriell wirkende Eigenschaft hat. So können bakterielle Aktivitäten auf der Oberfläche des Stifts eingedämmt werden, was Kontaminationen und damit einhergehende Infektionsrisiken bei der Benutzung und Weitergabe des Schreibge-

räts deutlich reduziert. Damit ist er perfekt für den Einsatz an öffentlichen Orten.

Für die antibakterielle Wirkung sorgt ein ausgeklügelter chemischer Prozess. Gehäuse und Kappe des Antibacterial+ enthalten Silberionen mit antibakteriell wirkenden, bioziden Eigenschaften, die

eine Ausbreitung von Bakterien auf der Oberfläche des Stifts verhindern. Die Anzahl der Bakterien nimmt deutlich ab. Die Wirkung der Kunststoffoberfläche wurde nach den europäischen Anforderungen der ISO 22196 zur Messung antibakterieller Aktivität auf Kunststoff- und anderen porenfreien Oberflächen getestet und zertifiziert.



**Pentel** takes care + writes clean  
**ANTIBACTERIAL+**





Kontaminationen und damit einhergehende Infektionsrisiken können bei der Benutzung und Weitergabe des Schreibgeräts deutlich reduziert werden. Damit ist er perfekt für den Einsatz an öffentlichen Orten.

Wo vorher benutzte Schreibgeräte aufwendig in regelmäßigen Abständen desinfiziert werden mussten, kann der Pentel Antibacterial+ ein willkommener Problemlöser sein. Die antibakterielle Wirkung hält dauerhaft für die gesamte Nutzungsdauer des Stiftes.

Besonders im öffentlichen Raum ist das Bewusstsein für Hygienethemen allgegenwärtig und das Bedürfnis, dort sicher aufgestellt zu sein, vielerorts groß. Mit seinem hellblauen, schlanken Gehäuse passt der Antibacterial+ perfekt in jeden Stiftebecher, an jedes Klemmbrett und auf jeden Empfangstresen und erleichtert Abläufe in den Bereichen Gesundheitswesen & Pflege, Tourismus & Gastronomie, Dienstleistungen & Industrie sowie Bildung & Verwaltung. Überall dort, wo Menschen zusammenkommen oder arbeiten. Wo vorher benutzte Schreibgeräte aufwendig in regelmäßigen Abständen desinfiziert werden mussten, kann der Pentel Anti-

bacterial+ ein willkommener Problemlöser sein. Die antibakterielle Wirkung hält dauerhaft für die gesamte Nutzungsdauer des Stiftes.

Michael Scholz, Vertriebsleiter Pentel Deutschland, kommentiert: „Nach dem Motto ‚Takes care + writes clean‘ hat Pentel ein Produkt entwickelt, das gewohnte Pentel-Schreib-Qualität mit den aktuellen Bedürfnissen in Bezug auf Handhygiene im Alltag, verbindet.“

Der Kugelschreiber mit der antibakteriell wirkenden Oberfläche ist als Kappenmodell in den Schreibfarben Blau und Schwarz mit Strichstärke 0,35 mm er-

hältlich. Die Wolframcarbid-Schreibkugel sorgt für eine stabile Schreibspitze, die hält, auch wenn der Kugelschreiber viel im Einsatz ist. Der Antibacterial+ wird in Frankreich als nachfüllbares Modell in gewohnter Pentel Qualität gefertigt. Für den Handel wird er sowohl einzeln als auch in einem kompakten POS-Display angeboten.

Die Produkteinführung erfolgt Anfang des Jahres 2021 und wird mit einer umfangreichen Onlinepräsenz, die die verschiedenen Zielgruppen berücksichtigt und die wichtigsten Fragen zum Produkt beantwortet, unterstützt.

[www.pentel-antibacterial.eu](http://www.pentel-antibacterial.eu)



Die Schulrucksackmarke „neoxx“ engagiert sich bei Plastic Free Planet für die Säuberung der Ozeane.

## Engagement für Umweltschutz

Getreu dem Motto „Be the difference“ kooperiert die Schulrucksack-Marke „neoxx“ mit der Organisation Plastic Free Planet. Sie entfernt über angestellte Mitarbeiter in Südostasien Plastikmüll aus dem Ozean und führt diesen einen Recyclingkreislauf zu.

Seit Anfang Januar holt die Marke „neoxx“ gemeinsam mit der Organisation Plastic Free Planet für jeden verkauften Active Schulrucksack ein Kilogramm Plastikmüll aus dem Ozean. „Wir freuen uns als zertifizierter Partner von Plastic Free Planet einen Beitrag für die Säuberung der Meere sowie die Rettung der Meerestiere zu leisten“, erklärt Undercover-Geschäftsführer Michael Fortdran.

„Wir freuen uns sehr auf die Zusammenarbeit mit der Marke ‚neoxx‘. Wir sehen es als äußerst wichtig an, dass bereits im jungen Alter auf die Verschmutzung der Meere aufmerksam gemacht wird. Durch die Kooperation mit ‚neoxx‘ und deren Vertrieb von Schulrucksäcken erreichen wir nun auch speziell Kinder und Jugendliche“, sagt Geschäftsführer Michael Steiger der gemeinnützigen Organisation Plastic Free Planet.

Angespornt für das nachhaltige Engagement wurde Michael Fortdran auch von seiner Tochter. Eine Plakatwerbung mit einem plastikessenden Delphin, hinterfragte sie: „Müssen Delphine denn

Müll essen?“ - „Ich möchte ein Vorbild für meine Tochter sein und aktiv handeln, so dass auch die Generationen nach ihr, noch Abenteuer in der Natur erleben“, unterstreicht Fortdran. Mit der Kooperation mit Plastic Free Planet kann „neoxx“ direkt vor Ort unterstützen, das Meer von Plastikmüll zu reinigen und es wieder zu verwerten. Ein toller Nebeneffekt: Neben den Reinigungs- und Wertungsaktivitäten, schafft Plastic Free Planet auch vor Ort in Südost-Asien ein kollektives Bewusstsein zum Thema Müllvermeidung, überdurchschnittlich bezahlte Arbeitsplätze und damit einhergehend auch Schulbildung so wie warme Malzeiten.

Für einhundert Prozent Transparenz wird der Endkunde mit der Zertifikatsnummer den aktuellen Spendenstand auf der Website der Organisation abfragen können. Mit dieser Kooperation baut die Schulrucksack-Marke „neoxx“ das Engagement gegen Plastikverschmutzung aus. Bereits seit Markteinführung 2019 besteht das Innenfutter der „neoxx“ Produkte aus einhundert Pro-

zent recycelten PET-Flaschen. Auf diese Weise entsteht weniger Plastikmüll und die natürlichen Ressourcen werden geschont. Um das Thema Plastikverschmutzung gemeinsam in den Vordergrund zu rücken, werden Händler von „neoxx“ mit POS- sowie Bild-/Videomaterialien zur Kooperation unterstützt.

[www.neoxx-schulrucksack.com](http://www.neoxx-schulrucksack.com)



Die „neoxx“ Active Modelle bieten extra Volumen und noch mehr praktische Fächer für alle Utensilien.



Made in Germany, ergonomisch, sicher, cool:  
McNeill hat seinen Ranzenmodellen einen neuen  
Look verpasst und bleibt seinen Werten treu.

# Save the Planet: für eine nachhaltige Zukunft

McNeill präsentiert sich 2021 mit einem frischen Markenauftritt, einer neuen Bildsprache, einem veränderten Logo und einer lässigen Manga-inspirierten Version seines beliebten Maskottchens. Das neue „Look & Feel“ sprüht vor Begeisterung für Style und Coolness.

Was bleibt, ist das Commitment zu vier Herzensangelegenheiten: Nachhaltigkeit, Sicherheit, Ergonomie und Stabilität. Save the Planet - das ist für McNeill mehr als ein Slogan. Wer einen Schulranzen von McNeill kauft weiß: Der musste nicht erst mal um die halbe Welt geflogen werden. Denn alle Produkte werden in der eigenen Manufaktur im Herzen Deutschlands gefertigt. Das spart CO<sub>2</sub> und schont die Atmosphäre - damit Kinder auch dann noch eine lebenswerte Welt vorfinden, wenn sie die Schulausbildung hinter sich haben.

Ebenso wichtig bei McNeill: das Thema Sicherheit. Deshalb sind alle Schulranzen des Hauses mit zwei retroreflektierenden, optional blinkenden Streifen versehen, die Kinder im Straßenverkehr sichtbar machen. Und: jeder Ranzen

ist so designt, dass er Kindern einen freien Blick über die Schulter ermöglicht.

Auch am Produktportfolio wurde gefeilt. Mit der aktuellen Kollektion setzt McNeill neue, innovative Maßstäbe in Sachen Design: Auf schlichten Mustern, die auch älteren Kindern gefallen, können die coolen McAddys befestigt werden. Der Clou: Dank der Motivmagnete erlernen Kinder Individualität und können den Ranzen im Laufe der Jahre an ihren Geschmack anpassen. Ein Ranzen, der Kinder über Jahre begleitet - auch das ist Nachhaltigkeit! Save the Planet - aus Liebe zu unseren Kindern.

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

Inspiriert ist das neue „Look & Feel“ von der Lebensfreude der Kinder und ihrer Begeisterung für Style und Coolness.



# Kraftpapiermaschine für Papiertaschen

Mondi, Verpackungs- und Papierhersteller, hat in seinem Papierwerk in Štětí in der Tschechischen Republik seine neue Papiermaschine für Spezialkraftpapier in Betrieb genommen. Dank der Investition in Höhe von 67 Millionen Euro verfügt das Unternehmen jetzt über die erste europäische Papiermaschine zur Herstellung von Spezialkraftpapieren aus frischen und recycelten Fasern für Tragetaschen im Einzel- und Onlinehandel.

Die Papiermaschine wird jährlich bis zu 130 000 Tonnen Spezialkraftpapier produzieren, wodurch Mondi mit dem größten Sortiment an Tragetaschen für Endverbraucher in Europa aufwarten kann. Es umfasst neben weißen und braunen Papiersorten aus frischen Fasern jetzt auch aus Recyclingfasern bestehende Papiersorten, die zur Herstellung von Tragetaschen für zahlreiche Einsatzmöglichkeiten - von Modeboutiquen über den Online-Lebensmittelhandel



bis hin zu Hauslieferungen - verwendet werden können. Das auf der neuen Maschine hergestellte EcoVantage-Papier ist zweilagig und besteht aus wiederverwerteten und nachhaltig beschaff-

ten frischen Fasern. Es ist vollständig recycelbar. Der europäische Markt für Spezialkraftpapier wird voraussichtlich wachsen. Vorangetrieben wird diese Entwicklung durch die Gesetzgebung zur Vermeidung von Kunststoffabfällen aus Kunststofftragetaschen und dem Wunsch der Endverbraucher, auf Tragetaschen aus Kunststoff zu verzichten.

Kalle Taari, Head of Strategy und Product Management Kraft Paper bei Mondi, erklärt: „Wir möchten Verarbeitern und Markenartiklern nachhaltige, vollständig recycelbare Produkte auf Papierbasis für ihre Verpackungen im Einzel- und Onlinehandel bieten. Aus den auf dieser Maschine hergestellten Papieren lassen sich auf Recyclingfasern basierende Produkte fertigen, die sich durch eine natürliche Optik, eine hervorragende Bedruckbarkeit und hohe Festigkeit auszeichnen.“

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

## Mit „Sixty“ zurück in die 60er-Jahre

Nach dem Erfolg der Heftzange Zenith 548/E „Replay 1948“, die anlässlich des 70. Jubiläums der bekanntesten „Zenith“-Heftzange, Art. 548, realisiert wurde, präsentiert Balma, Capoduri & C. eine neue, limitierte Sonderedition, die den Anwender in die wilden „Sixties“ zurückversetzt. Der Schriftzug „Zurück in die 1960er“ („Back to the 1960s“) zielt die Verpackung der neuen Zenith 548/E „Sixty“- Heftzange, die sich (Gehäusefarbe und Verpackung) an der Zenith 548/E Heftzange jener Jahre orientiert, als diese als einzige Farbkombination erhältlich war (genannt „Beige/Gold schillernd“).

Ab Ende der 70er-Jahre wurden weitere Farben in den Katalog aufgenommen, aber „beige“ blieb lange Zeit der Favorit in allen Büros - so zahlreich, dass noch funktionstüchtige „Vintage“-Modelle auf den Schreibtischen der Welt liegen.

Die technisch-funktionellen Eigenschaften der Sonderedition entsprechen denen der aktuellen „Zenith“-Modelle Art. 548/E - verbunden mit den im Laufe der Jahre vorgenommenen Verbesserungen, die Leistung und Zuver-

lässigkeit der Heftzange weiter erhöht haben. Gleichzeitig wird die hohe Qualität durch eine lebenslange Garantie bescheinigt, die sich auf Fabrikationsfehler erstreckt.

[www.zenith.it](http://www.zenith.it)



# Selbstklebefolie mit antimikrobieller Technologie

Coala Coversafe von Antalis gewährleistet kontinuierlichen Schutz gegen Viren, Bakterien, Hefe und Schimmelpilze. Die Folie soll 24 Stunden am Tag und auf allen Oberflächen für Schutz sorgen. Die Selbstklebefolie haftet auf Türgriffen sowie an vielen anderen Orten und Oberflächen.

Antalis hat mit Coala Coversafe eine selbstklebende, transparente Folie mit antimikrobiellen Eigenschaften auf den Markt gebracht. Die Folie gewährleistet dank der revolutionären, patentierten Technologie mit mineralkeramischen Mikrokügelchen unter allen Umständen und auf allen Oberflächen kontinuierliche Sicherheit.

Durch die Nutzung von den technologischen Eigenschaften der Mineralkeramik-Mikrokugeln bietet Coala Coversafe rund um die Uhr dreifachen Schutz gegen Viren (einschließlich Coronavirus 229E, saisonaler Grippe, Gastroenteritis), Bakterien, Hefe und Schimmelpilze.

Die dünne, transparente, matte und selbstklebende Schutzfolie ist natürlich und biokompatibel. So stellt die Folie keine Gefahr für den Kontakt mit der Haut oder mit Lebensmitteln dar und kann an einer Vielzahl von Orten und Oberflächen,

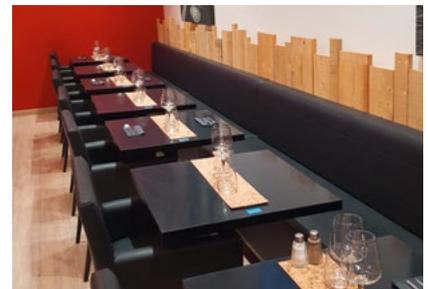
einschließlich Kantinen- und Cateringbereichen, installiert werden. Coala Coversafe garantiert einen kontinuierlichen Schutz gegen Bakterien und Viren auf allen Arten von Oberflächen wie beispielsweise automatischen Spendern, Türgriffen, Lichtschaltern, Schreibtischen, Handläufen oder Theken. An verschiedenen Orten kann die Folie zum Einsatz kommen - Schulen, Krankenhäuser, Büros, öffentliche Verkehrsmittel, Sportzentren oder Bars und Restaurants.

Die revolutionäre Folie, die über vier Jahre getestet wurde, bewahrt eine stabile und dauerhafte Wirkung über einen längeren Zeitraum, ohne an Wirksamkeit zu verlieren. Coala Coversafe ist leicht zu pflegen und kann mit jedem üblichen Reinigungsmittel (Seife, Bleichmittel, Desinfektionsmittel) gesäubert werden. Die mikrobielle Aktivität wird davon nicht beeinträchtigt.

Coala Coversafe ist mühelos zu installieren, wirkt schnell (z.B. bei dem Coronavirus 229E: 90 Prozent in einer Stunde; bis zu 99,9 Prozent in 24h) und kann rückstandslos entfernt werden.

„Wir freuen uns, mit Coala Coversafe ein innovatives und starkes Produkt auf den Markt gebracht zu haben, welches das Ausmaß unserer Kompetenz in der visuellen Kommunikation demonstriert. In den aktuell schwierigen Zeiten möchte Antalis seinen Kunden innovative Lösungen anbieten, die ein sicheres Umfeld garantieren und eine erfolgreiche Fortsetzung der Aktivitäten unserer Kunden erleichtern“, sagt Xavier Jouvét, Direktor für Marketing und Einkauf bei Antalis International. Erhältlich ist die Folie in zwei Formaten, als Rollen für großflächige Anwendungen und als Zuschnitte für Türgriffe - Coala Coversafe passt sich somit allen Bedürfnissen der Kunden an.

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



# Antimikrobielle Haftnotizen

In Anbetracht des steigenden Hygienebewusstseins der Bevölkerung und des zunehmenden Bedarfs an ganzheitlichen Hygienekonzepten für den Büroalltag hat Global Notes erstmals antimikrobielle Haftnotizen entwickelt. Unter der eigenen Marke „inFO“ hat Global Notes ein Sortiment mit zunächst acht antimikrobiellen Artikeln in klassischem Pastellgelb und schlichtem Weiß auf den Markt gebracht. Mit ihrer nachweislich antimikrobiellen Wirkung eignen sich die neuen Haftnotizen perfekt für jedes professionelle oder private Umfeld, in dem sie mit hoher Wahrscheinlichkeit durch mehrere Hände gehen und Hygiene eine übergeordnete Rolle spielt.

Der verwendete biozide Wirkstoff eliminiert mehr als 99,99 Prozent der Bakterien und Pilze und unterbindet somit permanent und lang anhaltend die Ansiedlung und Vermehrung auf beiden Seiten

des Papiers. Die Wirkung wurde in einem unabhängigen Labor getestet und zertifiziert. Der Wirkstoff hat keinen Einfluss auf die Beschreibbarkeit und Rezyklierbarkeit der Haftnotizen. Auch die Klebkraft der Produkte bleibt unverändert.

Global Notes setzt auch bei den antimikrobiellen Haftnotizen auf einen hochwertigen wasserbasierenden, lösemittelfreien Kleber aus eigener Herstellung. Die sorgfältig ausgewählten Rohpapiere für die Haftnotizherstellung bezieht Global Notes ausschließlich in Europa und sorgt so für besonders kurze Lieferwege. Die Produktion erfolgt nach dem neuesten Stand der Technik. Dabei schafft Global Notes mit einer besonders effizienten und flexiblen Produktion mit kurzen Durchlaufzeiten und einer vollautomatischen Konfektionsanlage einen rundum umweltfreundlichen Produktionsprozess mit hoher Qualität.



Global Notes ist FSC-zertifizierter Hersteller und stellt auch die antimikrobiellen Haftnotizen in FSC-Qualität her. Damit reißen sich die neuen Produkte in ein umfangreiches Sortiment nachhaltiger Produkte ein.

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

# Anti-Virus-Schutzfolie



Die antimikrobiellen Etiketten von Avery Zweckform lassen sich wie normale Folienetiketten bedrucken.



Es gibt Flächen, die oft berührt werden und damit besondere Übertragungsstätten für Krankheitserreger sein können. Dazu gehören zum Beispiel (Tür-)Griffe, (Licht-)Schalter oder Handläufe. Eine lang anhaltende Schutzlösung kommt jetzt von Avery Zweckform, dem Experten für Selbstklebe-Etiketten: eine Anti-Virus-Schutzfolie, die unter dem Produktnamen „Antimikrobielle Etiketten“ erhältlich ist. Ihre antimikrobielle Wirkung hält mindestens ein Jahr lang an.

Die Anwendung ist denkbar einfach: aufkleben und fertig. Die Folie ist selbstentkeimend und entfernt 99,9 Prozent aller Keime wie Viren oder Bakterien. Zudem ist sie gesundheitlich völlig unbedenklich. Ihre Wirksamkeit ist klinisch getestet und von unabhängigen Instituten gemäß der ISO 22196 Prüfung (mod.) bestätigt. Mit der Folie versiegelt, müssen Flächen nach Berührung nicht mehr desinfiziert werden. Das erleichtert die Einhaltung der Hygienevorschriften in

allen Betrieben, Läden und Einrichtungen ebenso wie im öffentlichen Verkehr. Und selbst wenn die Schutzfolie mal mit Desinfektions- oder Reinigungsmitteln in Berührung kommt, tut das der Wirkung keinen Abbruch. Die antimikrobiellen Etiketten gibt es in verschiedenen Größen. Sie können zudem auf eigene Wunschformate zugeschnitten werden - die Schutzwirkung bleibt dabei voll erhalten. Das Folienmaterial ist mit einer antimikrobiellen Beschichtung versehen, deren Wirkung durch Licht und Sauerstoff kontinuierlich von Neuem aktiviert wird. Die Folie sowie ihre Beschichtung sind besonders strapazierfähig. Sie sind wasser- und reißfest, beständig gegen Öl-, Reinigungs- und Desinfektionsmittel und halten Temperaturen von minus 20 bis plus 80 Grad Celsius aus. Damit ist die Anti-Virus-Schutzfolie auch für Krankenhäuser, Labore, Produktion und Logistik sowie für Küchen- und Toilettenräume gut geeignet.

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



# Bewegung im Arbeitsalltag

„Das Homeoffice ist oftmals weniger ergonomisch eingerichtet als das Büro“, weiß Gesundheitsexperte Jan-Frederik Kolthoff von move UP. Das Unternehmen für Gesundheitsprävention hat mit Kensington von Leitz Acco Brands, die interaktive „Bewegte Pause“ zum Mitmachen entwickelt.

Ein plötzlicher Schmerz im Rücken oder im Nacken - ein Problem, dass viele im Büro oder Homeoffice kennen - und genau dieses möchte Kensington abschwächen. Die Büroausstattung umfasst dabei ergonomische Produkte zum Wohlfühlen. Das Konzept des SmartFit-Systems von Kensington verspricht sehr einfach individuell einstellbare Lösungen für den Bildschirmarbeitsplatz - im Büro oder von Zuhause

aus. Mit Hilfe des SmartFit-Hand Diagramms und seinen vier Farbcodes kann ein Benutzer in Sekundenschnelle die ergonomisch perfekte Passform für sein Produkt finden und einstellen. Die Auswahl dieser Produktlösungen ist dabei groß und reicht vom Laptopständer, über stützende Rücken- und Sitzkissen sowie Fußstützen bis hin zum SmartFit Sitz-/Stehstisch. Ziel ist es, die eigene Körperhaltung mit dem SmartFit-System zu verbessern und so das Wohlbefinden, die Gesundheit und die Produktivität am Arbeitsplatz zu steigern. Gerade in Zeiten von dynamischen Veränderungen, die sich auch auf die Gestaltung des Arbeitsplatzes ausgewirkt haben, sind anpassungsfähige Lösungen gefragt. Zum einen besteht die Herausforderung darin, verstärkt Homeoffice-Möglichkeiten anzubieten. Zum anderen werden Büroarbeitsplätze oft nicht mehr nur einem speziellen Mitarbeiter zugeordnet, sondern im Wechsel von mehreren Personen genutzt. Daraus ergibt sich ein besonderer Bedarf an gesundheitsfördernden Office-Tools, die es jedem Mitarbeiter ermöglichen, mit wenigen Handgriffen ihren Arbeitsplatz optimal auf ihre individuellen Bedürfnisse einzustellen.

Doch die Marke geht noch einen Schritt weiter. Zusätzlich hat Leitz Acco Brands zusammen mit den Gesundheitsexperten von move UP eine „Bewegte Pause“ zur Verfügung gestellt, die ganz einfach von zu Hause aus genutzt werden kann. Trainer der move UP zeigen dabei effiziente Übungen, die keine Vorkenntnisse erfordern. „Die ‚Bewegte Pause‘ führt zu einem besserem Körpergefühl und Wohlbefinden und sorgt für mehr Schwung und Motivation im Arbeitsalltag“, sagt Jan-Frederik Kolthoff, Geschäftsführer der move UP. Kensington bietet so für ein flexibles Rundum-Sorglos-Paket für ein gesundes und dynamisches Arbeiten.

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



Kensington SmartFit bietet alles für die moderne Büroausstattung. So kann das Mobiliar gezielt an die Anforderungen der dynamischen Arbeitswelt angepasst werden.



# Flexible Arbeitsmodelle

Die renommierte Professorin Ruth Stock-Homburg (BWL und Psychologie) der Technischen Universität Darmstadt leitet auch das „leap in time Lab“ in dem sie zukünftige Arbeitswelten erforscht und erfahrbar macht. Sie sieht die Pandemie als Chance.

Das „ComfurnacyHO+“-Siegel für Produkte, die sich für das Homeoffice besonders eignen.



Die Arbeitswelt befindet sich in einem Wandel. Dies ist eine Binsenweisheit, die niemand ernsthaft hinterfragen wird. Doch wie lässt sich dieser Wandel beschreiben und welche Rolle spielt die Corona-Pandemie? Prof. Ruth Stock-Homburg hat 2016 in Darmstadt das „leap in time Lab“ gegründet und erforscht mit ihrem Team zukünftige Arbeitswelten. KI-gesteuerte Unternehmensführung und die Mensch-Roboter-Interaktion gehören ebenfalls zu den Forschungsschwerpunkten. Nach ihrer Einschätzung hat die Pandemie - bei allen negativen Folgen für die Menschen und die Gesellschaft - der klassischen Arbeitswelt gutgetan, denn sie treibt einen Wandel, der notwendig ist und sich schon lange abzeichnet, in bisher ungekannter Geschwindigkeit voran. Mithilfe von Studien mit mehr als 15000 Teilnehmerinnen und Teilnehmern haben die Forscher aus Darmstadt bereits im März vergangenen Jahres Fragen rund um das Homeoffice untersucht. In der Phase, die mit dem ersten Lockdown zusammenfiel, schätzten die Befragten ihre Produktivität

um 30 Prozent geringer ein. Nach einigen Monaten im Homeoffice stiegen die Zufriedenheitswerte deutlich an. Die drei zentralen Arbeitsformen, so hat Prof. Ruth Stock-Homburg herausgefunden, haben sich verschoben: Während vor der Corona-Pandemie 80 Prozent der Befragten in ihren Unternehmen arbeiteten, 10 bis 15 Prozent mobil arbeiteten und 10 Prozent im Homeoffice, arbeiteten im zweiten Lockdown nur noch 30 Prozent ständig in ihren Unternehmen, während 50 Prozent mobil arbeiten und 20 Prozent im Homeoffice. „Erwünscht und notwendig ist Flexibilität“, betont die Wissenschaftlerin. Die Vorzüge des Homeoffices sollten dabei mit denen der Campusarbeit kombiniert werden, sodass sich aus beiden eine optimale Lösung entwickeln lässt. Diese Anpassung an die Bedürfnisse von Arbeitnehmern und Arbeitgebern führt in logischer Konsequenz zum Abbau klassischer Büroarbeitsflächen. „Wir sehen hier eine große Chance für echte Innovationen.“ Vor allem im Bereich Homeoffice müsse noch viel getan werden, um funktionierende Grundlagen zu schaffen. Es geht um die technologische Ausstattung sowie arbeitsförderliche Büromöbel. Es ist vielfach nicht klar wie Unternehmen ihre Mitarbeiter im Homeoffice unterstützen können. Hier hofft Prof. Stock-Homburg, dass keine rechtliche Überregulierung praktiziert wird. Zum Beispiel eine Überregulierung im Sinne eines „Rechtes auf Homeoffice“ sieht sie kritisch. Jedoch hängt ein erfolgreiches Homeoffice nicht nur von den technischen Details und der Ausstattung ab. Hier haben Unternehmen ihren Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen in den letzten Monaten viel an technischer Unterstützung zur Verfügung gestellt haben. Auch die Möbel im Homeoffice spielen eine wichtige Rolle und hier fehle es noch an Orientierung. Aus diesem Grund vergibt das

„leap in time Lab“ das „ComfurnacyHO+“-Siegel für beispielhafte Produkte und bietet sowohl dem Hersteller als auch dem Käufer Orientierung. Im Fokus stehen die Nutzerverträglichkeit und die Frage, wie leicht ein Produkt ins häusliche Umfeld integriert werden kann.

## Stand der Digitalisierung

Unternehmern rät Prof. Ruth Stock-Homburg, sich nun gut auf die neue Situation einzustellen. Als erstes gelte es, den eigenen Status Quo in Bezug auf bestehende Bürokonzepte kritisch zu hinterfragen. Dazu gehöre auch eine Portion Mut. Aber diese kritische Haltung sei schon deshalb notwendig, weil es unerlässlich sei, ein attraktiver Arbeitgeber zu bleiben, gerade im Hinblick auf die Zukunft. Dies gehe nur, wenn verschiedenen Bedürfnisse - der Kunden, aber auch der Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen - berücksichtigt werden. „Ich kann nur raten, sich flexiblen Arbeitsmodellen zu öffnen“, betont die BWL-Professorin, die Unternehmen in diesem Bereich mit ihrer Expertise unterstützt. In Zukunft, so nimmt sie an, werden nur 20 Prozent der Arbeitnehmer ausschließlich im Homeoffice arbeiten. Ein großer Teil der Menschen werde stattdessen auf flexible Formen des Arbeitens zurückgreifen, bei dem mobile Elemente wichtig seien. Das schließe Co-Working-Spaces, die ebenfalls eine passende Ausstattung benötigten, mit ein. Prof. Stock-Homburg geht davon aus, dass die gerade in Deutschland kulturell fest verankerte Trennung von Arbeit und Privaten sich lockern werde. Dieser Prozess müsse gesteuert und die Unternehmen dazu ermutigt werden, „hier ihre Potenziale zu nutzen und entsprechende Strukturen zu schaffen.“ Auch wenn die Pandemie abklinge: „Es wird keine Rolle rückwärts geben.“

[www.leap-in-time.com](http://www.leap-in-time.com)



Professor Ruth Stock-Homburg sieht in der Corona-Pandemie einen Katalysator für den Wandel in der Arbeitswelt.

# In Bewegung

Egal ob im Büro, am Homeoffice-Schreibtisch, alternativ am Küchentresen, beim Fernsehen oder Bügeln: Sitzen wird mit dem to-swift von Dauphin jetzt noch agiler. Der Steh-Sitz-Hocker von Trendoffice punktet mit intuitiver Höhenverstellung, einer lässigen Wippfunktion sowie einem rutschfesten Fuß, der sowohl auf glatten als auch auf Teppichböden sicheren Halt findet. Inspirieren ließ sich das italienische Designer-Trio Scagnellato, Ferrarese und Bertolini beim Entstehungsprozess von der Form und der flexiblen Einsetzbarkeit eines Skateboards. Und das merkt man: Die Sitzfläche von to-swift ist je nach Wunsch quer und längs nutzbar. Zu haben ist der Steh-Sitz-Hocker in Grau-Weiß und klassischem Schwarz.

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



# Raum gestalten

Das Cubas Stauraumsystem von Assmann wird als raumgliederndes Regal- und Stauraumsystem oder neu als stylisches Hänge-regal angeboten. In beiden Varianten ist Cubas vielfältig einsetzbar und überzeugt durch seine vielseitigen Gestaltungsmöglich-

keiten. Das flexible System kann dabei vom Korpus über den Funktionsboden bis hin zu den einzelnen drehbaren Modulen individuell gestaltet werden.

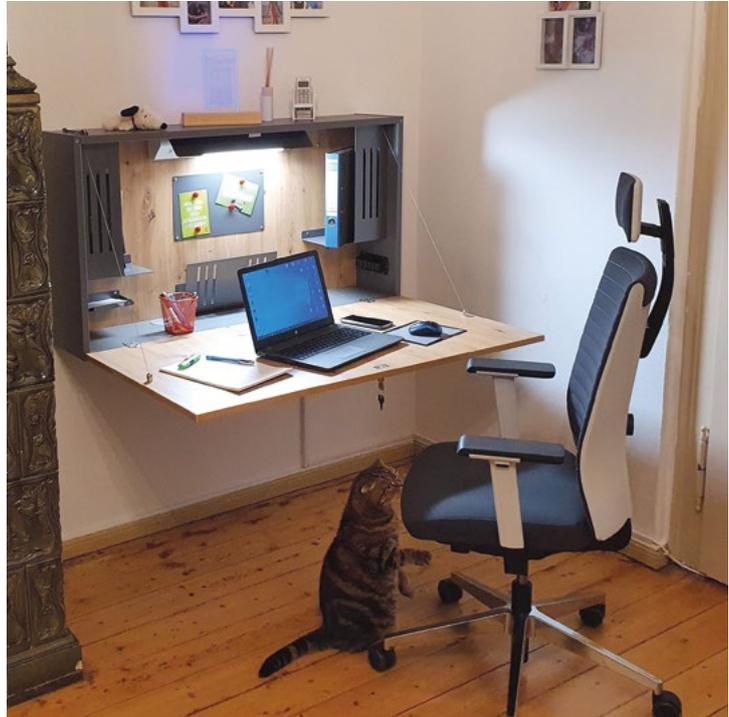
[www.assmann.de](http://www.assmann.de)

# Entspannt am Schreibtisch

Der Tempo Drehsessel von Köhl überzeugt mit anspruchsvoller Ergonomie, zeitgemäßer Funktionalität und einem schlicht-minimalistischen Design. Die Rückenlehne ist geformt wie eine Schale. Durch eine spezielle Bespannung bildet sich zwischen Bezugstoff und Rückenteil ein Hohlraum, der für eine hervorragende Luftzirkulation sorgt. Das straffe Bezugsmaterial passt sich zudem flexibel den Nutzerbewegungen an, bietet optimale ergonomische Unterstützung und ein völlig neues Sitzgefühl. Der Rücken ist durch Rastertechnik in der Höhe einstellbar und auf Wunsch mit der Köhl-Bandscheibenstütze (KBS) ausgestattet, die zusätzlich für spannungsfreies Sitzen sorgt.

Der Sitz des Tempo lässt sich durch eine neue dynamische Sitzneige nach vorne kippen und fördert damit eine gesunde und aufrechte Sitzhaltung für konzentriertes Arbeiten ohne Ermüdung. Die neue Multifunktions-Synchron-Mechanik mit integrierten Bedientasten und einer serienmäßigen Sitztiefeinstellung runden den Sitzkomfort ab.

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



# Abwechslungsreich

Das Schreibtischsystem „CREW T“ von Palmberg verbindet ein repräsentatives Aussehen mit hochwertigen Materialien. Er ist ein verschraubtes, modulares Traversensystem, das symmetrisch aufgebaut ist. Die kompakten Rechtecksäulen mit integriertem Motorgehäuse sind doppelt teleskopierbar. Zwei parallel laufende Quertraversen werden kraftschlüssig mit den beiden Motorenhäusen mit jeweils vier Schrauben verbunden. Seitlich montierte Plattenträger dienen zur Aufnahme der fest verschraubten Tischplatten. Durch Lösen der äußeren Schraubverbindungen können die Seitenteile ab einer Breite von 1600 mm eingeklappt werden. Die Fußkufe ist fest mit dem Seitenteil verschraubt und erlaubt einen Höhenausgleich von plus 10 mm. Die horizontale Elektrifizierung erfolgt über einen großzügig dimensionierten, beidseitig abklappbaren Kabelkanal. Die vertikale Elektrifizierung findet über flexible Kabelschlangen oder am Seitenteil montierte Kabelblenden statt. Alle Stahlteile sind in den Palmberg Gestellfarben pulverbeschichtet. Der serienmäßig eingesetzte Easy - Stop - Sensor übernimmt die Antikollisionsfunktion durch Messung von Bewegungsimpulsen am Plattenrahmen über die gesamte Tischplatte. Somit ist ein optimaler Auffahrerschutz gewährleistet. Das Tischsystem gewährleistet eine Zuladung von 85 Kilogramm.

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

# Platz für Arbeit

Gesunde und sichere Büroarbeit unterwegs oder im Homeoffice erfordert wie die Arbeit im Büro eine durchdachte und professionelle Unterstützung. Oft gibt es keinen Platz für einen separaten Arbeitstisch oder keinen eigenen Raum für die Arbeit mit dem Laptop zu Hause oder unterwegs. Muss deshalb ein Ess-, Küchen- oder Balkontisch temporär für die Büroarbeit umgenutzt werden, dann bietet das „Tisch-Faltpbüro“ Fold-Up-Workspace von Wilkhahn eine ebenso praktische wie effiziente Lösung: Es lässt sich für mobiles Arbeiten wie ein Anzug überall hin mitnehmen, in Sekundenschnelle auf einem Tisch aufstellen und „nach der Arbeit“ wieder flach zusammenfallen und platzsparend im Schrank oder an der Garderobe „aufhängen“. Als Sichtschutz erleichtert er die fokussierte Arbeit und erschwert gleichzeitig unerwünschte Einblicke von der Seite auf das Display. Die obere Abschirmung bietet Blendschutz für das Display - und ermöglicht dadurch sogar das Arbeiten auf Terrasse oder Balkon. Das selbsttragende Akustikvlies reduziert die Lärmbelästigung durch Telefonieren und Video-Konferenzen - und das Material ist pinnfähig, sodass sich Notizzettel oder auch Fotos der Liebsten anheften lassen.

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



# Im Sitzen und Stehen

Der Winea Startup von Wini vereint Funktionalität und Qualität im Preiseinstiegssegment. Der von 65 bis 125 cm motorisch höhenverstellbare Steh-Sitz-Tisch hält nützliche Ausstattungsoptionen zur Technikanbindung und Elektrifizierung bereit. Für eine smarte Organisation lässt

sich Winea Startup mit Kabeldurchlässen, Kabelkanälen, Kabelgliederketten, CPU- und Monitorhaltern bis hin zu unterschiedlichen Netboxen mit Strom- und Netzwerkzugängen ausstatten. Auf Wunsch bringt Wini eine Beinraumbende sowie Sicht- und Akustikpaneele an dem Steh-Sitz-Tisch an.

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



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

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

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



Titelbild: Lamy

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



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



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



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



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



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

**Bezugspreise**  
Einzelheft - außerhalb des Abonnements - 11,- Euro [inkl. MwSt.] zuzüglich Versandkosten. Jahresabonnement 102,- Euro [inkl. MwSt.] inkl. Porto- und Versandkosten. Luftpostgebühren werden gesondert berechnet. Bestellungen: Bei allen Buchhandlungen und bei ZARBOCK MEDIA. Das Abonnement verlängert sich jeweils um ein weiteres Jahr, falls nicht 8 Wochen vor Ende des Bezugsjahres Kündigung erfolgt. Gerichtsstand und Erfüllungsort ist Frankfurt am Main.

**Anzeigenpreislise**  
Nr. 51 vom 1.11.2020/54. 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



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

# Termine



10. bis 12. April 2021  
**ILM Int. Lederwarenmesse, Offenbach**  
[www.ilm-offenbach.de](http://www.ilm-offenbach.de)

20. April 2021  
**Consumer Goods Digital Day**  
[consumergoodsdigitalday.messefrankfurt.com](http://consumergoodsdigitalday.messefrankfurt.com)

21. bis 22. April 2021  
**EK Fun**  
[www.ek-servicegroup.de](http://www.ek-servicegroup.de)

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

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

24. bis 26. Mai 2021  
**Paperworld Middle East, Dubai**  
[ae.messefrankfurt.com](http://ae.messefrankfurt.com)

10. bis 21. Juli 2021  
**Trendset, München**  
[www.trendset.de](http://www.trendset.de)

24. bis 26. Juli 2021  
**Nordstil, Hamburg**  
[nordstil.messefrankfurt.com](http://nordstil.messefrankfurt.com)

7. bis 9. Oktober 2021  
**Insights-X, Nürnberg**  
[www.insights-x.com](http://www.insights-x.com)

10. bis 13. Januar 2022  
**International Stationery Fair, Hong Kong**  
[www.hkstationeryfair.com](http://www.hkstationeryfair.com)

29. Januar 1. Februar 2022  
**Paperworld/Creativeworld, Frankfurt**  
[paperworld.messefrankfurt.com](http://paperworld.messefrankfurt.com)  
[creativeworld.messefrankfurt.com](http://creativeworld.messefrankfurt.com)

11. bis 25. Februar 2022  
**Ambiente, Frankfurt**  
[ambiente.messefrankfurt.com](http://ambiente.messefrankfurt.com)

## März 2021

- 5. Nachhaltigkeitsausgabe PBS Report
- Top-Thema: Green Homeoffice
- Gewinner „1. PBS Report Green Award 2021“
- Kreativ- und Hobbysortimente
- Hits für Kids
- Stempeln und Markieren

**Die nächste Ausgabe des PBS Report erscheint am: 26. März 2021.**

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



Die *grüne* Druckerei  
macht jetzt auch *blau*\*

BRONZE-GEWINNER

UMWELTORIENTIERTES  
UNTERNEHMEN DES JAHRES



\*ab sofort mit dem blauem Engel

[www.blauer-engel.de/uz195](http://www.blauer-engel.de/uz195)



**ZARBOCK**

Druck- und Verlagshaus Zarbock  
team@zarbock.de · www.zarbock.de

**Druck & Medien**  
AWARDS  
15 Jahre 2019  
BRONZE

Umweltorientiertes  
Unternehmen des Jahres