

pbsreport.de | April-Mai 2022

pbsreport

magazin für büro & papeterie

Mit Faber-Castell
nachhaltig ins
neue Schuljahr



14 | InterES
Funktionierende
Partnerschaft

22 | Sigel
75 Jahre
stetiger Wandel

42 | Finalisten
Die Goldene
Grüßkarte 2022



pbs green award

Sie haben nachhaltige Produkte im Angebot, die Sie für absolut preiswürdig halten? Dann reichen Sie diese doch beim 3. PBS Report Green Award 2023 ein.

Unsere hochkarätig besetzte Fachjury mit Vertretern aus Handel und Institutionen freut sich auf Ihre Einsendungen. Fordern Sie die Bewerbungsunterlagen an: **anmeldung@pbsreport-green-award.de**

Die nominierten Produkte werden in der PBS Report-Ausgabe August 2022 veröffentlicht.

Die Bekanntgabe der Gewinner und die Auszeichnung der Siegerprodukte erfolgt im Januar 2023 im Rahmen der internationalen Fachmesse für Papier, Bürobedarf und Schreibwaren, der Paperworld in Frankfurt am Main.

Jetzt bewerben!



**Bis zum 30. Juni 2022
können Sie sich in den
folgenden Kategorien bewerben:**

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

Nachhaltig handeln
und darüber erzählen!
Ihre Story im PBS Report.
Rufen Sie uns an:
069/42 09 03-55.

Blieben Sie nachhaltig informiert. Besuchen Sie unsere Internetseite www.pbsreport.de oder abonnieren Sie unseren Newsletter.

Kritische Situation erreicht



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



Sabine Baumstark
Redaktion PBS Report

Seit 24. Februar herrscht Krieg in der Ukraine. Rund 4,3 Millionen Kinder wurden schon vertrieben, mehr als die Hälfte der rund 7,5 Millionen ukrainischen Kinder. Rund 1,8 Millionen sind in die Nachbarländer geflohen, 2,5 Millionen Kinder sind innerhalb des Landes auf der Flucht. Das sind Zahlen, die von der Unicef - das Kinderhilfswerk der Vereinten Nationen - ermittelt wurden. Zahlreiche Hilfsorganisationen wie auch private Initiativen haben sich rasch organisiert, um die Menschen in der Ukraine zu unterstützen, Überlebenshilfe zu leisten oder für einen Neuanfang in Deutschland zu sorgen.

Eine der ersten Hilfsaktionen aus unserer Branche haben die Unternehmer Jan und Benedikt Schäfer ins Leben gerufen. Die beiden Geschäftsführer der SI Mass Production GmbH aus Bad Wünnenberg-Haaren bauen dabei auf ein viele Länder umspannendes Netzwerk von Geschäftspartnern, die sich schnell von der Idee begeistern ließen. „Das unfassbare Leid in der Ukraine berührt uns sehr“, sagt Jan Schäfer. „Es sind vor allem Kinder, die von jetzt auf gleich aus ihrer Heimat flüchten mussten und müssen - in eine ungewisse Zukunft.“ Gemeinsam entwickelten sie die Idee, unbürokratisch zu helfen - und zwar mit ihrer unternehmerischen Kompetenz im Bereich Bildungsmaterialien. In kürzester Zeit haben sie unter dem Motto: „education4peace“ Sachspenden gesammelt - darunter in großer Zahl Schulranzen und Schreibwaren - die jetzt geflüchteten Kindern zugutekommen. Für interessierte Spender*innen - auch Geldspenden sind willkommen - ist eine E-Mail-Adresse eingerichtet: spende@education4peace.de.

Damit die Hilfe aus Deutschland - egal in welcher Form - auch weiter erfolgen kann, muss die deutsche Wirtschaft am Leben erhalten werden. Schnell hat sich gezeigt, dass die Folgen des Krieges die Belastungen hierzulande weiter verstärkt hat. Die letzte Corona-Welle wirkt noch nach und wirft ihre Schatten auf die deutsche Wirtschaft. In dieser angespannten Situation ist die nächste ökonomische Krise besonders gefährlich. Der Einmarsch in die Ukraine hat die politischen und ökonomischen Rahmenbedingungen nochmals drastisch verändert.

„Wir haben eine kritische Situation erreicht“, warnte kürzlich Michael Ruhнау, Präsident Handelsverband Büro und Schreibkultur (HBS), anlässlich der Jahrespressekonferenz. Die enormen Wachstumszahlen der vergangenen Monaten vermittelten ein falsches Bild. Ohne den Lebensmitteleinzelhandel sehe die Bilanz viel schlechter aus. Die Industrie kämpft mit weiteren Problemen, etwa höhere Kosten für Vorleistungen, Rohstoffe und Energie, die nun weitergereicht werden. Dazu kommen Lieferengpässe und eine Inflation, die „Folgen haben wird“. All das führe dazu, dass weniger Geld in den privaten Konsum fließe, sagt Michael Ruhнау. „Wir müssen nun sicher stellen, dass unsere Geschäfte weiter über die nötige Liquidität verfügen.“ Sorge bereitet dem HBS-Präsidenten und Fachhändler neben der Preisentwicklung, die weiter steil nach oben zeige, noch der Mangel an Rohstoffen wie beispielsweise Nickel, das bei der Verchromung oder zur Batterieherstellung benötigt werde. Schon jetzt gäbe es Preisaufschläge für verchromte Teile bei Bürostühlen.

Nur eine der Folgen: Die Teilnahme an Ausschreibungen - vor allem Anfragen der öffentlichen Hand - werden derzeit reihenweise abgesagt, weil Forderungen nach einer Preisgarantie über ein Jahr niemand mehr gewährleisten will oder kann. Die Auswirkungen des Krieges sind längst spürbar und bei uns angekommen. Der Staat muss nun seine Ausschreibungsverfahren schnell anpassen, wenn er am Ende nicht ohne Arbeitsmittel dastehen will.

Blieben Sie gesund. Viel Spaß beim Lesen dieser Ausgabe.



6



10



16



18



22



24



26



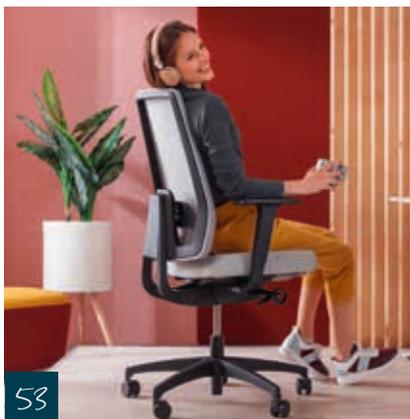
28



42



48



53



56

Inhalt

Editorial

- 3 Kritische Situation erreicht

Szene

- 6 Böttcher AG - Wachstum fortgesetzt

Handel und Forum

- 10 HBS- Störfaktoren bestimmen weiter die Entwicklung der Branche
14 Wolfgang Möbus, InterES, im Interview - Funktionierende Partnerschaft
16 Messe Frankfurt - Neue Hallenbelegung ab 2023

Unternehmen und Profile

- 18 AVG Forum 2022 - Tradition trifft auf Digitalisierung
20 Sonja Koschel, Eva Barth-Gillhaus, Marketmedia24, im Interview - Wie stark hat sich der PBS-Markt verändert?
22 Sigel - Vom Formular bis zur modernen Büro- und Arbeitswelt
24 Frontbag - Wenn Ergonomie eine gewichtige Rolle spielt

Titel

- 26 Faber-Castell - Nachhaltig ins neue Schuljahr
28 Faber-Castell - Schreiben mit Glamour-Faktor: Grip Edition Glam

Schule und Freizeit

- 30 Pelikan - Viel mehr als ein Schulranzen
31 Pilot - Individuelle Designs im Trend
32 Edding - Trendthema Polaroid-Karten

- 33 Trodat - Stempellösungen für die Schule
34 Pentel - Dream-Team fürs Bullet Journal
35 Coocazoo - Aktion für Schulkinder in Afrika
36 MTS-Sport - Mit Drachen in die Lüfte steigen
37 Häfft-Verlag - Motiviert in die Schule starten
38 Eberhard Faber - Kreativer Freiraum für malbegeisterte Kinder

Papeterie und Lifestyle

- 40 Laurel-Klammern - Be(ein-)druckende Werbemittel
41 ABC-Cards - Für die schönen Anlässe im Leben
42 Die goldene Grußkarte 2022 - Die Finalisten

Büro und Technik

- 48 Nachhaltiges Büro - so wird der Arbeitsplatz „grüner“
52 Ideal - Experten für Datensicherheit
53 Dauphin - Indeed erhält Auszeichnung
54 Dahle - Der richtige Umgang mit personenbezogenen Daten

Digital Business

- 55 Maul - Neues Rechnersortiment vorgestellt
55 Müller Möbel - Sekretär fürs Homeoffice
56 Antalis - KI-gestützte Software steuert die Bestellverarbeitung

Obligatorisches

- 58 Impressum/Termine

Egal ob im Büro, im Homeoffice, am PC, über das Smartphone oder am Tablet.

**Mit einem Klick
bleiben Sie immer
auf dem neusten Stand.**



Hier scannen und kostenlos anmelden:



Der **pbsreport**-Newsletter

Jeden Dienstag – übersichtlich und informativ für Sie aufbereitet – direkt in Ihr Postfach.

Sie möchten den Newsletter für Werbezwecke nutzen?

Gerne erstellen wir Ihnen digitale und crossmediale Angebote die genau auf Ihren Bedarf zugeschnitten sind!

Mediaberatung:
Armin Schaum
Telefon: 0 69/42 09 03-55
armin.schaum@zarbock.de

Zarbock Media GmbH & Co. KG
Sontraer Straße 6
60386 Frankfurt/Main
0 69/42 09 03-72





Am neuen Standort der Böttcher AG in Jena-Zöllnitz entstanden über 90 000 Quadratmeter zusätzliche Logistikfläche und über 7 000 Quadratmeter Bürofläche. Vorstand Udo Böttcher (Abb. oben) Foto: Böttcher AG



Igepa group erweitert Geschäftsführung

Der seit 2008 für die Igepa als Geschäftsbereichsleiter Paper und Print verantwortliche Amir Besic wurde zum 11. April 2022 in die Geschäftsführung berufen. Er wird in dieser Funktion für die Sparten Paper, Print und Office verantwortlich sein. „Diese organisatorische Anpassung gibt dem seit 1. April 2021 als Geschäftsführer der Igepa group GmbH & Co KG tätigen Gunnar Fecken die notwendigen Rahmenbedingungen, um den Diversifizierungsprozess der Igepa Gruppe in den Wachstumsfeldern Viscom und insbesondere Packaging noch stärker voranzutreiben“, betonen die Executive Board Member Dr. Ingo Osterheld von Freytag & Petersen aus Köln sowie Sebastian Geiger von der Firma Geiger aus Aalen. www.igepagroup.com

Böttcher setzt Wachstum fort

Die Böttcher AG aus Jena setzte ihren Wachstumskurs auch im abgelaufenen Geschäftsjahr fort. Mit einem Gesamtumsatz von 580 Millionen Euro konnte zum Vorjahresvergleich ein Wachstum von 16 Prozent erzielt werden. Damit baut das Unternehmen seinen Vorsprung im B2B-Umfeld weiter aus und rückt gleichzeitig näher an die Top 10 des deutschen E-Commerce heran.

Mit dieser Entwicklung reiht sich der E-Commerce-Spezialist nahtlos in die letzten Geschäftsjahre ein. „Dies ist umso erfreulicher“, sagt der Vorstand Udo Böttcher, „da wir einerseits mit nach wie vor begrenzten Logistikkapazitäten agieren mussten und darüber hinaus, parallel unser 100-Millionen-Euro-Infrastruktur-Projekt erfolgreich zum Abschluss gebracht haben.“

Vor allem die Fertigstellung des neuen Standortes, mit über 90 000 Quadratmetern zusätzlicher Logistikfläche und über 7 000 Quadratmetern Bürofläche, ist ein ganz wichtiger sowie herausragender Meilenstein in der Geschichte der Böttcher AG. Damit wird die zur Verfügung stehende Logistik- und Bürofläche um etwa das vierfache der bisherigen Flächen erweitert. „Somit haben wir die optimalen Voraussetzungen geschaffen, um auch in den kommenden Jahren den Wachstumspfad des Unternehmens, mit hoher Dynamik, fortzuführen“, sagt Udo Böttcher. Das Unternehmen in seiner heutigen Form wurde 1995 gegründet und ging damals mit 300 Quadratmeter Fläche an den Start.

Den Stellenwert des Unternehmens in der Region unterstreicht auch die in 2021 deutlich angewachsene Belegschaft. Mit über 600 Mitarbeiter:innen gehört die Böttcher AG zu den bedeutendsten Arbeitgebern der Region. Mit der Inbetriebnahme des neuen Standortes besteht signifikanter Bedarf an weiteren Mitarbeitern, so zum Beispiel in den Bereichen Produktmanagement, Einkauf, Kundenservice, IT und Softwareentwicklung sowie Logistik. Dafür wurde in eine Vielzahl an Zusatzangeboten und Annehmlichkeiten für die Belegschaft investiert. So befindet sich beispielsweise im neuen Standort in Jena-Zöllnitz ein Fitnessstudio, das kostenfrei genutzt werden kann. Mitarbeiterrestaurant, Cafeteria, Loungebereiche, eine großzügige Dachterrasse sowie Friseur und Massageräumlichkeiten stehen ebenfalls zur Verfügung.

Durch die sehr positive wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens war es darüber hinaus möglich, die Beteiligung aller Mitarbeitenden am Unternehmenserfolg deutlich aufzustoßen. So wurde die Bonusausschüttung, welche an alle Mitarbeiter:innen vorgenommen wird, auf bis zu 27 500 Euro erhöht. „Die Gewinnbeteiligung der Mitarbeiter hat sich damit in den vergangenen drei Jahren mehr als verdoppelt“, sagt Udo Böttcher.

www.bueromarkt-ag.de

Esser verlässt Soennecken



Der Finanzvorstand der Soennecken eG, Frank Esser, hat das Unternehmen verlassen. Er hat sich nach sieben erfolgreichen Jahren im

Unternehmen - davon knapp zwei Jahre als Finanzvorstand - zu einer beruflichen Neuorientierung entschlossen. Vorstand und Aufsichtsrat der Soennecken eG nehmen dies zum Anlass, den Vorstand zu verkleinern. Das bedeutet konkret, dass der Vorstand bis auf Weiteres aus zwei Vorständen bestehen wird. Die Positionen bekleiden nach wie vor Dr. Benedikt Erdmann und Georg Mersmann. Die Position des Finanzvorstands wird nicht neu besetzt. Stattdessen wird sich die Soennecken eG um eine/n erfahrene/n Finanzprokuristen/in bemühen,

www.soennecken.de

Kramer folgt Thomas David



Angela Kramer ist seit 1. April 2022 neue Geschäftsführerin der Carandache Vertriebs GmbH Deutschland. Der bisherige Geschäftsführer

Thomas David verabschiedete sich nach 23 Jahren in den Ruhestand. Angela Kramer ist bereits seit 17 Jahren im Unternehmen tätig und hat an der Seite von Thomas David den Aufbau und den Vertrieb der Schweizer Marke für hochwertige Schreibgeräte und Farbstifte in Deutschland, Österreich, Belgien, Niederlande und Luxemburg erfolgreich mitgestaltet. Angela Kramer blickt gespannt auf die neue Herausforderung.

www.carandache.com

Sigel besetzt Spitzenposition



Seit Anfang März ist Susanne Fritz Director Marketing und Productmanagement bei Sigel. Mit langjähriger Erfahrung in der PBS-Branche

stärkt sie das Mertinger Traditionsunternehmen in diesen entscheidenden Bereichen. Susanne Fritz bringt internationale Erfahrung in Industrie- und Handelsunternehmen aus unterschiedlichen Branchen mit. Verschiedene Führungspositionen in Marketing und Vertrieb im Multichannel-Umfeld prägen ihren beruflichen Werdegang. In ihrer Zeit beim Aktenvernichter-Hersteller HSM arbeitete Susanne Fritz viele Jahre im Key Account Management und leitete später den Bereich Marketing und Vertrieb.

www.sigel-office.com

Eine breite Palette für Gross und Klein...



...für Dich



modern



cool



fröhlich



verspielt



trendy



vielfältig



Dieter Friedrich-August Schmidt verstorben

Am 22. Februar 2022 ist der langjährige Geschäftsführer der Plate Büromaterial in Lilienthal, Dieter Friedrich-August Schmidt, im Alter von 78 Jahren verstorben. Er hat mehr als 50 Jahre lang seine ganze Kraft und Leidenschaft für das Unternehmen eingesetzt und dabei stets den Menschen in den Mittelpunkt allen Handelns gestellt. Er prägte und lebte auf unvergleichliche Weise die Werte, die für die Familie und alle Mitarbeiter bis heute Bestand haben. Durch seine unternehmerische Weitsicht und Schaffenskraft hat er ein einzigartiges Handelsunternehmen in Deutschland geschaffen.



Dieter Friedrich-August Schmidt

„Diese Leistungen und die Persönlichkeit von Dieter Friedrich-August Schmidt haben unser aller Leben geprägt, seine große Menschlichkeit ist ein Vorbild und bleibt unvergessen“, schreibt die Plate Geschäftsleitung in einem Nachruf.

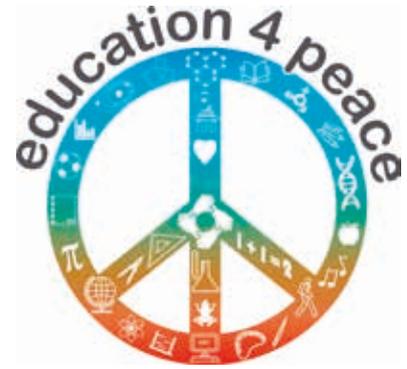
Die Firmengruppe, die im vergangenen Jahr ihr 150-jähriges Bestehen feierte, ist mit acht Niederlassungen in Deutschland vertreten und verfügt über einen eigenen Außendienst. Die Plate Büromaterial Vertriebs GmbH erwirtschaftete zuletzt 100 Millionen Euro und beschäftigt rund 350 Mitarbeiter. Ingo Schmidt führt das Traditionsunternehmen mit Sitz in Lilienthal seit 2020 in fünfter Generation.

Der Verstorbene begann 1959 seine kaufmännische Ausbildung bei Bock und Dankwitz in Hamburg. 1962 beendete er seine Lehrzeit zur Unterstützung bei D. Plate, diese hatte zu diesem Zeitpunkt nur zwei Angestellte. Mit 17 Jahren ging Dieter Friedrich-August Schmidt in den Außendienst. 1964 kam Gotelinde Schmidt, die Ehefrau von Dieter Friedrich-August Schmidt, in die Firma und wurde später ebenfalls Teil der Geschäftsleitung. Mit lediglich vier Mitarbeitern konnte 1964 die Firma einen Umsatz von ca. 240 000 D-Mark vorweisen. 1978 übernahm Dieter Friedrich-August

Schmidt das Unternehmen vollständig und gründete die Plate Büromaterial Vertriebs GmbH. Nach dem Umzug 1982 nach Lilienthal übernahm er drei Jahre später die Herrmann Schwerdtfeger GmbH in Bremerhaven. Dann begann Plate deutschlandweit zu expandieren. Die Unternehmensgruppe gründete u. a. die BEXBüromaterial Express GmbH in Hannover (1991), den BMF Büromarkt Fiedler Wolgast (1991) und die BÜMA Büromaterial GmbH in den Standorten Magdeburg (1991), Brandenburg (1991), Dessau (1991), Leipzig (1992) und Halle (1994). Bereits 1996 verzeichnete die Plate Unternehmensgruppe erstmals einen Umsatz von 100 Millionen D-Mark. Noch im gleichen Jahr wurde eine weitere Niederlassung in Duisburg eröffnet.

Ab dem Jahr 2000 wuchs das Unternehmen weiter und übernahm Keiner + Winkler Büromaterial in Düsseldorf-Rath, Schreibwaren Saalman in Velbert sowie Martens und Augustin Bürodienst GmbH in Hamburg übernommen. Später folgten 2019 noch die Unternehmen Ernst Wehking GmbH & Co. KG in Achim und der Profi-Team GmbH in Grasberg. Dieter Friedrich-August Schmidt ging aber auch immer mit der Zeit und eröffnete bereits im Jahr 2004 einen ersten Onlineshop.

www.plate.de



Spendenaktion für Kinder aus der Ukraine

Die weltweite Stärkung von Bildungschancen für Kinder ist das Ziel des Projektes „education4peace“. Anlässlich des im Februar begonnenen Krieges in der Ukraine haben die Unternehmer Jan und Benedikt Schäfer eine Spendenaktion ins Leben gerufen, bei der Bildung für Frieden im Fokus steht. Die beiden Geschäftsführer der SI Mass Production GmbH aus Bad Wünnenberg-Haaren bauen dabei auf ein viele Länder umspannendes Netzwerk von Geschäftspartnern, die sich schnell von der Idee begeistern ließen.

„Wir sind einer der führenden Hersteller von Schul- und Bürobedarf in Europa und haben viele Kontakte, die wir binnen kürzester Zeit für unser Projekt gewinnen konnten“, freut sich Jan Schäfer. „Wenn wir Kindern eine gute Schulbildung ermöglichen, schaffen wir die Grundlage für eine Zukunft, in der sich die Menschen mit Achtung begegnen und sich auf den Weg machen, die globalen Herausforderungen gemeinschaftlich zu bewältigen“, sagen Jan und Benedikt Schäfer. Und damit machen sie deutlich, dass „education4peace“ eine langfristige Perspektive hat. „In der akuten Not geboren soll und wird unser Hilfs-Netzwerk weiterwachsen“, sagt Benedikt Schäfer.

„Helfen Sie mit - geben Sie der Bildung eine Chance. Denn Wissen öffnet Horizonte und fördert das Verständnis füreinander“, appellieren die Initiatoren des Projektes. Für interessierte Spenderinnen und Spender - auch Geldspenden sind willkommen - ist eine E-Mail-Adresse eingerichtet: spende@education4peace.de.
www.ek-servicegroup.de

Lizenzmesse zur Insight-X

Die Spielwarenmesse eG und Licensing International bündeln ihre Kompetenzen und bringen für den deutschsprachigen Raum eine eigene Lizenzveranstaltung auf den Markt. Die Licensing-X Germany wird der Lizenzbranche in Deutschland, Österreich und der Schweiz eine neue Plattform bieten und zeitgleich mit der Insights-X vom 5. bis 7. Oktober 2022 im Messezentrum Nürnberg stattfinden - die Expo für Papier, Büro und Schreibwaren wird ebenfalls von der Spielwarenmesse eG veranstaltet.

„Mit der Licensing-X Germany bauen wir unser Portfolio in einem stark wachsenden Markt aus, der uns bestens vertraut ist und branchenübergreifend agiert“, kommentiert Vorstandssprecher Christian Ulrich den jüngsten Neuzugang der Spielwarenmesse eG. Laut Licensing International liegt der weltweite Umsatz

mit lizenzierten Waren und Dienstleistungen bei rund 293 Milliarden US-Dollar. Davon fallen ca. 11 Milliarden US-Dollar auf den deutschen Markt. Zum breit gefächerten Spektrum zählen die Produktkategorien Bekleidung, Spielzeug, Modeaccessoires, Videospiele, Wohnkultur, Lebensmittel, Schuhe, Kosmetik, Sport und Geschenkartikel.

Licensing International wurde 1985 gegründet und ist seit 2001 mit der Veranstaltung Licensing Market aktiv in Deutschland vertreten. Mit der neuen Licensing-Messe baut die Spielwarenmesse eG ihre bestehende Zusammenarbeit mit Licensing International konsequent aus. Auch neue Trends im Markt, wie Streamingdienste und NFTs, sollen in den Fokus rücken und neue Horizonte eröffnen.

www.spielwarenmesse-eg.de

ILM-Termin rückt nach vorn

Die Messe Offenbach hat den Termin der ILM #157 festgelegt und rückt deutlich nach vorne. Somit wird sie erstmals, nicht wie gewohnt Anfang März, sondern vom 4. bis 6. Februar 2023 stattfinden.

„Kundenorientierung, also die konkreten Anforderungen und Bedürfnisse des Handels, stehen für uns im Fokus und mit Blick auf die Veränderungen im Markt war diese Entscheidung notwendig“, sagt Arnd Hinrich Kappe, Geschäftsführer der Messe Offenbach.

Die Edition #156 der ILM findet zur gewohnten Zeit vom 3. bis 5. September 2022 in Offenbach statt.

www.ilm-offenbach.de

Raja Baumpflanzaktion



Vielerorts wird am 25. April der Tag des Baumes begangen. In Karlsruhe und Ettlingen wird dieser seit vielen Jahren gefeiert, um den Bäumen aufgrund des Klimas bessere Startbedingungen zu geben. Dieses Jahr bot die Baumspende von Raja in Höhe von 8 000 Euro die Plattform für die Feierlichkeiten des

Tags des Baumes. Mit dem Wunsch, in der Umgebung des Firmensitzes, Bäume zu pflanzen, wandte sich Raja an den Arbeitskreis Oberrheinische Waldfreunde e.V.. Dieser fand mit dem Albtalradweg den perfekten Pflanzort, der die Städte Ettlingen und Karlsruhe verbindet. Ein Weg, den auch viele Raja Mitarbeiter regelmäßig befahren. „Wir möchten unseren Beitrag zum Thema Nachhaltigkeit auch lokal leisten und suchten nach entsprechenden Möglichkeiten“, sagt Katrin Pavelka, Abteilungsleiterin PR und Events bei Raja. Das Unternehmen sieht sich, nicht nur als Akteur der Verpackungsbranche, in der Pflicht, verantwortungsvoll mit natürlichen Ressourcen umzugehen. Diesen Grundsatz beachtet Raja Sitz in Ettlingen bereits bei der Beschaffung von Produkten: 86 Prozent der verkauften Produkte werden in Europa hergestellt. Zudem wird das Sortiment nachhaltiger Verpackungsmittel kontinuierlich ausgebaut.

www.rajapack.de

Der echte klebstoff
Coccina®
Seit 1927 der Tradition verbunden

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

Störfaktoren bestimmen weiter die Entwicklung der Branche

Die PBS-Branche leidet unter der Pandemie, Inflation und Lieferengpässen. Der Gesamtnettoumsatz mit 9,5 Milliarden Euro liegt 2,5 Prozent unter dem Vorjahr. Die Ukraine-Krise und Verschiebungen bei Konsumausgaben hinterlassen bei der HBS-Jahreskonferenz dicke Sorgenfalten.

Der Gesamtnettoumsatz der PBS-Branche liegt nach Zahlen des IFH Köln mit 9,5 Milliarden Euro im Jahr 2021 um etwa 2,5 Prozent unter dem Vorjahresumsatz. 2022 wird der Büro- und Schreibwarenbereich mit Störfaktoren wie das weitere Pandemiegeschehen, Inflation, Lieferengpässe, der Ukraine-Krise sowie erwartete Verschiebungen bei Konsumausgaben in andere Bereiche wie Tourismus zu bewerkstelligen haben. „Es war für uns alle kein leichtes Jahr“, lautete gleich zu Beginn das Fazit von HBS-Präsident Michael Ruhnau mit Blick auf das vergangene Jahr. Und aktuell stehe die gesamte PBS-Branche vor einer weiterhin kritischen Situation. Insgesamt zeichnete der Geschäftsführer der Herbert Bürotechnik KG ein düsteres Szenario, das derzeit überall das Tagesgeschäft im Handel bestimme. Eine Prognose sei daher aus heutiger Sicht kaum möglich.

Christian Haeser, Geschäftsführer Handelsverband Büro und Schreibkultur (HBS), beschrieb zuerst eine Gesamtsituation des stationären Büro- und Schreibwarenhandels. Der erneute Lockdown von Dezember 2020 bis Mai



Quelle IFH Köln

2021 zeigte, dass Einzelhändler sich mit verschiedensten Möglichkeiten beschäftigen mussten, wie sie ihr Geschäft wenigstens teilweise wieder betreiben konnten. Neben den reinen Online-Aktivitäten wie Online-Shop, Marktplätze oder auch Social Media, standen „Click und Meet“, „Call und Meet“ und „Click und Collect“ im Fokus vieler Händler. Belastet wurden die Händler dann erneut Ende Oktober mit verschärften Corona-Regeln. Mit Ausnahme von Geschäften des täglichen Bedarfs wie Supermärkte und Drogerien, durften wegen der vierten Coronawelle nur Geimpfte oder Genesene (2G) die Läden betreten. Zudem wurde die Branche von Lieferproblemen geplagt: Ausgerechnet in der umsatzstarken Zeit vor Weihnachten klagten rund zwei Drittel der Einzelhändler, nicht alle Produkte anbieten zu können.

Die Entwicklungen im Office-Segment

Die Umsatzentwicklung bei Büromöbeln konnte gegenüber dem Vorjahr um zehn Prozent gesteigert werden. Der erlebte

Homeoffice-Trend in 2020 war nach Angaben von Christian Haeser keine zeitweilige Erscheinung, sondern festigte sich in 2021 als eine Standardkomponente im Arbeitsleben. Neue Wohn- und Arbeitskonzepte für kleine Flächen waren gefragt. „Die Bürowelt von Morgen vereint einmal mehr den Wunsch nach Mobilität, Flexibilität und Kommunikation. Der Austausch im Kollegen- und Mitarbeiterkreis sowie die sozialen Kontakte bleiben gleichfalls Bestandteil unserer Berufswelt, wie die durch die Krise neugewonnene Flexibilität. So wird durchaus ein Teil unseres konzentrierten Arbeitslebens von zu Hause oder mobil erledigt, während die restliche Arbeitszeit für beispielsweise Besprechungen und Kreativmeetings im Büro verbracht wird“, erläuterte der HBS-Geschäftsführer. Büromöbel, die sich in den vorhandenen Wohnraum integrieren lassen und flexibel nach ergonomischen Gesichtspunkten einsetzbar sind, waren dementsprechend stark gefragt. Design und Funktion müssen zunehmend aufeinander abgestimmt werden.





Michael Ruhnau, HBS-Präsident, Geschäftsführer Herbert König Bürotechnik KG



Christian Haeser, HBS-Geschäftsführer



Birgit Lessak, HBS-Präsidium, Prisma AR-Vorsitzende sowie Geschäftsführerin Schreiben u. Basteln

Unterstreichen lässt sich dieser Ansatzpunkt, dass in 2021 bundesweit die Homeoffice-Pflicht galt. Haeser dazu: „Die aktuelle Diskussion in der Politik zeigt, dass der Arbeits- und Gesundheitsschutz für das Homeoffice langfristig verbindlich geregelt werden soll. Offen ist noch, ob es künftig einen Rechtsanspruch auf Homeoffice geben wird.“

Corona hat die Branche vor riesige Herausforderungen gestellt. Die meisten Unternehmen schickten ihre Mitarbeiter in 2020 und 2021 ins Homeoffice, in den Betrieben wurde weniger gedruckt, was sich auf den Absatz von Bürosystemen und Verbrauchsmaterialien ausgewirkt hat. Gleichzeitig musste für zuhause eine

professionelle Arbeitsausstattung angeschafft werden. Hinzu kam die Digitalisierung dokumentenbasierter Prozesse, einer der Megatrends im Markt. Unternehmen investieren weiter in die Modernisierung und Flexibilisierung ihrer Prozesse, da die Beschäftigten in die Lage versetzt werden müssen, jederzeit und ortsunabhängig Informationen aus physischen und virtuellen Quellen rechtssicher verarbeiten zu können.

Die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Ablage und Archivierung, aber auch auf Produkte und Vertriebskanäle, der Trend zu Co-Working- Arbeitsplätzen und insbesondere die rasche Verlagerung des Geschäfts vom stationären

Handel in die Online-Vertriebskanäle, gehören zu den großen Herausforderungen der Branche.

„Trotz der Herausforderungen durch den anhaltenden negativen Coroneinfluss gibt es daher auch deutlich mehr Chancen als Risiken. Für viele mittelständische Kunden ist die digitale Infrastruktur ihres Unternehmens, ganz gleich ob es sich um IT Lösungen, Rechenzentrum- Dienstleistungen, IP-Telefonie oder Drucker und Kopierer handelt, zunehmend zum Cheftema geworden“, sagte Christian Haeser.

Der PBS-Fachhändler wird immer mehr zum Dienstleister, denn auch bei techni-

Projektorlösungen bei dexxIT!

InFocus

Lichtstarker LCD-Projektor

InFocus Lightpro LCD IN1046

- Projektionstechnologie: LCD with Micro-Lens Array
- Kontrastverhältnis: 50.000:1
- Helligkeit: 4600 Lumen
- Lebensdauer Lichtquelle: max. 20.000 Stunden

HEK 630,41 €

BESTELL-NR. 668362



www.dexxit.de

Bestellung und Beratung unter Tel. 0931 9708 496

dexxIT GmbH & Co. KG | Alfred-Nobel-Str. 6 | 97080 Würzburg.

Preis-Stand 25.03.2022. Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzl. MwSt.

Es gelten die Zahlungs- und Lieferbedingungen der dexxIT GmbH & Co. KG



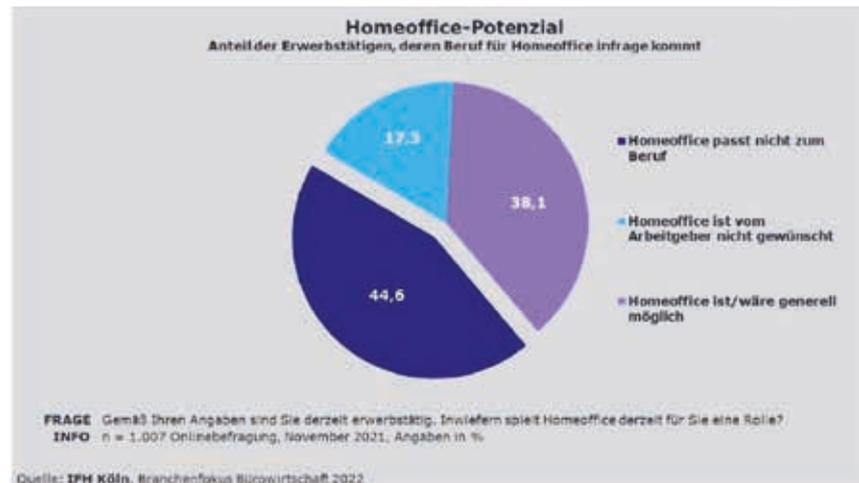
dexxIT

schon Problemen im Homeoffice ist es besonders wichtig, dass ein einwandfreier Supportprozess funktioniert und den Mitarbeitern bekannt ist. „Die Lieferung von Hard- und Software allein reicht heute nicht aus. Mit dem Liefergegenstand müssen Dienstleistungen inbegriffen sein, die aus dem Homeoffice abgerufen werden können“, stellte Haeser in seinen Ausführungen fest.

Auch dem Thema Air Treatment, also Lufthygiene in Innenräumen, kommt ein ganz neuer Stellenwert zu. Vor allem an Orten, an denen regelmäßig viele Menschen zusammentreffen, ist das Risiko für Infektionen hoch. Luftreiner bilden einen wichtigen Baustein in jedem Hygieneschutzkonzept und sind unter anderem für den Einsatz in Büros, Schulen und Kitas, aber auch in Behördenkantinen sowie im Einzelhandel perfekt geeignet. Allein in Deutschland wurden 2020 rund eine Million Geräte zur Luftaufbereitung verkauft und ein Umsatz von rund 166 Millionen Euro erzielt. „Das entsprach einem Plus von mehr als 150 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Dieser Trend setzte sich auch 2021 ungebrems fort“, hob Christian Haeser hervor.

Probleme gab und gibt es aktuell in den Lieferketten, das betrifft den zeitgerechten Nachschub von Hardware. Beispielsweise blieb die Lieferfähigkeit bei Druckern bis Ende 2021 hinter der Nachfrage zurück, weil es weiter zu Lieferengpässen durch lokale Lockdowns und Knappheit bei den Bauteilen kam. Im Jahr 2021 gab es keine nennenswerten Preiserhöhungen für vertragsgebundene Neugeschäfte. Aufgrund der aktuell steigenden Kosten bei Herstellern und Transport werden die Anbieter die Preise spürbar anheben. „Preiserhöhungen gibt es vor allem bei den Original-Druckerpatronen, nicht, weil die Firmen die Preise erhöht haben, sondern weil viele Patronen kaum lieferbar sind“, bemerkte Christian Haeser.

Leasing und Finanzierung werden in Zukunft eine immer bedeutendere Rolle spielen, insbesondere in Zeiten gestiegener Investitionsunsicherheit und größeren Ausschreibungen.



Der Nachhaltigkeitstrend werde als Businessstreiber für die Branche stetig an Bedeutung gewinnen. Hauptziel sei es, dass der stationäre Fachhandel befähigt werde, nachhaltige Produkte und Lösungen bei seinen Kunden zu platzieren und so den Wandel zu einer ressourcenschonenderen Infrastruktur aktiv zu begleiten. Christian Haeser weiter: „Die Hersteller setzen verstärkt auf Sortimente von nachhaltigen Büroprodukten, die der Fachhandel dem Endkunden erklärt und näherbringt. Zudem werden umweltfreundliche Verpackungslösungen genutzt sowie Liefersysteme mittels Mehrwegversandsystemen getestet und gar per Elektrolastenträder ausgeliefert.“

Die Optimierung der Bürobeschaffung war und ist eine zentrale Herausforderung des stationären Handels. Wurde bisher der Bedarf über den lokal angestammten Arbeitsplatz im Bürogebäude durch das Unternehmen abgedeckt, galt es hier verstärkt direkt den Kontakt mit dem Mitarbeiter im Homeoffice aufzunehmen.

Streckengeschäft

Birgit Lessak, Aufsichtsratsvorsitzende der Prisma AG sowie HBS-Präsidiumsmitglied, widmete sich anlässlich der Jahrespressekonferenz, die online abgehalten wurde, dem Stichwort „Lieferkettenengpass“. Eine verstärkte E-Commerce-Ausrichtung und Fokussierung auf den B2B-Handel mit einem breiteren Angebot sei eine Herausforderung für die Unternehmen, um auch künftig einen klaren Wettbewerbsvorteil zu haben. Dass das Streckengeschäft durch die Corona-Pandemie zurückgegangen sei, liege somit auf der Hand. „Durch zusätzliche Sortimente wurden stagnierende oder rückläufige Umsätze im Bürobedarf kompensiert. Gerade der Sortimentsbereich 'Reinigung & Hygiene' hat in der Pandemie geholfen und wird auch in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen. Wie das Streckengeschäft sich jedoch langfristig entwickeln wird, ist nicht absehbar“, sagt die Ladeninhaberin von „Schreiben und Basteln“ in Berlin.

HBS: „Wir bauen auf die Fortentwicklung der Ambiente“

□ Der HBS baut weiterhin auf die fortentwickelte Messe der Ambiente Working im Jahr 2023. Umso schmerzlicher war für die gesamte Branche die erneut unvermeidbare Absage der wichtigsten Leitmesse in diesem Jahr.

□ Die Bürobranche ist der festen Überzeugung, dass nur eine stabile und starke Messewirtschaft der Gar-

rant für ein erfolgreiches B2B- und B2C-Business sein kann. Nur auf dem physischen Marktplatz Messe sind zuverlässige und valide Neukundengewinnungen, Stammkundenpflege, Networking, Weiterbildung, Produktpräsentationen, Imagetransfer, Verkaufs- und Vertragsabschlüsse sowie der Aufbau neuer Vertriebswege an einem Ort möglich.

Neben der Arbeit im Homeoffice hat Corona noch weitere Trends wie Cocooning und Homing hervorgebracht. Die Menschen achten wesentlich mehr auf Gemütlichkeit in den eigenen vier Wänden und verbringen dort gezwungenermaßen wesentlich mehr Zeit mit ihren Familien als in den Zeiten vor Corona. Dementsprechend haben sich auch die Wohnheiten und die Beschäftigungen daheim geändert bzw. wurden um weitere Beschäftigungsfelder ergänzt. Das spiegelt sich auch in den Warengruppen der PBS-Branche wider: Der Umsatz im Bereich Mal- und Zeichenbedarf ist 2021 um 28 Prozent gegenüber dem Vorjahr gestiegen. Auch Schreibgeräte waren mit einem Zuwachs von rund elf Prozent wesentlich stärker nachgefragt. Der Umsatz mit Glückwunsch- und Ansichtskarten konnte 2021 ebenfalls, nachdem dieser zwei Jahre in Folge rückläufig war, um rund acht Prozent zulegen. „Einerseits mag Corona die Digitalisierung

zwar beschleunigen, andererseits führt die Pandemie auch dazu, dass die Menschen sich zeitgleich auf Traditionen und Altbewährtes besinnen“, sagte Birgit Lessak.

Im Papierbereich seien die Umsätze 2021 durch die Bank weg rückläufig gewesen. Das galt für Bürokommunikations-, Spezial- und graphische Papiere sowie Briefumschläge und Papierausstattung. „Auch das sind die ‚Nebenwirkungen‘ der Pandemie und der fortschreitenden Digitalisierung im Büro- und Geschäftsbetrieb“, stellte Lessak fest.

Onlinehandel - Quo Vadis?

Laut des IFH Köln treibt der Onlinehandel mit seinem Innovationsverständnis den gesamten Handel an. Viele neue Ideen in der Handelsbranche finden ihren Ursprung in der Digitalisierung und dem E-Commerce. Nicht zuletzt deshalb treibt der Onlinehandel auch digitale In-

novationen am Point of Sale im stationären Handel voran. Darüber hinaus bewerten Onlinekäufer Innovationen im Onlinehandel überwiegend positiv.

Das IFH ging im Jahr 2020 davon aus, dass 44 Prozent des Onlinehandels allein auf Marktplätzen getätigt werden. Ein Grund: Die Zahl der Händler, die auf Marktplätzen aktiv sind, wächst deutlich und übersteigt längst die der Händler mit eigenem Onlineshop. Auch kleineren Händlern bieten Plattformen einen niedrigschwelligen Onlinehebel, der Sichtbarkeit erzeugt und Umsätze ermöglicht. Für 2021 rechnet der HBS in diesem Bereich mit einem steigenden Anteil. Birgit Lessak: „Der Onlinehandel ist damit maßgeblicher Bestandteil des Multi-Channel-Geschäfts. Die Filialen übernehmen zunehmend andere wichtige Funktionen im Kontakt mit den Kundinnen und Kunden.“

www.hwb.online

EBERHARD FABER



Mini Textmarker Neon Glitzer
5er Etui



Mini Textmarker Pastell Glitzer
5er Etui

X-STYLE PRO



X-Style Pro
Jumbo Schlamerbox
grau schwarz
leer



Triple Decker
rosé gold shine
36-teilig



Jumbo Schlamerbox
rosé gold shine
leer



Follow us on Instagram
[@eberhard_faber_offiziell](https://www.instagram.com/eberhard_faber_offiziell)



Am 27. und 28. April ist die InterES erstmals auf der EK FUN-Ordermesse in Bielefeld vertreten. Im Fokus stehen dabei das Milan-Sortiment, das Schulprospekt sowie die Schulkiste.

Funktionierende Partnerschaft

Die EK/servicegroup ist seit Anfang Januar Mehrheitsgesellschafter in der InterES. Wolfgang Möbus, InterES-Geschäftsführer zieht Bilanz, stellt die Pläne für die Marke „Milan“ vor und lädt zur EK-FUN am 27. und 28. April nach Bielefeld ein, wo sich die InterES mit einem Stand präsentiert.

Die ersten Monate nach der Übernahme durch die EK/servicegroup (1. Januar 2022) sind bereits vergangen. Wie lautet Ihre Zwischenbilanz?

Möbus: Ich möchte hier ausdrücklich nicht von einer Übernahme berichten, sondern von einer Kooperation! Die InterES GmbH & Co. KG besteht weiterhin mit der EK als Mehrheitsgesellschafterin und mit unseren bisherigen Gesellschaftern, alle mit denselben Anteilen als Minderheitsgesellschafter. Wir fühlen uns

auch nicht übernommen, sondern in unserem Tun für unsere Mitglieder durch die Kooperation mit einem starken Partner, der EK/servicegroup, deutlich unterstützt und für unsere wie auch für neue interessierte Mitglieder deutlich gestärkt.

Welche Synergieeffekte konnten Sie feststellen bzw. wie gut verlief die Integration in die EK/servicegroup?

Möbus: Auch hier spüren wir sehr deutlich die Partnerschaft der EK und nicht deren Vorherrschaft. Die neu gemeinsam geführten Jahresgespräche mit den wichtigsten Lieferanten verliefen sehr gut, harmonisch und aufgeschlossen. Wir sind mit den erzielten Ergebnissen nach der „ersten Runde“ in Summe sehr zufrieden und unsere Mitglieder werden das bestätigen können.

Am 27. und 28. April sind wir als InterES auf der EK FUN-Ordermesse in Bielefeld vertreten und stellen dort unser Milan-Sortiment, unseren Schulprospekt sowie auch unsere Schulkiste vor. Im Bereich der arrondierenden Sortimente bei der EK haben einige InterES-Mitglieder nach einem Besuch bei der EK vor Ort ihr Online-Sortimentsangebot schon deutlich erweitert und tätigen hierdurch bereits beachtliche Zusatzumsätze. Das EK-Zentrallager wurde für die InterES-Mitglieder zugänglich gemacht.

Auch hiervon profitieren die Mitglieder spürbar.

In Kürze werden nun auch die PBS-relevanten Fachhändler innerhalb der EK mit unseren Werbemitteln regelmäßig mitversorgt. Ein InterES-Mitglied hat inzwischen auch schon eine neue Warenwirtschaft bei der EK disponiert und ersetzt damit die bisher vorhandene Software im eigenen Unternehmen. Die Integration läuft also auf allen Ebenen und wir kommen hier gut voran.

Welche Vorteile haben die InterES-Gesellschafter oder auch künftige Interessenten, die an einer Zusammenarbeit mit der InterES interessiert sind, in dieser neuen Konstellation?

Möbus: Die Vorteile liegen klar auf der Hand! Die InterES bleibt mit ihrer sehr schlanken und effizienten Struktur den Mitgliedern erhalten. Dies bedeutet zunächst, dass die Beiträge für die InterES-Mitgliedschaft unverändert günstig bleiben und die vereinbarten Kopfkonditionen bei den Rechnungsregulierungen weiterhin zu 100 Prozent an die Mitglieder vergütet werden.

Auch sämtliche Marketingmaßnahmen, Sammelbestellungen und Kontrakte werden vertraglich vereinbart unverändert fortgeführt, ebenso die Zentralregulierung (ZR) über die InterAval/raw.



Wolfgang Möbus, InterES-Geschäftsführer, geht Ende Juni in den Ruhestand. Für einen nahtlosen Übergang ist bereits gesorgt: Michael Cordes von der EK/servicegroup ist seit 1. Januar 2022 InterES-Geschäftsführer.



Durch die Kooperation mit der EK, die Zusammenführung der ZR-Umsätze, die jedoch weiterhin getrennt abgerechnet werden, hat sich heute schon ein bemerkenswerter Zentralregulierungsvorteil p.a. für die InterES-Mitglieder ergeben. Dazu kommen die vielfältigen Dienstleistungen, wie das EK-Zentrallager, die IT-Angebote wie Datentransfer, Shop-Systeme bis hin zur hauseigenen Warenwirtschaft, Kassensysteme, bis hin zu Versicherungsdienstleistungen und vergünstigte Leasingangebote für Kraftfahrzeuge fast aller Marken. Erhebliche Vorteile bietet die EK als Mehrbranchen-Verbundgruppe den InterES-Mitgliedern im Bereich der dort vorhandenen Zusatzsortimente.

Haushaltwaren, Glas, Keramik, Spielwaren, Lederwaren, Textilien bis hin zu Elektro-Kleingeräten, alles steht im bereits verhandelten Angebot für die Mitglieder zur Verfügung. Für sie bleibt also alles gleich, wie eingangs beschrieben, aber alle diese zusätzlichen Vorteile und Möglichkeiten kommen durch diese Kooperation für unsere InterES-Mitglieder oben drauf und deshalb war es die beste Entscheidung, die unsere Mitglieder für ihre eigene unternehmerische Zukunft haben treffen können. Für neue, interessierte Unternehmen, die zur InterES kommen wollen, gelten diese Gesamtvorteile nun umso mehr.

Am 27. und 28. April findet die EK FUN mit einem PBS-Sortimentsschwerpunkt statt. Wie nutzen Sie diesen Termin, um sich als InterES vorzustellen?

Möbus: Vorrangig geht es uns bei diesem ersten Messeauftritt darum, uns als InterES vorzustellen und unsere Eigenmarke Milan auch bei den EK-Mitgliedern in den Fokus zu stellen. Hier sehen wir ein erhebliches Potenzial an Wachstumsmöglichkeiten für die Marke Milan, wie auch für unsere Marketingmaßnahmen im Bereich der monatlichen Top-Angebote, bei den jährlichen Schulprospekten, Schulkisten und vielem mehr. Vor allem bei Händlern, die wir über unsere InterES-Großhändler bisher noch nicht erreicht haben. Das können neben den klassischen PBS-Fachhändlern durchaus Haushaltwaren- oder Spielwarenhändler sein, die bisher noch kein Milan führen.

Nachdem wir als InterES keine Ware verkaufen, sehen wir auch gute Chancen für unsere InterES-Großhändler hierdurch mit neuen Händlern ins Geschäft zu kommen und dann darüber hinaus dort den täglichen PBS-Bedarf, Papeterie- und Saisonware liefern zu dürfen.

Wie Sie bereits erläutert haben, werden Sie mit einem Milan-Stand in Bielefeld Präsenz zeigen. Welche Pläne verfolgen Sie mit der Marke Milan in Zukunft?

Möbus: Wir wollen unsere Eigenmarke Milan stärken und mit der Unterstützung unserer Großhändler nach vorne bringen. Mit Milan haben wir qualitativ sehr gute Produkte, die sich deutlich von allerlei „Billigware“ abgrenzen. Seit dem Relaunch vor einigen Jahren wirkt die Marke anerkannt, frisch, ansprechend und auf die Zielgruppe abgestimmt. Jeder PBS-Fachhändler sollte neben den bekannten Markenartikeln eine starke Eigenmarke führen, die qualitativ in Ordnung und bei guter Handelsspanne preislich unter den Marken angesiedelt ist. Damit sollte sich der gute Fachhandel selbst profilieren und auf „Billigware“ auf jeden Fall verzichten.

Wir leben derzeit in einer allgemein wie auch wirtschaftlich sehr angespannten und schwierigen Zeit. Die massiven Preiserhöhungen in allen Bereichen

werden auch in unserem PBS-Bereich dazu führen, dass die Verbraucher nach preiswerten, aber dennoch qualitativ guten und optisch ansprechenden PBS-Produkten suchen. Mit Milan kann der Handel diese Nachfrage mit gutem Gewissen und mit guten Erträgen erfüllen. Darauf setzen wir.

Zuletzt noch eine persönliche Einschätzung von Ihnen, da Sie Ende Juni 2022 - nach 50 Berufsjahren - in den Ruhestand gehen: Welchen Rat geben Sie den Branchenkollegen auf den Weg, die sich nie da gewesenen Herausforderungen stellen müssen?

Möbus: Das ist eine gute Frage, die aber nur sehr schwer zu beantworten ist, da ich mich zum einen nicht als „der Branchenratgeber“ sehe und zum anderen bei allen Gemeinsamkeiten jeder Mensch und jeder Weg ein anderer ist. Pauschal würde ich aber sagen, „Seid offen für Neues, haltet nicht nur am Alten fest, bewahrt das Gute und verhaltet Euch gegenüber jedem Mitmenschen so, wie Ihr es auch von ihm Euch gegenüber erwartet.“

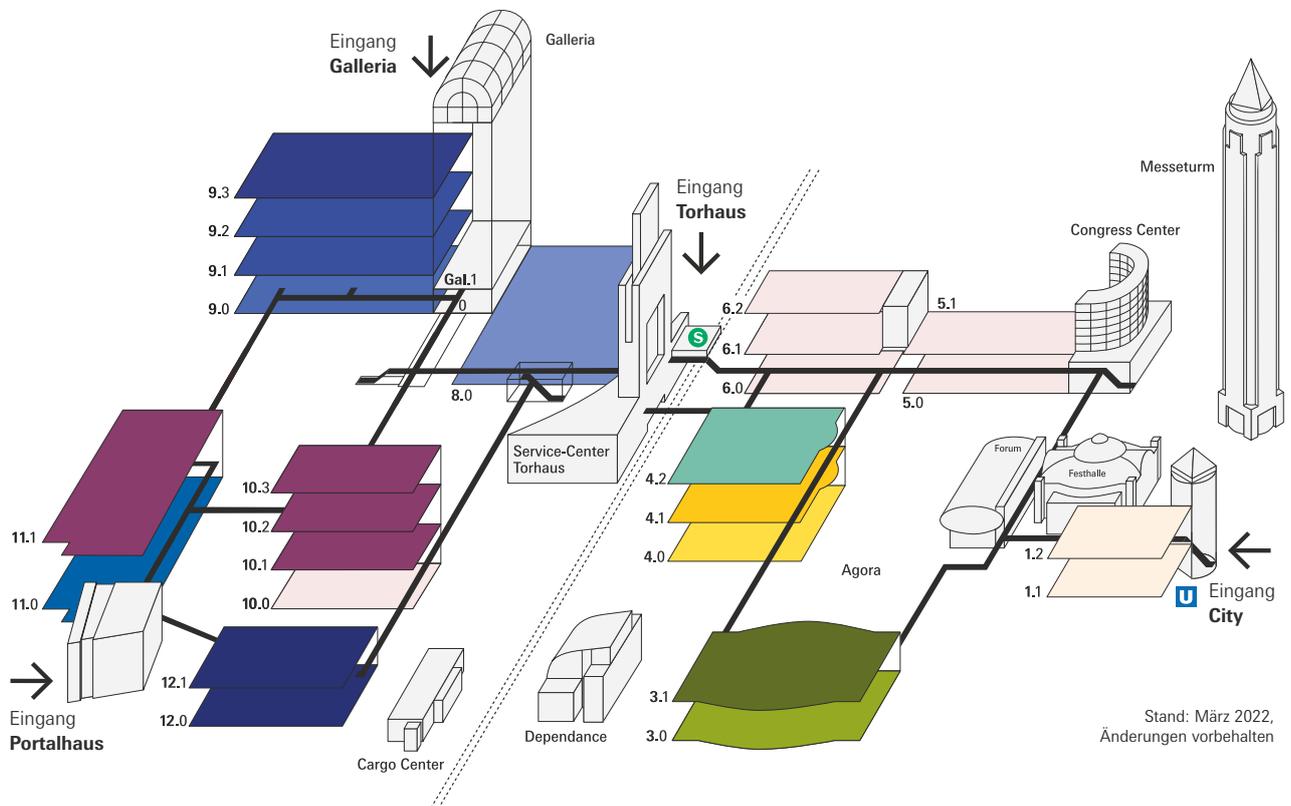
Herr Möbus, vielen Dank und alles Gute für Ihre Zukunft.

www.inter-es.de

www.ek-messen.de



Für das Milan-Sortiment stehen Regalmodule zur Verfügung, die je nach Bedarf und Größe angepasst werden können.



Stand: März 2022,
Änderungen vorbehalten

Neue Hallenbelegung ab 2023

Moving the Future - so hat die Messe Frankfurt die veränderte Hallenbelegung der Ambiente ab 2023 betitelt. Die einzelnen Sortimente verteilen sich auf Dining im Westgelände, Living, Giving und Working im Ostgelände - wobei letzter Bereich auch die Aussteller der Paperworld aufnimmt.

Die Ambiente, Messe für Konsumgüter, bietet spannende Perspektiven aus erster Hand: Aussteller und Fachbesucher können erstklassige Kontakte knüpfen, aktuelle Entwicklungen in Markt und Design entdecken sowie Trends und Chancen in allen Segmenten erleben. In den vier Bereichen Dining, Living, Giving und Working zeigt die Ambiente die wichtigsten Themen der gesamten Konsumgüterpalette. Für HoReCa, das Objektgeschäft und Ethical Style

ist sie der bedeutendste internationale Marktplatz im Jahr. Vom 3. bis 7. Februar 2023 findet die Ambiente als Teil des One-Stop-Shops für die globale Konsumgüterwelt zeitgleich mit der Christmasworld und der Creativeworld statt. Auf insgesamt 16 Hallenebenen zeigt sie die neuesten Trends. „Die Ambiente ist der Dreh- und Angelpunkt der Konsumgüterindustrie. Die Optimierung der Struktur und die neue Hallenplanung bietet allen Teilnehmer*innen neue Perspektiven und damit neue, unerwartete geschäftliche Chancen. Als international führende Konsumgütermesse bildet die Ambiente den Wandel im Markt zukunftsorientiert ab und zeigt einen einzigartigen Mix an Ideen und Produkten. Damit gehen wir gezielt auf die Bedürfnisse der Branche ein“, sagt Philipp Ferger, Bereichsleiter Consumer Goods Fairs.

Mit der neuen Hallengestaltung bietet die Ambiente ihren Besucher*innen effiziente Wege fürs Ordern. Einkäufer*innen finden in der Halle 12 bei Table und

Table Select alles rund um Glas, Porzellan, Keramik, Gold, Silber, Tischdekoration oder Tischtextilien. In der Halle 11.0 präsentiert sich das HoReCa-Segment inklusive der HoReCa Academy. Produkte wie Töpfe, Pfannen, Messer, Bestecke, Elektrokleingeräte oder BBQ-Zubehör gibt es bei „Cook & Cut“ in der Halle 8.0. Clean Home zeigt in der Halle 9.0 Reinigungsgeräte, Haushaltsmöbel, Aufbewahrungsboxen oder Ordnungssysteme. Das Trendthema Backen findet bei „Kitchen, Accessories & Baking“ in den Hallen 9.1 und 9.2 seinen eigenen Platz. Besucher*innen können hier Produkte wie Backformen und -zubehör, Trinkflaschen, Barequipment oder Küchentextilien entdecken. Ein breites Angebot an Aktionswaren bietet die neue Plattform Top Deals in der Halle 9.3.

Im Ostgelände macht der Bereich Living in den Hallen bei „Interiors & Decoration“ in der Halle 3.0 sowie bei Interior Design in der Halle 3.1 alle Stilrichtungen rund um die Themen Wohnen, Einrichten und Dekorieren erlebbar. Besucher*innen



Philipp Ferger, Bereichsleiter Consumer Goods Fairs.

Dining

- Cook & Cut
8.0
- Clean Home
9.0
- Kitchen, Accessories & Baking
9.1, 9.2
- Top Deals
9.3
- HoReCa
11.0
- Table
12.0, 12.1
- Table Select
12.1

Living

- Interiors & Decoration
3.0
- Interior Design
3.1

Giving

- Gifts & School
4.0
- Urban Gifts & Stationery
4.1
- christmasworld
- creativeworld

Working

- Office
4.2
- Remanexpo
4.2
- Future of Work
4.2

Global Sourcing

- Giving/Living
10.1
- Living
10.2
- Dining
10.3, 11.1

finden hier alles zu den Themen Wohneinrichtung, Kleinmöbel, Leuchten, Wohnaccessoires für das mittlere und das gehobene Segment sowie Produkte für Contract Business-Projekte. Die Living-Hallen sorgen mit ihrer Platzierung und der Nähe zur Christmasworld für zielgruppengerechte Besucherführung und Besuchereffizienz.

Geschenke und persönliche Accessoires in allen Facetten zeigt der Bereich Giving, in dem jetzt neu hochwertige Papeterie sowie Artikel rund um den Schul-

bedarf präsentiert werden. In der 4.0 zeigen Aussteller*innen alles rund um das Thema klassische Geschenkartikel und Schulbedarf. Die Halle 4.1 präsentiert moderne design- und trendorientierte Geschenkartikel. Hier gibt es alles von klassischen Geschenkkideen über Schnelldreher, Souvenirs, Papeterie-Produkte, Stationery, Accessoires und Schmuck.

Dem Thema der Arbeitswelten von morgen widmet sich der neue Bereich Working der Ambiente. Gleichberechtigt ne-

ben Dining, Living und Giving stellt dieser Bereich relevante Lösungsangebote ab 2023 noch intensiver in den Fokus. In der Halle 4.2 zeigen Aussteller*innen Produkte rund um den Bürobedarf, die Büroausstattung sowie Remanexpo. Ebenfalls zeigen Sonderpräsentationen und Vortragsreihen zu Modern Work, New Work und Future of Work was zukünftig angesagt ist.

Im Bereich Global Sourcing finden Importeure zuverlässige Partner für das Volumengeschäft - und zwar sowohl aus der industriellen als auch der handwerklichen Produktion. Seit Jahren ist der Bereich auf der Ambiente die größte Sourcing-Plattform außerhalb Chinas. Global Sourcing Dining finden Besucher*innen in den Hallen 11.1 und 10.3. Global Sourcing Living präsentiert sich in der Halle 10.2 und Giving/Living in der Halle 10.1.

www.ambiente.messefrankfurt.com

Anzeige

EHRlich. GUT. GELUNGEN.



milan[®]

MILAN IM AUFWIND!

Gemeinsam mit der **EK/servicegroup** starten wir zu neuen Höhenflügen. Unsere Eigenmarke milan[®] garantiert Qualitätsprodukte zu attraktiven Preisen.

Der Katalog, die Schulkiste und alle Produkte sind erhältlich beim teilnehmenden InterES-Großhandel.



milan[®] ist eine Marke der InterES Handels- und Dienstleistungs GmbH & Co. KG, Nürnberg. Alle InterES-Großhändler unter www.inter-es.de



AVG Forum 2022: Tradition trifft auf Digitalisierung

Die digitale Zukunft der Unternehmen steht im Mittelpunkt des AVG Forums am 19. Mai 2022 in der Motorwelt München. Die Arbeitsgemeinschaft der Hersteller und Verleger von Glückwunschkarten (AVG) spricht mit dieser Veranstaltung die gesamten PBS-Branche an.



Wie führt man ein traditionelles Unternehmen erfolgreich in die digitale Zukunft? Mit einer Digitalstrategie, die alle individuellen Aspekte und Bereiche des Unternehmens einschließt. Das AVG Forum 2022 - das anlässlich des 50-jährigen Bestehens der AVG ins Leben gerufen wurde - widmet sich diesem hochaktuellen und wichtigen Thema und bringt die Teilnehmer im Rah-

men von Experten-Talks und Diskussionsrunden auf den neuesten Stand der Entwicklungen.

Mathias Janssen, Vorsitzender der AVG, verspricht „wertvolle Inputs von Experten, die Sie begeistern werden, anregende Diskussions- und Fragerunden, Sicherheitsstrategien für Ihr Unternehmen in der digitalen Gesellschaft. Weiter lädt er zur Teilnahme ein: „Bringen Sie Ihre Mitarbeiter mit - z. B. Ihre IT-Verantwortlichen, damit auch diese auf den neuesten Stand gebracht werden, was Hackerangriffe etc. angeht.“

Das Programm startet am 19. Mai 2022, um 10 Uhr, mit einer Keynote des Referenten Sanjay Saudie „Künstliche Intelligenz (KI)/Digitalisierung“. Danach wird Dr. Philip Scherenberg ab 11.15 Uhr über das Thema „Digital Leadership - wie Entscheider in die Zukunft führen“ sprechen. Nach einem gemeinsamen Mittagessen startet ab 13.30 Uhr Philip Bock mit seinem Vortrag über „Künstli-

che Intelligenz (KI) und Supply Chain in der Druckerei“. Ab 14.15 Uhr schließen sich Lydia Hagen und Moritz Staab mit ihrem Vortrag „Mit Social Media und digitalem Marketing durchstarten“ an. Ab 15 Uhr, stellt Cem Karakaya von Interpol die Frage: „Was hat James Bond mit Cyberkriminellen gemeinsam?“.

Über die Referenten

Sanjay Saudie studierte Mathematik und Informatik. Er ist Direktor des European Internet Marketing Institute EIMIA und einer der gefragtesten europäischen Experten für Digitalisierung in Unternehmen und Gesellschaft. Ausgezeichnet mit dem „Golden Web Award“ des Weltverbandes der Webmaster.

Dr. Philip Scherenberg ist Wirtschaftswissenschaftler und Philosoph. Er arbeitet seit 20 Jahren mit Führungskräften an strategischen Themen wie Kultur, Performance und Integration. Als Investor engagiert sich Dr. Scheren-



Die Arbeitsgemeinschaft der Hersteller und Verleger von Glückwunschkarten (AVG) will mit dem AVG Forum in der Motorwelt München die Digitalstrategien nicht nur aus Sicht der Grußkartenbranche beleuchten, sondern damit ebenfalls die Unternehmen und den Handel der gesamten PBS-Branche ansprechen und zur Teilnahme einladen (Fotos: Motorwelt München, AVG, PSB)



Sanjay Sauldie



Dr. Philip Scherenberg



Phillip Bock



Lydia Hagen



Moritz Staab



Cem Karakaya

berg in Start-ups im Bereich „Human Potential Tech“.

Phillip Bock gründete 2006 die Online-Druckerei INNUP. Bedarfsnahe Beratung und umgehende Angebotskalkulation sind die Stärken des Unternehmens, die er mit seinem Team nun auch einer KI beibringen möchte.

Lydia Hagen ist Anglistin, Philosophin und Autorin des Handbuchs „Quick Guide Content“. Erfahrungen im Verlagswesen und in der Agenturwelt machen sie zu

einer Expertin für digitale Content-Erstellung und strategische Umsetzungen.

Moritz Staab sammelte viele Erfahrungen in einer der weltweit größten Agenturen, die er nun als Social-Media-Experte in die Digital-Strategie seiner Kunden einbringt. Er kennt die notwendigen Maßnahmen, die für eine optimale Performance umgesetzt werden müssen.

Cem Karakaya studierte nach seiner Ausbildung zum Polizisten für eine Laufbahn im gehobenen Dienst. Nach einer

steilen Karriere bei Interpol wechselte er in den Bereich Internetkriminalität. Cem Karakaya wird als Berater und Speaker im Bereich Cyber-Kriminalität weltweit gebucht.

Tickets (250 Euro bzw. 150 Euro für AVG Mitglieder, jeweils inkl. Verkostung) können per E-Mail office@avgcard.de oder über die Internetseite der AVG angefordert werden. Am Abend findet dann die Verleihung der „Goldenen Grußkarte“ statt (siehe dazu Seite 42).

www.avgcard.de

Anzeige

GENERATION Z

LED Technology by
WHEEL BEE®
 SICHTBARKEIT BEI DUNKELHEIT

www.mts-sport.de

Wie stark hat sich der PBS-Markt verändert?

Schon vor Corona wurde der PBS-Markt nicht mit Wachstum verwöhnt, vielmehr brach der Umsatz um rund zwei Milliarden ein. Sonja Koschel und Eva Barth-Gillhaus von Marketmedia24 stellen die komplett neue Studie „Branchen-REPORT Papier, Bürobedarf und Schreibwaren 2022“ im Interview vor.

Seit wann gibt Marketmedia24.de den „Branchen-REPORT Papier, Bürobedarf und Schreibwaren“ heraus und was zeichnet Ihre Studie aus?

Koschel: Die PBS-Branche zählt seit vielen Jahren zu unseren Kernforschungsbranchen. Gerade auch zahlentechnisch, unter anderem im Panel- und Zukunftsforschungsbereich. So betrachtet unser Marktforschungsleiter, Karl Oerder, das PBS-Marktgeschehen bereits seit Ende der 1980er Jahre. Vormalis für die BBE Retail Experts in Köln (HDE-Tochtergesellschaft).

Haben die Monate der Pandemie Ihre Marktforschungsaktivitäten stark beeinflusst?

Koschel: Unsere Zukunftsforschung (Markt- und Handelsszenarien aktuell bis zum Jahr 2030), aber auch Primärforschungen unter Konsument*innen werden jetzt noch stärker nachgefragt als bisher.

Der „PBS-Branchen-REPORT“ zeigt, was die letzten zwei Jahre für den PBS-Markt bedeutet haben. Was ist ihr Rat an die Marktteilnehmer, wie sie die Ergebnisse strategisch zu bewerten haben?

Barth-Gillhaus: Unsere Daten zeigen auf, wie sich ein Marktsegment (Produkte/Vertriebswege) entwickelt. Es gilt also zu vergleichen, ob das eigene Marktsegment parallel, besser oder schlechter abgeschnitten hat. Und welcher Wettbewerb (warum) besser abschneidet. Daraus können unsere Kunden gezielt ableiten, wo Stellschrauben für Erneuerung oder Expansion möglich sind.

Konsumenten geben gerne an, nachhaltige Produkte zu bevorzugen, greifen jedoch nach wie vor zu den gewohnten Artikeln. Wieviel Umsatz machen Unternehmen nun tatsächlich mit umweltfreundlichen Alternativen und wie sind die Umsatzaussichten?

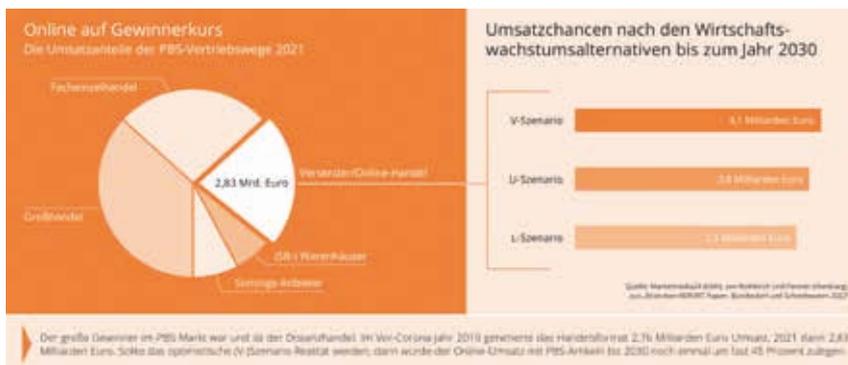
Barth-Gillhaus: Insider schätzen den Umsatzanteil von nachhaltigen Produkten auf mindestens fünf und maximal 15 Prozent. Wir erwarten, dass speziell bei kreativen, individuellen Produktbereichen, Produkte für Schule und generell für Kinder die Nachhaltigkeit immer wichtiger wird.

Wie hat sich Corona auf den PBS-Markt ausgewirkt und wie bewerten Sie die nachfolgende Entwicklung?



Sonja Koschel, Inhaberin und Geschäftsführerin von Marketmedia24 in Köln, hat Volkswirtschaft studiert und ist seit zwei Jahrzehnten in führenden Positionen bei Beratungsgesellschaften und im Verlagswesen tätig. Für die BBE Retail Experts in Köln hat sie mehr als hundert Fachpublikationen geschrieben, das Marketing geleitet und Kongresse organisiert. Seit 2010 betreibt sie ihr eigenes Unternehmensnetzwerk Marketmedia24, veröffentlicht Marktstudien und berät internationale Partner in allen Fragen rund um Markt und Kommunikation.

Koschel: Die Umsätze für Büro- und Schulbedarf, die sich noch vor Corona im leichten Aufwind befanden, gaben in der Pandemie zweistellig nach. Das gleiche Schicksal ereilte die Schreibwaren. Und obwohl aktuell die Hoffnungen auf ein absehbares Ende der pandemischen Lage größer werden, bleiben die Rahmenbedingungen für Industrie und Handel herausfordernd. Darum fallen die Berechnungen des Forscherteams von Marketmedia24, Köln, im jetzt veröffentlichten „Branchen-REPORT Papier, Bürobedarf und Schreibwaren 2022“ für die Zukunft eher verhalten optimistisch aus. Doch trotz ihrer negativen Wucht erweist sich die Pandemie auch in dieser Branche als vorwärts gerichteter Strategiebeschleuniger in Industrie und Handel.



Eine komplett neu erstellte Studie von Marketmedia24 zeigt die Entwicklung der PBS-Branche bis 2030 auf.



Eva Barth-Gillhaus, Studienautorin, Fachjournalistin durch und durch. Sie verbindet Recherche mit Verstehen und Faktenwissen mit Erfahrung. Wie so etwas geht, hat sie bereits früh in ihrem Studium der Geschichte an der Universität zu Köln gelernt. Ihr Ziel ist es, selbst komplexe Zusammenhänge leicht verständlich zu machen. Ihre Lust am Schreiben fließt in die Studien von Marketmedia24 ein, weil es dort alle zu schätzen wissen, wenn Marktwissen Spaß macht.

Wie schätzen Sie nach zwei Jahren Corona das Einkaufsverhalten ein?

Koschel: Corona beeinträchtigt weiterhin das Konsumklima. Der Frequenzrückgang in den Innenstädten verfestigt sich, parallel boomt das Online-Business. Händler und immer mehr Hersteller entscheiden sich für B2C-Vertriebsstrategien. Zahlreiche Lieferketten sind weiterhin gestört. Das Corona-Reglement verursacht zusätzliche Kosten. Umsatz-

und Ergebniseinbußen sind in vielen Sortimenten spürbar, was zur Folge hat, dass in Summe Profitabilität und damit Investitionsfähigkeit tendenziell eingeschränkt bleiben.

Wie schätzen Sie aufgrund der Datenlage die Entwicklung des PBS-Marktes in den nächsten Jahren ein?

Koschel: Zwar sind durch die Coronapandemie konkrete Vorhersagen über die zukünftige Entwicklung eines Marktes schwierig geworden. Aktuell sind durch den Krieg in der Ukraine die Folgen noch gar nicht absehbar. Der neue „Branchen-REPORT Papier, Bürobedarf und Schreibwaren 2022“ kann zwar aufgrund der vielen unbekannteten Einflussfaktoren keine eindeutige Antwort auf die Zukunftsfrage geben. Die Studie liefert dennoch tragfähige, auf möglichen Entwicklungen des Wirtschaftswachstums beruhende Szenarien bis zum Jahr 2030. Für den Gesamtmarkt ebenso wie für die Teilmärkte und Vertriebswege.

Was wird laut Ihrer Meinung im PBS-Sortiment der Zukunft Bestand haben?

Barth-Gillhaus: Nachhaltige Konzepte, kreative Konzepte und digitale (hybride) Produkte.

Vielen Dank für Ihre Ausführungen.

www.marketmedia24.de

Leser-Aktion



Branchen-REPORT
Papier, Bürobedarf und
Schreibwaren 2022

marketmedia24
VON KENNEN LEARNEN

Die komplett neue Auflage der Studie „Branchen-REPORT Papier, Bürobedarf und Schreibwaren 2022“ zeigt die aktuellen marktreibenden Trends, liefert Fakten und Umsatzzahlen für die PBS-Branche in Deutschland. Mit fundierten Markt- und Vertriebsszenarien bis zum Jahr 2030 ist die Expertenstudie eine wichtige Orientierungshilfe für alle Marktakteure. Der Branchenreport ist zum Preis von 850 Euro zzgl. MwSt. zu beziehen unter www.marketmedia24.de/shop/buerowirtschaft.php. Als Leser des PBS Reports erhalten Sie bei Angabe des Kennworts: „PBSREPORT“ einen Sonderpreis von netto 765 Euro.

ÄRGER MIT
DER TECHNIK?



Unsere Aktenvernichter
schenken **Gelassenheit.**

Einfach zuverlässig shreddern mit DAHLE ShredMATIC® & PaperSAFE®



Firmensitz in Mertingen: das Traditionsunternehmen Sigel feiert Jubiläum und blickt auf 75 Jahre stetigen Wandel zurück.

Vom Formular bis zur modernen Büro- und Arbeitswelt

Vom Familienunternehmen zur Premiummarke und zum Lösungsanbieter - diesen Wandel hat Sigel in 75 Jahren erfolgreich gemeistert. Als engagierter Impulsgeber entwickelt das Mertinger Unternehmen seit 1947 intelligente, designstarke Produkte und Lösungen für agile Arbeitswelten.

Am Anfang stand das gedruckte Wort: Die Geschichte des bayerischen Familienunternehmens Sigel ist die Geschichte einer Liebe zum Papier. Die Entwicklung Sigels von einer Druckerei zu einem internationalen Hersteller von Büroausstattung vollzieht sich parallel zur Entwicklung der Arbeitswelt in Deutschland. In den vergangenen Jahren hat sich Sigel häufig verändert, sich den jeweiligen neuen Bedingungen angepasst und diese für eine Weiterentwicklung genutzt. Weit über das Angebot an Produkten für das Büro hinaus schafft Sigel heute Lösungen, damit Menschen effizienter, motivierter und inspirierter arbeiten. Die Entwicklung von einer regionalen Druckerei zu einem internationalen Hersteller für New Work-Produkte ist geglückt - auch wenn nach 75 Jahren immer noch das Herz für Papier schlägt.

Der Anfang

1947, das Jahr der Firmengründung von Sigel, war geprägt von der Aufbaustimmung im Nachkriegsdeutschland und motivierte auch die Brüder Richard und Arnold Sigel im bayerischen Bäumen-

heim die Sigel KG Druckerei und Papierverarbeitung zu gründen. Bis heute trägt das Unternehmen ihren Namen.

Im boomenden Nachkriegsdeutschland der 50er- und 60er-Jahre versorgte Sigel als Akzidenzdruckerei umliegende Unternehmen mit individualisierten Briefbögen, Briefumschlägen, Rechnungs- und Quittungsbüchern. In der Technik vollzog sich der Wandel vom Buch- zum Offset-Druck, darauffolgend zum Flexo-Druck und schließlich zum Endlos-Druck.

1972 brachte das Unternehmen daher die ersten selbstdurchschreibenden Formularbücher auf den Markt, die die Möglichkeit boten, in großer Auflage kundenunabhängig zu produzieren. Sie legten zudem den Grundstein für die Markengeschichte von Sigel.

Wachstum und neue Produktgruppen

In den folgenden Jahren behielt Sigel das Standbein als Akzidenzdruckerei, etablierte sich aber auch erfolgreich als Druckerei für Büroprodukte wie Prospekte, Kataloge und Kalender mit dem

Schwerpunkt Industriedruck. Der Einstieg in den Endlos-Druck ermöglichte eine Spezialisierung auf Großkunden, sodass Sigel neben dem bisherigen Kundenstamm nun 80 Großhändler in ganz Deutschland belieferte. Als Resultat des starken Wachstums wird in den 70er-Jahren das neue Firmengelände in Mertingen visionär geplant und gebaut.

PC und Drucker verändern nicht nur die Arbeit im Büro, sie halten auch Einzug in den privaten Haushalten. Mit den Inkjet- und Laserdruckern wird in den Büros erstmals farbig gedruckt. Das schafft eine veränderte Nachfrage, auf die Sigel mit neuen Produkten reagiert. Neben Design- und Fotopapieren gibt es individuell gestaltbare Visitenkarten, die selbst ausgedruckt werden können. Zahlreiches Zubehör ergänzt das Sortiment, das Sigel nun auch auf der Großfläche und im Bereich Cash-and-Carry vertreibt.

Für Unternehmens-Kunden bietet Sigel individuelle Druck- und Service-Lösungen wie Endlosformular-Rollen, Einzel-

Markenqualität damals wie heute: Hier (Abb. unten) kontrolliert der Drucker die Einstellung der Farbzonen an der Druckmaschine.



Werksbesichtigung mit dem ehemaligen Sigel-Geschäftsführer Gerd Schmidt (ganz links).



Zum 75-jährigen Jubiläum gibt es die zwei beliebtesten Formularbücher von Sigel als Aktionspackung im Retro-Design. Fahrtenbuch und Quittungsbuch sind praxisbewährt und millionenfach im Einsatz. Die Retro-Optik erinnert an vergangene Zeiten, während der Inhalt der selbstdurchschreibenden Formularbücher immer aktuell und rechtssicher ist.

blattformulare, Thermovordrucke, Werbe-Haftnotizen und vieles mehr.

Produkte und Lösungen für moderne Büro- und Arbeitswelten

Zur Jahrtausendwende führt das Unternehmen diese Schwerpunkte weiter und widmet sich parallel der Entwicklung neuer Produktsegmente. Mit Conceptum und Jolie, zwei Notizbuch-Serien für den beruflichen und privaten Bedarf, beginnt eine weitere Erfolgsgeschichte. Papier bleibt jedoch nicht das einzige Medium. Als etablierter Experte für Bürobedarf hat Sigel die Bedürfnisse der Kunden im Blick und denkt das Thema Schreiben weiter. Die Freiheit von Geist und Meinung und das Festhalten von Gedanken, ob auf Papier oder auf einem blanken Board, sind ein

starker Antrieb. Beschreibbare Glas-Magnetboards erweitern das Sortiment, mobile und modulare Board-Systeme folgen. Sigel Produkte sind immer stärker auf agiles Arbeiten und New Work ausgerichtet. Das hervorragende Produktdesign wird fortlaufend mit zahlreichen Design-Awards ausgezeichnet.

2017 entwickelt Sigel die E-Procurement-Plattform Smartpro. Unternehmen aller Branchen profitieren damit von ihren eigenen Closed-Shops. Mit Smartpro optimieren die Unternehmen maßgeblich die Beschaffungsprozesse ihrer C-Artikel. Der komplette Wertschöpfungsprozess in der Beschaffung, von der Bestellung, über die Produktion und Einlagerung bis zum Ver-

sand wird dadurch möglich. Mit Smartpro verbindet das Unternehmen seine enorme Erfahrung im Druckbereich mit der neuesten Technik im Digitaldruck.

Veränderungskraft für besseres Arbeiten

In den vergangenen 75 Jahren hat sich Sigel permanent auf veränderte Kundenbedürfnisse eingestellt. Das Unternehmen hat sich neuen Rahmenbedingungen angepasst und diese als Chancen für eine Weiterentwicklung genutzt. Die Transformation von einer regionalen Druckerei hin zu einem internationalen Premium-Markenanbieter innovativer, designstarker Produkte und digitaler Lösungen für moderne Büro- und Arbeitswelten ist geglückt.

www.sigel-office.com



Götz Stamm, CEO Sigel, Mertingen

Welche Themen konnten Sie in den vergangenen Jahren neben dem Papeterie-Sortiment neu besetzen?

Stamm: Sigel war immer offen für den Wandel und hat sich früh mit der Veränderung unserer Arbeitswelt und dem Thema New Work beschäftigt. Wir helfen Ideen zu entwickeln, Gedanken festzuhalten und kreativ, agil und erfolgreich zusammenzuarbeiten. Dazu haben wir uns mit den Notizbuchlinien Conceptum und Jolie erfolgreich etabliert. Gleichzeitig haben wir das Thema „Schreiben“ konsequent weiterentwickelt und sind auch im Bereich Boards erfolgreich. Neben den Glas-Magnetboards Artverum bieten wir mit Meet up und Mocon zwei Systeme für flexible und agile Zusammenarbeit.

Wo sehen Sie noch Potenziale für eine weitere Entwicklung?

Stamm: Sigel ist ein Unternehmen mit langjähriger Tradition, einer starken Marke und dem richtigen Gespür für den Wandel hin zu modernen Arbeitswelten. Dieser Dreiklang bietet die Möglichkeit, qualitative und zukunftsorientierte Produkte zu gestalten und erfolgreich am Markt zu positionieren. Wir haben in Zukunft noch viel vor und schöpfen alle Möglichkeiten aus.

Wenn Ergonomie eine gewichtige Rolle spielt

Frontbag ist ein zukunftsorientiertes und zugleich innovatives Produkt, welches das Ziel verfolgt, Schulkindern eine geeignete Alternative zum herkömmlichen Schulranzen anzubieten. Die Idee dazu entstand 2010 während des Schülerwettbewerbs „Jugend gründet“.

„Non vitae sed scholae discimus“ („Nicht für das Leben, sondern für die Schule lernen wir“) schrieb der römische Philosoph Lucius Annaeus Seneca im 1. Jahrhundert nach Christus an seinen Schüler Lucilius und drückte damit aus, wie wenig sich die damalige Lehre in seinen Augen am praktischen Leben orientierte. Unzählige Schülergenerationen danach ist das Sprichwort immer noch aktuell. Auch Gianluca Siciliano kann ein Lied davon singen. Bei ihm war es ein Schulprojekt vor über zehn Jahren, dass bei ihm zuerst keine große Begeisterung auslöste. Im BWL-Unterricht sollte eine Geschäftsidee in die Tat umgesetzt werden. Der Zufall spielte ihm dabei in die Hände, weil sein kleiner Neffe über Rückenprobleme klagte. So entwickelte er die Idee für einen neuen Schulranzen, der das Gesamtgewicht auf den gesamten Körper verteilen sollte. Das Konzept fand Anklang bei „Jugend gründet“ und

gemeinsam mit seiner ehemaligen Schulklasse an der Berufsbildenden Schule Andreas Albert in Frankenthal gewann er damit „den besten Businessplan aus Rheinland-Pfalz“.

Die Umsetzung dieser Aufgabe hatte eine nachhaltige Wirkung auf Gianluca Siciliano. Seit 2017 arbeitet er wieder intensiv an seinem Projekt und schloss dann 2020 sein duales Studium bei der Firma Deichmann erfolgreich ab. Schwerpunkt dieses Studiums war Management und Consulting mit der Fachrichtung Logistik. Die Ausbildung zum Kaufmann für Spedition und Logistikdienstleistungen war im Studium integriert und dieses hat er 2019 absolviert. Bereits vor seinem Dual-Studium war er bei der Firma Deichmann als Azubi tätig und schloss dort 2015 seine erste Ausbildung zum Kaufmann im Einzelhandel mit Bestnote ab. Somit kennt er sowohl alle ope-

rativen als auch die strategischen Geschäftsfelder, die essenziell sind, um ein künftiges Start-up zu leiten.

„Was zunächst relativ einfach klingt, zieht große Wirkungen nach sich“, sagt Gianluca Siciliano. „Durch die von uns entwickelte optimierte Gewichtsverteilung werden Haltungsschäden als Nährstoff für lebenslange Rückenprobleme bereits im jüngsten Alter eingegrenzt und vermieden. Da Kinder den meisten Schutz benötigen und verdienen, haben wir mit der Herstellung unserer ersten Produktlinie mit den Schultaschen „Frontbag for school“ begonnen.“ Gianluca Siciliano kann sich für die Zukunft aber auch weitere Segmente wie Touristik, Sport und mehr vorstellen, die Elemente seiner Innovation beinhalten. Die Produktidee wird auch im Firmennamen aufgegriffen: Frontbag.



Gianluca Siciliano, Gründer und Geschäftsführer von Frontbag, sieht ein großes Potential hinter seiner Idee: „Weltweit gibt es kein Produkt, welches unserem ähnelt.“

Das in Deutschland patentierte und europaweit geschützte Design durch die Kanzlei Wilde, Beuge, Solmecke, entlastet den Rücken spürbar, was zu einer besseren Balance am gesamten Körper führt. Der hintere Teil der Tasche besitzt eine an die Form von Wirbelsäule und Rücken speziell angepasste Polsterung, um mehr Komfort, Gleichgewicht und Dynamik aufzubauen. „Zusammen mit Kinderosteopathen, Physiotherapeuten und Chiropraktikern haben wir herausgefunden, dass es essenziell ist, die Rückenpolsterung so anzupassen, dass der untere, als auch der obere Rücken aktiv durch eine speziell entwickelte Rückenpolsterung geschützt wird. Aus diesem Grund enthält die Rückenpolsterung eine Lendenwirbelpolsterung, als auch eine separate Brustwirbelpolsterung“, erklärt der Frontbag-Geschäftsführer.



Mit Frontbag wird erstmals ein zweiteiliger Schulranzen angeboten, bei dem der Stauraum gleichzeitig auf Brust und Rücken verteilt wird. Durch die optimierte Gewichtsverteilung wird lebenslangen Haltungsschäden und weiteren Rückenproblemen vorgebeugt, die schon während der Grundschulzeit entstehen.

Frontbag verfolgt eine gesundheitsorientierte Vision und hat sich zur Mission gemacht, Menschen aller Altersklassen, angefangen bei den Jüngsten, langfristig und nachhaltig zu helfen, ohne dabei auf zeitgemäße Features und aktuelle Trends in Optik verzichten zu müssen. „Aus diesem Grund haben wir von Anfang an viel Wert darauf gesetzt, mit den besten Kooperationspartnern zusammenzuarbeiten. Für die Umsetzung unseres Prototypen haben wir uns die Designer Beck&Becker an Bord geholt. Über 15 Jahre Seite an Seite als Modellschnittmacher und Designer beim Mannheimer Modelabel Dorothee Schumacher haben sie sich zu einem eingespielten Team mit exzellentem Know-how gemacht. Als im Handwerk gelernte Maßschneiderinnen und studierte Entwurfsdirektoren (Staatliche Modeschule Stuttgart) setzen sie Anforderungen und Ideen gekonnt, kreativ und effizient um - immer mit dem fachlich fundierten Blick für die Bedürfnisse des Kunden und viel Spaß am Tun. Kirsten Beck und Katrin Becker arbeiten zuverlässig und termingerecht. „Ein echter Coup für Frontbag“, freut sich Gianluca Siciliano.

Zum weiteren Team des Mannheimer Start-Up gehören James Parkinson und Laura Agustina Beltran. Parkinson kümmert sich als essentieller Teil von Frontbag um die Logistik und internationale Beratung. Er studierte Logistik bei der U.S. Air Force in Ramstein und schloss 2018 seinen MBA an der University of

Maryland ab. Auf Grund seiner internationalen Erfahrung ist er bei Frontbag zuständig für Expansion und Abwicklung außerhalb des DACH-Raumes. Gianluca Siciliano: „Wir haben unsere Zielgruppen gleich vom Start weg auch außerhalb des deutschsprachigen Raumes ausgemacht. Die Anfragen aus dem deutschen Handel beantwortete ich persönlich.“

Laura Agustina Beltran unterstützt Frontbag bei den gesundheitlichen und medizinischen Blickpunkten der Tasche. Seit mehr als 13 Jahren sammelt sie Erfahrungen im medizinischen Bereich, angefangen mit der Grundausbildung als Physiotherapeutin. Berufsbegleitend absolvierte sie ein fünfjähriges Stu-

dium zur Osteopathin und Heilpraktikern und hat sich im Anschluss auf die Kinderosteopathie spezialisiert. In der Zwischenzeit arbeitete sie intensiv mit Kindern zusammen, vom Säuglings- bis ins Jugendalter. Zuletzt vertiefte sie ihr Wissensspektrum mit einer zweijährigen Weiterbildung zur Kinderosteopathin.

Seit dem Sommer 2020 geht auch Gianlucas Sohn zur Schule und er zähle damit „nun zu meinen strengsten Kritiker“, schmunzelt Gianluca Siciliano. Das Feedback, dass er inzwischen fast täglich von seinen Kund*innen erhalte, zeige deutlich, dass er sich mit seinem Team auf dem richtigen Weg befinde.

www.frontbag.de



Aktuell werden die beiden Designs Sweet Unicorn und Camoblue angeboten. Weitere sind in Entwicklung.



Titel

Nachhaltig ins neue Schuljahr

Als einer der Branchenvorreiter in Sachen Klimaschutz ist die Verantwortung für die Umwelt bereits seit Jahrzehnten in der Unternehmenskultur von Faber-Castell verankert. Zum Schulanfang gibt es die klimaneutral produzierten Schnelldreher im neuen Schulmarkt.

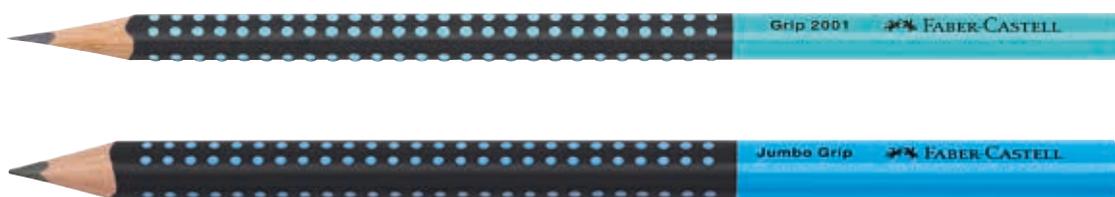
Nachhaltig am Point of Sale: Schulmarkt
 Innovativer Look, emotionale Bildsprache: Mit seinem Schulmarkt sorgt Faber-Castell im wichtigen Back-to-School-Geschäft für Aufmerksamkeit am PoS und unterstützt seine Handelspartner dabei, sich als kompetenter Anbieter von Schulbedarf zu präsentieren. Große Illustrationen und einprägsame Kernbotschaften kommunizieren das nachhaltige Engagement des Unternehmens leicht verständlich an die Endverbraucher*innen. Die Ein-

zelmodule lassen sich individuell mit Schnelldrehern und Neuheiten bestücken und sorgen für Impulskäufe im Schulgeschäft.

Klimaneutral produziert: Grip Holzstifte
 Nachhaltige Klassiker fürs Federmäppchen: Die Grip Blei- und Buntstifte werden im Stammwerk in Stein klimaneutral produziert, bestehen aus Holz aus nachhaltiger Forstwirtschaft und sind mit umweltfreundlichem Wasserlack versehen. Für ermüdungsfreies

Malen und Zeichnen sorgt die ergonomische Dreikantform samt patentierter Grip-Zone.

Lässige Bicolor-Looks: Grip Two Tone
 Frische Akzente setzt die Grip Two Tone Edition in Türkis, Blau oder Pink, den Top drei gemäß der jüngsten Faber-Castell Marktforschung zu Farbfavoriten bei der Zielgruppe. Die Bleistifte werden klimaneutral aus Holz aus nachhaltiger Forstwirtschaft hergestellt, der Wasserlack ist umweltfreundlich.



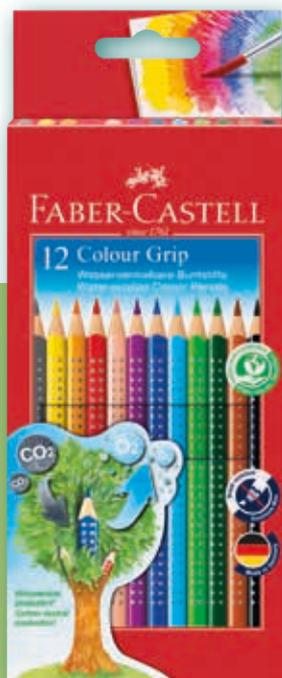


Vertriebsservice: Promoter am PoS

Unterstützung am Point of Sale: Begleitend zum Schulmarkt-Sortiment hat Faber-Castell für seine Handelspartner ein Maßnahmenpaket geschürt. So helfen im z.B. im Bereich der Schulmarkt-Module kompetente Promoter bei der Kundenberatung und der Bearbeitung der Schulzettel. Für Details steht der Faber-Castell Außendienst zur Verfügung.

Erfolgreich verkaufen: Seminare

Mehr Erfolg im Verkaufsgespräch: Expertenwissen und nützliche Warenkunde vermitteln die sehr erfolgreich etablierten Kompetenzseminare. Die Teilnahme ist kostenlos; die Seminarkosten trägt Faber-Castell per Schulungsgutschein. Informationen zu den Veranstaltungen über den Außendienst oder per E-Mail: susanne.lutz-troidl@faber-castell.com www.faber-castell.de



Faber-Castell produziert klimaneutral

- Faber-Castell bewirtschaftet 10 000 Hektar eigene Wälder. Das entspricht einer Fläche von ca. 14 000 Fußballfeldern.
- Die unternehmenseigenen Wälder nehmen mehr als 900 000 Tonnen CO₂ auf und neutralisieren so den CO₂-Ausstoß aller Produktionsstätten weltweit. Damit produziert Faber-Castell klimaneutral.
- In den eigenen Wäldern werden jährlich ca. 300 000 Setzlinge gepflanzt. Pro Stunde wächst ca. eine Lkw-Ladung Holz nach.
- Faber-Castell setzt nur zertifizierte Hölzer für die Blei- und Buntstiftproduktion ein.





Schreiben mit Glamour-Faktor: Grip Edition Glam

Mit dem erfolgreich eingeführten Generation-Z-Konzept trifft Faber-Castell den Geschmack der jungen Zielgruppe. Jetzt setzt der Schreibgeräte-Hersteller mit der Grip Edition Glam metallisch schillernde Impulse am Point of Sale.

Teenager-Favoriten: neue Trendfarben
Angesagte Farbwelten, die für Kaufimpulse am Point of Sale sorgen, bereichern das Sortiment für die Generation-Z kontinuierlich. Die neue Grip Edition

Glam beschert trendbewussten Teenagern magische Momente: Ein besonderer Lack verleiht Grip Füller und Kugelschreiber den dezent metallisch schimmernden Look, der je nach Lichteinfall

effektiv changiert. Die drei irisierenden Farbtöne Pearl Glam, Violet Glam und Silver Glam wurden im Rahmen einer Marktforschung von der Zielgruppe selbst ausgewählt und ergänzen die





Füller/Kugelschreiber Set Grip Edition Glam (Abb. links oben): Das Konzept Grip 2011 überzeugt durch das klar durchdachte Grip Design in trendigen Farben und ausgefeilter Ergonomie. Die charakteristischen Noppen passen farblich zum Schaft.

Die Handelspartner profitieren von den zielgruppengerechten PoS-Modulen wie z. B. Promotion- und Thekendisplays im Trend-Look. Sie bieten die passende Bühne für angesagte Schulanfangsprodukte der Grip Edition Glam.

bereits eingeführte „Harmony“-Farbwelt Coconut Milk, Rose Shadows und Dapple Gray.

Mit Schreibkomfort punkten

Ergonomische Soft-Griffzone, ausgefeilte Tinte-Feder-Kombination: Die Füller bieten besonderen Schreibkomfort für Rechts- wie für Linkshänder gleichermaßen. Auch der Kugelschreiber bewältigt intensive Schreibphasen mühelos, denn er ist mit dokumentenechter, nachfüllbarer XB-Großraummine ausgestattet.

Glam-Faktor teilen: Geschenketui

Füller und Kugelschreiber der neuen Grip Edition Glam gibt es in Pearl Glam und Violet Glam farblich passend auch im Geschenketui.

Digitale Back-to-School-Kampagne

Eine umfangreiche 360-Grad-Kampagne begleitet den Launch der Grip Edition Glam mit Influencer Marketing und weiteren Social-Media-Aktivitäten auf den angesagten Online-Kanälen und sorgt zum Schulstart für Aufmerksamkeit bei der Zielgruppe der 14- bis 18-Jährigen.

Eyecatcher am Point of Sale

Kaufentscheidend für Teenager sind auch haptische Erfahrungen. Handelspartner profitieren von den zielgruppengerechten Point-of-Sale-Modulen wie z. B. Promotion- und Thekendisplays im Trend-Look. Sie bieten die passende Bühne für angesagte Schulanfangsprodukte der Grip Edition Glam.

www.faber-castell.de





Herlitz Schulranzen lassen Kinderträume wahr werden. Die neuen Modelle bieten zudem jede Menge praktisches Zubehör.

Viel mehr als ein Schulranzen

Für den perfekten Schulstart bietet Herlitz auch 2022 eine Schulranzen Kollektion, die in puncto Qualität, Ergonomie und Sicherheit keine Wünsche offenlässt. Die rückschonenden Leichtgewichte mit höchstem Tragekomfort überzeugen durch ihre trendige Motivvielfalt.

Ob funkelnde Herzen, die durch Wendepailletten ihre Farbe wechseln, Space-Roboter, die in glänzenden Raumanzügen durch das Universum schweben, Wasserdrachen, die durch die Luft gleiten, bunte Schmetterlingswiesen, pelzige Einhörner, die in einer Fantasiewelt mit Regenbögen und Blumen leben oder rasende Space Cars - bei Herlitz kennt die Fantasie keine Grenzen. Angesagte Designs und nützliche Features machen die Herlitz Ranzen zu zuverlässigen Schulbegleitern.

Herlitz FiloLight - stabiles Leichtgewicht
Premiere feiert im kommenden Jahr der Herlitz FiloLight: Der neue Schulranzen mit formstabilem Korpus und hochwertigem, einfach bedienbarem Fidlock Magnetschloss besticht durch sein geringes Eigengewicht von weniger als einem Kilogramm. Die Taschenaufteilung ermöglicht den Kindern einen guten Überblick über ihre Schulmaterialien, so dass sie sich schnell organisieren können. Dank des IGR-zertifizierten Rückensystems lässt sich der Herlitz FiloLight

spielend leicht an die sich ändernde Körpergröße des Kindes anpassen. Für die Sicherheit im Straßenverkehr wurde der Schulranzen mit hochwertigem Reflexmaterial auf Front- und Seitenbereich sowie den Schultergurten und an der Deckelklappe ausgestattet.

Herlitz SoftLight - der Schulrucksack

Der neue Herlitz SoftLight ist ein besonders leichter Schulrucksack, der durch seine Ergonomie und Flexibilität überzeugt. Dank des innovativen IGR-zertifizierten Rückensystems mit ergonomisch geformtem, atmungsaktivem Rückenpolster sowie abnehmbarem Hüftgurt und höhenverstellbaren Brust- und Schultergurten passt sich der Schulrucksack dem Rücken des Kindes jederzeit optimal an und wächst so mit. Auch in puncto Sicherheit überzeugt der SoftLight: Das hochwertige Reflexmaterial auf Front- und Seitenbereich sowie den Schultergurten garantiert ein hohes Maß an Sichtbarkeit und Sicherheit in der Dunkelheit.

Alle Herlitz Schulranzen erfüllen höchste Qualitäts- und Verarbeitungsstandards, denn sie werden stetig verschiedenen Belastungstests ausgesetzt und nach strengen Kriterien überprüft.

Eine wasserabweisende Imprägnierung des Stoffes sowie eine verstärkte Bodenplatte schützen Herlitz Schulranzen zuverlässig und langanhaltend vor Feuchtigkeit und Schmutz. Gerne gibt Herlitz auf alle Schulranzen der Kollektion 2022 zwei Jahre Garantie.

Ergänzend bietet Herlitz umfangreiches Zubehör für den perfekten Schulstart an - vom Schüleretui, Faulenzer und Sport- oder Brustbeutel über die Brotdose, praktische Schürze für den Kunst- und Werkunterricht bis zur Schultüte sowie tollen Produkten für den Kindergarten und nicht zu vergessen die Regenhülle aus fluoreszierendem Material, die sämtliche Schulranzen-Modelle sicher vor Nässe schützt - Herlitz hat wirklich an alles gedacht.

www.pelikan.com

Individuelle Designs im Trend

Mit „Design your FriXion“ hat Pilot den Nerv der Zeit getroffen und als erfolgreiche Back to School-Aktion im Handel etabliert. Jetzt geht die Individualisierung der beliebten FriXion-Stifte mit frischem Wind in die vierte Auflage.

Neben den Top-Designs gibt es eine ganze Reihe neuer Motive, die an aktuelle Trends angelehnt sind - beispielsweise der angesagte Japan-Look.



FriXion-Stift kaufen, Bon hochladen, Sticker designen, aufkleben und schon hat man einen individuellen FriXion, der perfekt zum eigenen Stil passt. Das Prinzip ist einfach und Mitmachen lohnt sich in diesem Jahr gleich mehrfach: Neben neuen Stickern, die im Design your FriXion-Konfigurator zur Verfügung stehen, initiiert Pilot im Aktionszeitraum von Juni bis September eine große Gewinnaktion als weiteren Anreiz zur Teilnahme. Wer einen Bon hochlädt und online einen FriXion-Sticker gestaltet, landet automatisch im Lostopf. Dabei setzt die Schreibgerätemarke auf einen Mix aus Sofortgewinnen aus der eigenen Produktrange und einem hochwertigen Schreibtisch-Möbel-Set als attraktiven Hauptgewinn zum Start ins neue Schuljahr. Das Set kann sich

der oder die Gewinner*in selbst im Wert von 500 Euro zusammenstellen, sodass auch hier der individuelle Geschmack im Fokus steht.

„Design your FriXion hat sich zu einer unserer großen Highlight-Aktionen entwickelt, auf die sich viele FriXion-Fans bereits Monate im Voraus freuen. Auch der Handel meldet zurück, dass sich der Mix aus attraktivem Incentive, individuellem Design und aufmerksamkeitsstarken PoS-Auftritt auszahlt. Der Trend, die eigene Individualität in Form von selbst-kreierten Looks nach außen zu tragen, hat sich in den letzten Jahren noch weiter verstärkt. Durch die kontinuierliche Fortsetzung der Aktion ist der Grundmechanismus von Shopper*innen gelernt und erzielt einen positiven Wieder-

erkennungseffekt“, sagt Filia Tzanidakis, Marketingleiterin bei Pilot Pen Deutschland. Neben den beliebtesten Designs aus 2021 gibt es eine ganze Reihe neuer Motive, die an aktuelle Trends angelehnt sind - beispielsweise der angesagte Japan-Look, der gleichzeitig auf die Pilot Heritage einzahlt. Händler erhalten außerdem Deko-Materialien, um die Aktion inklusive des neuen On-Top-Gewinnspiels am PoS aufmerksamkeitsstark zu inszenieren. Aktiviert wird die Aktion mit einer großen Social Media Kampagne auf Facebook, Instagram und TikTok. Darüber hinaus setzt Pilot auf Social Clips, die im Aktionszeitraum auf YouTube passgenau an die Zielgruppe ausgespielt werden.

www.pilotpen.de



Gestalte deinen GRATIS Sticker!



1. 

FriXion Aktionsprodukte* kaufen

2. 

Bon auf pilotpen.de/sticker hochladen und Sticker designen

3. 

Sticker per Post erhalten und mit etwas Glück gewinnen



Gewinne dein Schreibtisch-Möbel-Set

im Wert von 500€ und weitere Gewinne.



Abbildung vereinfacht.

* Aktionsprodukte: FriXion Ball, FriXion Clicker, FriXion Light, FriXion Fineliner und die FriXion 3er Mine. Aktionsende 30.09.2022. Teilnahmebedingungen unter pilotpen.de/sticker-tnb.

Neben neuen Designs, die im Design your FriXion-Konfigurator zur Verfügung stehen, initiiert Pilot im Aktionszeitraum von Juni bis Ende September eine große Gewinnaktion als weiteren Anreiz zur Teilnahme. Wer einen Bon hochlädt und online einen FriXion-Sticker gestaltet, landet automatisch im Lostopf.



Dass Edding mit seiner Ausrichtung genau richtig liegt, zeigt auch die Auszeichnung als „Produkt des Jahres 2021“ im Bereich B2C durch die PBS Markenindustrie.

Trendthema Polaroid-Karten

„Acrylmalerei leicht gemacht“, dafür steht Edding mit seinem 2021 eingeführten Acrylsortiment. Die unkomplizierte Anwendung soll Anfängern und Hobby-Malern den Einstieg in die Acrylmalerei erleichtern. Der Handel kann sich auf ein verkaufsunterstützendes Aktionspaket freuen.

Nach dem erfolgreichen Social-Media-Wettbewerb „edding expo“ steht ab Mai das Trendthema „Polaroid-Karten malen“ im Mittelpunkt der Kampagne, das auf Social Media gerade einen wahren Hype erlebt. In verschiedensten Kanälen, von der Edding Website über Newsletter bis zu Postings auf Instagram und Facebook bis zu Kooperationen mit Influencern wird das Thema gespielt. Der Spaß am Malen, die einfache Anwendung und die Vielfalt an Acryltechniken stehen im Fokus der Aktivitäten. Für den Handel hat Edding ein umfangreiches Aktionspaket geschnürt.

Aktivierung am PoS

Zur Unterstützung der Kampagne wird ein Thekendisplay mit Acrylprodukten in ausgewählten Farben inklusive der Edding Acryl-Postkartenblöcke angeboten. Das Display zeigt verschiedene Anwendungen und lässt auf den ersten Blick das Motto der Kampagne erkennen. Für einen vorhandenen Edding PoS-

Shop steht ein passendes Kampagnen-Dia zur Verfügung.

Kreativ-Workshops für Endverbraucher

Für den Handel hat Edding ein Workshop-Konzept entwickelt, mit dem Ziel, den Endverbraucher die Möglichkeit zu bieten, die Acrylprodukte ausgiebig zu testen und letzten Endes den Abverkauf zu fördern. Wer mitmachen möchte, erhält eine Toolbox mit wertvollen Tipps und einer detaillierten Beschreibung zur Durchführung der Workshops sowie umfangreiches Material von Motivvorlagen, Step-by-Step-Videos bis zu Ankündigungsplakaten.

Mitmachaktion für den PoS

Neben den Workshops werden auch kleinere Promotionaktionen angeboten, bei denen dem Händler vorgedruckte Postkarten im Polaroidlook zur Verfügung gestellt werden, die Kunden vor Ort ausmalen können. Auch hier wird der Händler mit einer umfangreichen Toolbox unterstützt. Kombiniert werden kann diese Aktion mit einem Gewinnspiel.



Acryl-Sortiment im Überblick

Die Acryl-Range umfasst vier Marker mit unterschiedlichen Strichbreiten in bis zu 26 kräftigen Farben. Highlight des Sortimentes ist der innovative 3D Double Liner in Tubenform mit zwei Spitzen. Er enthält eine Acrylpaste in Künstlerqualität für beeindruckende 3-D-Effekte. Die brillanten Acrylfarben verfügen über eine hohe Deckkraft, sind präzise aufzutragen, lichtecht, geruchsarm und nach dem Trocknen wasserfest.

www.edding.de



Edding bietet am PoS ein attraktives Thekendisplay mit Acrylprodukten an.



„Deine Dinge Stempel“ gibt es in zwei Varianten, als Stempel mit individueller Textplatte oder als Typo-Stempel zum Selbersetzen und jederzeit ändern.

Stempellösungen für die Schule

Der „Trodat Deine Dinge Stempel“ ist ein praktischer Allrounder zum Markieren und Beschriften von unzähligen Gegenständen - nicht nur für Eltern. Der Trodat edy Stempel hilft fantasievoll und kinderleicht die Motivation bei Schüler*innen zu steigern.

Mit dem „Trodat Deine Dinge Stempel“ gehört sowohl Vertauschen als auch Verlieren der Vergangenheit an. Er sorgt für rasches und einfaches Markieren von Gegenständen jeglicher Art. Die dermatologisch mit „Sehr gut“ getestete Textiltinte verspricht perfekten Halt auf einer Vielzahl von Oberflächen. Nicht nur auf Stoffen gelingt der Abdruck einwandfrei, vielmehr können auch Brotboxen, Trinkflaschen oder dunkle Kleidungsstücke mittels im Set inkludierten Etiketten sowie dazugehörigem Bügelvlies beschriftet werden.

Flexibilität und Individualität

Den praktischen Alltagshelfer gibt es in zwei verschiedenen Ausführungen. Zum einen ermöglicht die Typomatic-Variante einen schnellen Wechsel zwischen unterschiedlichsten Abdrucken. Sie gestalten aus einer Reihe von Buchstaben und Motiven Ihr Design ganz einfach selbst. Zum anderen bietet die individuelle Textplatte einzigartige Per-

sonalisierungen. So können Sie sich bei der Gestaltung Ihres Wunschabdruckes kreativ austoben. Doch für welche Variante Sie sich auch entscheiden, mit dem Deine Dinge Stempel sind Sie für kommende Herausforderungen zum Schulbeginn stets bestens ausgerüstet. Das Stempelkissen mit schwarzer Textiltinte sowie 40 wasserfeste Etiketten und einem Meter Bügelvlies gibt es im praktischen Nachfüllkit direkt zum Nachkaufen.

Motivation ist der Schlüssel

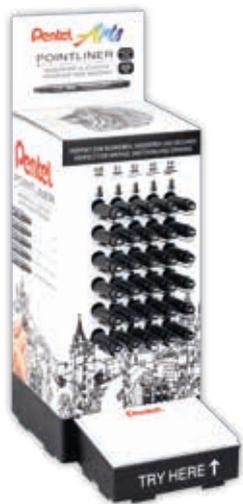
Mit den kindgerechten und farbenfrohen Trodat edy Stempeln können Lehrer*innen Lob und Ansporn für ihre kleinen Schützlinge sichtbar machen. Ob es sich um eine neue Bastelarbeit, Hausaufgaben oder Klassenarbeiten handelt, mit dem kreativen Trodat edy Sortiment kann Feedback schnell, einfach und emotional ausgedrückt werden. Denn jeder weiß, wie sehr sich Kinder über das Lob ihrer Lehrer freuen,



Das Display zeigt die Vielfalt des Trodat edy Konzepts, das mit Pädagogen entwickelt wurde.

wie es sie anspornt und glücklich macht.

www.trodat.de



Der „Pentel Pointliner“ verfügt über eine in Metall gefasste Faserspitze in verschiedenen Strichstärken und eignet sich ideal zum Zeichnen, Skizzieren, Illustrieren und Schreiben.

Dream-Team fürs Bullet Journal

Ein Bullet Journal kann vielseitig sein: Individueller Kalender, privates oder berufliches Organisationssystem, Planer oder Notiz- bzw. Tagebuch. Diese Tools von Pentel bieten viele Möglichkeiten zur Gestaltung eines persönlichen Bullet Journals - ob klassisch oder kreativ.

Qualität auf den Punkt gebracht

Der „Pentel Pointliner“ ist ein Fineliner und überzeugt professionelle Verwender sowie Anwender im Hobbybereich mit seiner Qualitätstinte in 5 Strichstärken. Die enthaltene schwarze Tinte ist pigmentiert und damit lichtecht und nicht verblassend. Die präzisen Linien sind zudem wasserfest und chemikalienfest nach ISO Standard 14145-2 sowie radierfest auf Zeichenpapier. Das Kapfenmodell verfügt über eine in Metall gefasste Faserspitze in den Strichstärken 0,05/0,1/0,3/0,5 und 0,8 mm und ist ideal zum Zeichnen, Skizzieren, Illustrieren und Schreiben.

Gut geeignet ist auch die Verwendung mit aquarellierbaren Produkten oder Produkten auf Wasserbasis, denn die Tinte trocknet schnell, ist unempfindlich gegen Wasser und kann problemlos übermalt werden, ohne auszubluten. Zudem sind Kunstwerke und Notizen mit der ISO-zertifizierten, pigmentierten Tinte dauerhaft vor der Sonne geschützt. Diese

Eigenschaften machen den „Pentel Pointliner“ perfekt für alle, die ihr eigenes Bullet Journal gestalten und den kreativen Trend ausprobieren wollen.

Der „Pentel Pointliner“ ist als umweltfreundliches Produktset aus Papier und mit Eurolochung erhältlich und beinhaltet alle fünf Strichstärken. Für eine einfache Integration in bestehende Shop-Systeme wird zudem ein attraktives, kompaktes Display angeboten.

Zarte Pastelltöne als Highlight

Der „Pentel illumina FLEX“ ist ein besonderer Pastell-Textmarker mit einer Doppelspitze zum Hervorheben, Unterstreichen, Markieren und Akzente setzen. Der Highlighter ist mit einer flexiblen Spitze in Keilform für breite Markierungen und einer konischen Spitze für feine Striche ausgestattet. Die zwei Schreibspitzen haben eine Strichstärkenvarianz von 1,0 bis 3,5 mm. In schlanker Stiftform und mit Clip an der Kappe passt der Textmarker in jedes Federmäppchen

und ist der ideale Partner für Schule, Studium, Büro und Haushalt.

Die acht trendigen Pastellfarben sind auch beliebt für kreative Hobbys. Die Features der zwei Highlighter-Schreibspitzen kombiniert mit der exakten Fineliner-Spitze des „Pentel Pointliner“ sind ideal für unterschiedlichste Anwendungen im Bullet Journal. In Elemente wie Checklisten, Sketch Notes, Letterings, Container, Banner oder andere Deko-Elemente im Bullet Journal bringt die Nutzung der unterschiedlichen Fineliner-Strichstärken Dynamik und Struktur rein. Mit dem Pastell-Textmarker können anschließend Highlights oder Schatten gesetzt werden, um Dinge hervorzuheben und ihnen mehr Ausdruck zu verleihen. Der Vorteil ist, dass hierbei nichts verwischt.

Der „Pentel illumina FLEX“ ist in acht Einzelfarben erhältlich und wird für eine einfache Integration in bestehende Shop-Systeme in einem attraktiven, kompakten Display angeboten.

www.pentel.de



Der „Pentel illumina FLEX“ ist ein Pastell-Textmarker mit einer Doppelspitze zum Hervorheben, Unterstreichen, Markieren und Akzente setzen.



Mit jedem Kauf eines Produktes der "Mint"-Collection wird Kindern in Benin (Westafrika) der regelmäßige Besuch einer Schule ermöglicht.



Aktion für Schulkinder in Afrika

Getreu dem Claim „Carry Friendship“ engagiert sich Coozoo für mehr Chancengleichheit im Hinblick auf Schulbildung. Mit der Special Edition „Mach Mint“ setzt der Schulrucksackhersteller zusammen mit Humedica ein klares Zeichen für mehr Gerechtigkeit für Kinder in Afrika.

In Benin, Westafrika, lebt rund die Hälfte der Bevölkerung in Armut. Eine Schule besuchen, Lesen und Schreiben lernen - das bleibt den meisten Kindern hier verwehrt. Stattdessen müssen sie früh Verantwortung übernehmen, selbst arbeiten gehen und die Familie finanziell unterstützen. Im Norden Benins ist die Armut am größten. Hier in der ländlichen Region liegt das kleine Dorf Sangou.

Coozoo arbeitet schon seit vielen Jahren mit humedica zusammen und unterstützt die gemeinnützige Organisation aktiv in zahlreichen Projekten, um Kindern überall auf der Welt gezielt zu helfen und für mehr Gerechtigkeit und Chancengleichheit zu sorgen. Das gemeinsame Ziel von Coozoo und humedica in Sangou ist es, den Kindern den regelmäßigen Besuch der Schule zu ermöglichen, ihnen die

Aussicht auf Bildung und somit Zukunftsperspektiven zu bieten. Mit jedem Kauf eines Schulrucksacks der Coozoo Special Edition „Mach Mint“ bietet humedica die Möglichkeit, dass ein Kind einen Tag zur Schule gehen kann. Mit dem Kauf eines Zubehörartikels dieser Sonderedition wird eine Schulstunde finanziert.

Alle Produkte der Special Edition „Mach Mint“ kommen im „Fresh Mint“-Design, der neuen Keycolour von Coozoo. Das brandneue Schulrucksackmodell „Mate“ gibt es mit dem passenden Mäppchen sowie Zubehör für den Schulalltag, wie Sporttasche, Turn- und Gelbeutel, Edelstahl-Trinkflasche, faltbare Heftbox bzw. praktische Heftbox mit Tragegriff sowie LED-Sicherheitsklemmleuchte und Regenhülle. Außerdem wird das Colour Up-Set im passenden Design angeboten. Das Klett-Patch mit dem Slogan „Carry Friendship“ und der Anhänger sind beide ebenfalls leuchtend Mint-Grün. Der Schulrucksackhersteller gleicht alle Kollektionen klimaneutral aus. Zusätzlich gibt es bei allen neuen Rucksackmodellen vier Jahre Garantie.

www.coozoo.com





Mit Drachen in die Lüfte steigen

Lassen Sie mit Schildkröt die Drachen fliegen. Mit einer kleinen aber gelungenen Kollektion an Pocket-, Stunt- und Sport-Kites präsentiert der Fun- und Aqua-Spezialist aus Wolfratshausen seine erweiterte Kite-Kollektion - für kleine Abenteuer auf der Wiese oder am Strand.

Die Pocket-Kites „Medium & Large“ sind handliche und stablose Taschendrachen, die für Kinder ab dem fünften Lebensjahr geeignet sind. Durch Karabiner und Gürtelschlaufe an den Taschen sind sie der ideale Begleiter für kleine Abenteuer, egal ob auf der Wiese oder am Strand. Ein Zusammenbau ist nicht notwendig, die Drachen sind sofort flugfertig und einsatzbereit. Das Segel (Medium: 45 x 32cm, Large: 65 x 45cm) ist aus robustem, leichtem Ripstop-Polyester gefertigt. Die Pocket-Kites kommen in einem praktischen Thekendisplay mit jeweils drei assortierten Designs und sind der ideale Kassen- und Mitnahmeartikel.

Bei den neuen Classic 70-Kites in den Designs „Diamond“ und „Crazy Bird“ (Abb. oben) handelt es sich um einen Drachen in klassischer Form. Der aus robustem Ripstop-Polyester mit bruchfesten Fiberglasstäben gefertigte Kite lässt sich einfach montieren und ist im Nu flugbereit. Zum Lieferumfang gehört neben der praktischen Tragetasche ein 250 Zentimeter langer, farbenfroher, dreiteiliger Drachenschwanz und eine 40-Meter Polyesterleine mit Handgriff.

Für Piloten ab zehn Jahren präsentiert Schildkröt seine neuen Stunt-Kites in den Größen 133 und 140. Die Segel der Lenkdrachen sind aus robustem Ripstop-

Polyester gefertigt. Das Drachengerüst ist aus bruchfesten Fiberglas-Stäben, sorgt somit für gute Flugeigenschaften und hält zugleich mühelos den anfänglichen Abstürzen stand. Die zwei Polyester-Leinen ermöglichen tolle Flugmanöver und Tricks. Beide Drachen lassen sich einfach und schnell aufbauen und sind durch die praktische Tasche leicht zu transportieren und aufzubewahren.

Die neuen Schildkröt Lenkmatten in verschiedenen Größen erhältlich haben Suchtpotential (Abb. oben Mitte). Bei die-

sen Sport-Kites handelt es sich um Zweiliner Lenkdrachen ohne Stäbe, die einem Gleitschirm ähneln. Diese Konstruktion ermöglicht ein stabiles Flugverhalten, einfache Handhabung und das Fliegen ist leicht und schnell zu erlernen. Die Segel sind aus leichtem und robustem Ripstop-Polyester konstruiert, das auch Anfängerabstürze wegstecken kann. Durch die zwei Polyester-Leinen mit Handschlaufen hat man die Matten stets optimal unter Kontrolle und es sind großartige Flugmanöver und Tricks möglich.

www.mts-sport.de



Die Schildkröt Drachen Pocket-Kites „Medium & Large“ sind handliche und stablose Taschendrachen. Sie sind bereits für Kinder ab dem fünften Lebensjahr geeignet.



Die Klassiker unter den Hausaufgabenhefte Häfft 22/23 gibt es nun auch mit stylischen Neonfarben sowie neuen Stickern.

Motiviert in die Schule starten

Der Fachhandel plant einen „normalen“ Schulanfang. Der Häfft-Verlag leistet dabei mit seinen Klassiker-Hausaufgabenheften wieder einen wichtigen Beitrag für den Schulerfolg seiner Nutzer. Dabei setzt das Münchner Kreativ-Team wie gewohnt auf gute Ideen und Funktionalität.

Der Klassiker unter den Hausaufgabenheften, das Häfft 22/23, startet schwungvoll mit stylischen Neonfarben, neuen Stickern, witzigen Sprüchen und dem Comic-Duo „Brot & Schwein“ in den ganz normalen Schul-Wahnsinn. Für spezielle Momente sorgt in diesem Jahr das füllige Papier für noch bessere Schreib-

eigenschaften. Spannender Nebeneffekt: Gefühl ist das Häfft 2022 mehr Schülerkalender als Hausaufgabenheft.

Auch das Lernfreundliche Grundschul-Hausaufgabenheft 22/23 hat viele neue Inhalte zu bieten. Die beliebten Motivations-Sticker sowie besonders tieraffine Titelbilder unterstreichen den Schuls Spaß-Faktor für die Kleinsten. Mit dabei sind das geschmückte Pferd, die süßen Erdmännchen, der taffe Tiger und ein stylischer Fußballer. Als Einzelmotiv steht erneut die fröhliche Rasselbande zur Auswahl.

Speziell für weibliche Häfft-Fans wurde eine Kooperation mit dem Youtube-Star Giulia Groth gestartet. Giulia Groth ist seit 2013 im Social-Media-Bereich erfolgreich. Sie hat kürzlich ein Lifestyle-Kochbuch veröffentlicht und gehört mit mehreren hunderttausenden Fans zu den beliebtesten Lifestyle-In-

fluencerinnen bei Mädchen und jungen Frauen. In enger Abstimmung mit der Häfft-Redaktion hat Giulia Groth nun ihren ersten Timer entwickelt: Der „Häfft Timer 22/23 Edition Giulia Groth“ startet bereits im April in den Verkauf und wird sicher nicht nur bei ihren Fans bald zum Alltag dazu gehören, denn er vereint viele Schulthemen mit gewöhnlichen Alltags-Todos. Entsprechend stark war die Vororder im Handel.

Geschäftsführer Stefan Klingberg freut sich auf den Schulanfang: „Nach zweieinhalb schwierigen Pandemie-Jahren hoffen wir für unsere Fachhändler und Schüler endlich wieder auf ‚normalere‘ Zeiten. Unsere Kreativ-Abteilung hat sich richtig ins Zeug gelegt und wir sind sehr zuversichtlich, dass wir mit den motivierenden Häfft-Artikeln viele individuelle Schul-Karrieren positiv beeinflussen können.“

www.haefft-verlag.de



„Häfft Timer 22/23 Edition Giulia Groth“



Die neuen Cover der Grundschul-Hausaufgabenhefte 22/23.



Kreativer Freiraum für malbegeisterte Kinder

Eberhard Faber bietet mit Green Winner ein erfolgreiches Konzept für nachhaltige Schulprodukte an. So haben die Kinder nicht nur großen Spaß beim Malen und Zeichnen, auch an die Umwelt wird gedacht. Nun wird die Green Winner-Familie um zwei Produkte ergänzt.

Der Green Winner Deckfarbkasten sollte in keiner Schultasche fehlen. Er besteht zu 100 Prozent aus recyceltem Kunststoff und enthält zwölf Farbnäpfchen mit leuchtenden Farben und eine Deckweißtube. Die Farbnäpfchen können ausgetauscht und umsortiert werden, sodass immer die passenden Farben nebeneinanderliegen. Der weiße Deckel

der stabilen Kunststoffbox kann abgenommen werden und lässt sich einfach reinigen. Der Deckfarbkasten enthält zusätzlich eine herausnehmbare Mischpalette. Der Deckfarbkasten wird aus 100 Prozent recyceltem Kunststoff hergestellt, die Verpackung aus FSC-zertifiziertem Karton. Für die bevorstehende Back to School-Saison ergänzt Eberhard

Faber das Green Winner-Sortiment um zwei weitere nachhaltige Produkte. Als neue praktische Helfer für große und kleine Künstler erweisen sich ein faltbarer Wasserbecher und ein Synthetikpinsel. Der Wasserbecher ist mit einem praktischen Faltmechanismus ausgestattet zum Verstauen, der Wellenrand dient als Pinselablage. Diese ist zu 50



Mit dem Green Winner Farbkasten bietet Eberhard Faber ein im Fachhandel gut eingeführtes Produkt an, das durch sein nachhaltiges Konzept überzeugt.



Der Wasserbecher ist mit einem praktischen Faltmechanismus ausgestattet zum Verstauen, der Wellenrand dient als Pinselablage.



Die neuen Pinsel sorgen mit ihrer ergonomischen Dreikant-Griffzone für die richtige Greifhaltung der Kinder. Eberhard Faber bietet die Synthetikpinsel in zwei Sets an.

Prozent aus recyceltem Kunststoff hergestellt. Steht der Wasserbecher auf dem Tisch, kann man ihn einfach mit dem Ende des Pinselstiels auf den Boden drücken, und dank einer Sauglippe saugt sich dieser auf dem Untergrund fest. Die Saugfunktion und die konische Form gewährleisten eine sichere Standfestigkeit und ein unbeschwertes Malvergnügen. Der faltbare Green Winner Wasserbecher ist einfach zu reinigen und somit ein nützliches Utensil für alle malbegeisterten Kids.

auf und geben sie schön langsam wieder auf das Papier ab. Somit macht das Malen richtig Spaß.

Alle Produkte tragen das ClimatePartner-Logo. Dadurch werden alle während der gesamten Supply Chain Kette entstandenen Emissionen finanziell ausgeglichen. Zur Abverkaufsförderung hat Eberhard Faber ein attraktives Theken-

display kreiert, das zwölf Green Winner Farbkästen, zwölf Green Winner Synthetikpinsel-Sets (je sechs Stück) und sechs Green Winner Wasserbecher beinhaltet. Das auffällige Design in grüner Kartonagenoptik nimmt sofort das Thema Nachhaltigkeit in den Fokus. Zu jedem Display wird ein kostenloses Schaufensterplakat mitgeschickt.

www.eberhardfaber.de

In der Anfangsphase des Malens sollten Kinder nicht mit herkömmlichen Pinseln malen, da dies zu Verkrampfungen führt. Klassische Pinsel sind meist dünn und lang und deshalb für Kinder, deren Motorik noch nicht ausgeprägt ist, nicht geeignet. Die Lösung bietet Eberhard Faber mit den neuen Synthetikpinseln, die in zwei verschiedenen Sets mit unterschiedlichen Pinselspitzen (Flach- und Rundpinsel) und Pinselgrößen angeboten werden. Die Pinselstiele sind aus 60 Prozent Maisstärke hergestellt. Eberhard Faber verzichtet bei der Herstellung bewusst auf Holz, da Maisstärke ein schnell wachsender Rohstoff und zudem biologisch abbaubar ist. Die ergonomische Dreikant-Griffzone sorgt für die richtige Greifhaltung der Kinder. Eberhard Faber bietet ein Set mit Rundpinsel in den Größen 0, 1, 2 und 4 an. Das zweite Set beinhaltet Rundpinsel in der Größe 4 und 6 sowie Flachpinsel in den Größen 8 und 12. Die Synthetikpinsel nehmen das Wasser und die Farbe ideal

Das auffällige Design des Displays vermittelt sofort, dass es sich um nachhaltige Produkte handelt.



Be(ein-)druckende Werbemittel

Mit ungebremstem Erfindergeist eröffnet Laurel Klammern seit 70 Jahren neue Welten in der Anwendung seiner Produkte. Heute vielfältiger und kreativer denn je. Ob farbige Büroklammern oder Laurel Mini-Tischcontainer - sie alle schaffen Ordnung und es gibt sie sogar ganz individuell.

Sauberer Organisieren und Archivieren spart viel Zeit. Mit den richtigen Büro-Helfern von Laurel Klammern lassen sich Dokumente übersichtlich und ordentlich ordnen und verstauen. Gerade im Zeitalter der Digitalisierung spielt das bei der Vorbereitung zum Scanvorgang der Unterlagen eine wichtige Rolle. Besonders praktisch ist auch der Binderclip, mit dessen Hilfe sich Dokumente schnell und einfach markieren lassen. Oder die Heftstreifen und Papierschrauben, die sich problemlos recyceln lassen. Der Grund liegt vor allem am Kunststoff und der Produktion in Aichwald („Made in Germany“ seit 1952) begründet. Die Werkstoffe, die die Grundlage der Produkte bilden, werden von den Einkäufern des schwäbischen Unternehmens

sorgfältig in ihrer Beschaffenheit ausgewählt, dass sie REACH-konform und sortenrein zu trennen sind. Dadurch können die Produkte auch in verschiedenen medizinischen Bereichen, der Lebensmittel- oder Automobilindustrie eingesetzt werden. Für den Aushang der Dokumente an Whiteboards oder metallischen Wänden finden die Anwender beispielsweise unterschiedliche sowie farbenfrohe Power Magnete.

Die flexibel stapelbaren Laurel Mini-Tischcontainer schaffen spielerisch leicht auf dem Schreibtisch oder in der Werkstatt Ordnung. Sie sind transparent, flexibel stapelbar und formschön. Die Laurel Mini-Tischcontainer lassen sich durch sechs Rastnoppen immer

wieder neu miteinander verbinden. Dank der ergonomisch geformten Ablage-schale lässt sich die der Inhalte einfach entnehmen (Material: Polystyrol, Maße 60 x 34 x 113 mm).

Individuelle und kreative Werbemittel erhöhen die Wiedererkennung von Marken, Produkten oder Dienstleistungen eines Unternehmens. Viele Laurel Produkte sind individuell bedruckbar und hinterlassen damit einen nachhaltigen Eindruck beim Empfänger. Das Bedrucken der Werbeartikel erfolgt im Tampondruck und ist je nach Produkt ein-, zwei-, drei- oder vierfarbig möglich. Lieferbare Farben, Produkte und Preise sind auf Anfrage erhältlich.

www.laurel-klammern.de



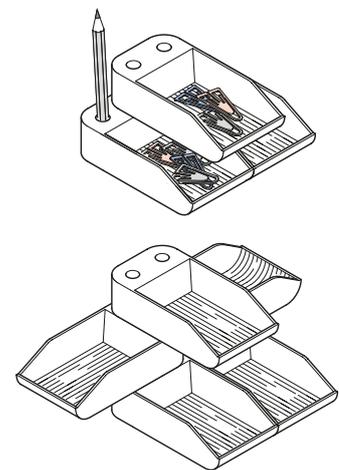
Die praktischen Laurel Mini-Tischcontainer (oben und rechts) lassen sich ganz nach den Bedürfnissen der Anwender zusammenstellen und sind selbstverständlich „Made in Germany.“



Die praktischen Helfer von Laurel Klammern werden seit 70 Jahren ausschließlich in Deutschland produziert.

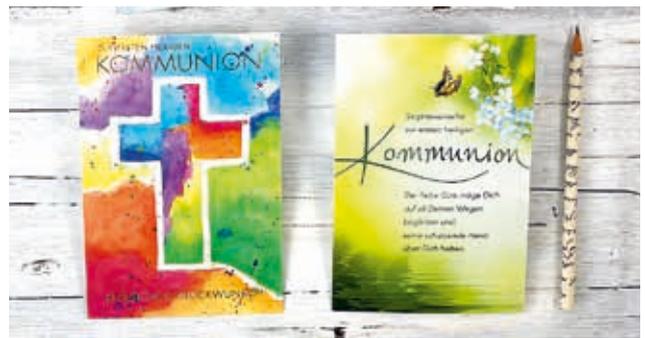


Individuell und kreativ bedruckte Werbemittel garantieren nachhaltige Präsenz (Abb. zeigen eine Auswahl).





ABC bietet farbenfrohe Grußkarten für viele Anlässe: Leuchtende Farben fügen sich mit fröhlichen Motiven zu harmonischen Serien zusammen.



Für die schönen Anlässe im Leben

Der Schweizer Gruß- und Glückwunschkartenverlag ABC präsentiert zum Frühjahr eine bunte Vielfalt an Kartenmotiven. Ob Kommunion, Konfirmation oder Schulanfang, - jede Karte überzeugt durch ihre persönliche Note und sorgt beim Empfänger für schöne Momente.

Als Traditionsunternehmen weiß ABC um den besonderen Wert der Karte. Eine hochwertige Grußkarte transportiert viel mehr Emotionen, Glück und Persönlichkeit als jeder digitale Gruß. Im Zeitalter von Whats App und Co. hat man erkannt, dass das Verschenken von Karten sein Stellenwert nicht verlieren wird. Damit Karten niemals aus der Mode kommen, begeistert das Un-

ternehmen immer wieder mit neuen Motiven.

Die Bandbreite ist groß: Ob eine frühlinghafte stillvolle Osterkarte, eine klassische, gold-glänzende oder wunderschön blindgeprägte Hochzeitskarte für das Brautpaar, oder eine liebevoll geschriebene Karte zum Mutter- oder Vattertag, - hier hat man die Wahl von flip-

pig bis hin zu zarten floralen Elementen in zeitgemäßem Stil. Ergänzt wird die Kartenvielfalt mit Motiven zu Kommunion, Konfirmation, Taufe, Schulanfang und Geburtstag. Feinste Papierqualität und viel Einfallsreichtum bei den Motiven zeichnen das Sortiment aus. Lassen Sie sich von der Themenvielfalt bei ABC Karten inspirieren.

www.abc-cards.ch



Die goldene Grußkarte 2022

In diesem Jahr geht der Wettbewerb in seine vierte Runde. Und wieder haben sich zahlreiche Verlage beteiligt und über 450 Motive eingesandt - keine leichte Aufgabe für die hochkarätige Fachjury, die Vielzahl der kreativen und qualitativ hochwertigen Beiträge zu bewerten.

Im Jahr 2018 hat der AVG (Arbeitsgemeinschaft der Hersteller und Verleger von Glückwunschkarten) erstmals zum großen Branchenwettbewerb „Die goldene Grußkarte“ aufgerufen. Die Resonanz der Verlage, der Branche und der Öffentlichkeit war groß und hat die Organisatoren darin bestätigt, mit diesem Award ein attraktives Schaufenster für das Produkt Grußkarte geschaffen zu haben.

Hier stellen wir die Finalisten der „Die Goldenen Grußkarte 2022“ vor. Präsentiert werden jeweils zwei Motive der vier Finalisten in jeder der neun Kategorien in alphabetischer Reihenfolge. Die Gewinner jeder Kategorie bleiben bis zur feierlichen Abschlussgala am 19. Mai 2022 in der Motorwelt München geheim.

„Qualitativ wie quantitativ ist ‚Die goldene Grußkarte‘ wieder einmal ein beeindruckender Erfolg. Wir danken allen teilnehmenden Verlagen, den Mitgliedern der Jury und den Sponsoren ganz herzlich für ihr Engagement, das diesen Wettbewerb erst ermöglicht“, resümiert die AVG.

Mit dem Branchenwettbewerb „Die goldene Grußkarte“ ruft die AVG alle deutschsprachigen Grußkartenverlage dazu auf, sich mit ihren innovativsten und kreativsten Produkten einer hochkarätigen Fachjury zu stellen. Der Award bringt in einem besonderen Event Handel, Verlage, Zulieferer und Medien zusammen und stellt dabei die Attraktivität, Relevanz und Zukunftsfähigkeit der Grußkarte in den Mittelpunkt. Den teilnehmenden Verlagen bietet der Award die Gelegenheit, ihre Produkte frühzeitig den wichtigen Entscheidern der Branche zu präsentieren. Den Fach- und Großhändlern, die Teil der Jury sind, bietet sich die exklusive Möglichkeit, die Produkte zu einem frühen Zeitpunkt kennenzulernen und die Sponsoren haben die Chance, sich auf besondere Weise vielen potenziellen Kunden zu präsentieren.

„Die goldene Grußkarte 2022“ ist aufgrund der Corona-Situation eine ganz besondere. So setzt der Award vor allem in puncto Zukunftsfähigkeit schon jetzt Maßstäbe. Denn nicht nur die Ein-

reichung der Kollektionen durch die Verlage, sondern auch die Nominierung der Finalisten durch die Fachjury fand digital statt. Ein neu konzipiertes Online-Voting-Tool hat sich dabei bereits wunderbar bewährt und etabliert. Die Bewertung der Kollektionen erfolgte Ende Januar anonym und nach folgenden Kriterien:

- Kommerz. Betrachtung/Marktrelevanz
- Design/ästhetischer Eindruck/Idee
- gefühlte Wertigkeit/Preis-Leistung
- Qualität von Druck und Verarbeitung

Die Ergebnisse der Fachjury wurden im Anschluss von einem Treuhänder ausgewertet. Höhepunkt der „Die Goldene Grußkarte 2022“ wird die feierliche Preisverleihung am 19. Mai 2022 in der Motorwelt München sein. In einer spannenden und unterhaltsamen Gala werden dann die Gewinner jeder Kategorie bekannt gegeben und prämiert.

www.avgcard.de

www.diegoldenegrußkarte.de



Am 19. Mai 2022 lädt die AVG in die Münchner Motorwelt zum 1. AVG Forum sowie am Abend zur Preisverleihung „Die Goldene Grußkarte 2022“ ein - Tickets sind im Internet erhältlich unter: www.avgcard.de bzw. www.diegoldenegrußkarte.de Foto: Motorwelt München

Mathias M. Janssen, Vorsitzender der AVG - Arbeitsgemeinschaft der Hersteller (rechts) und Matthias Hanfstingl (stellv. Vorsitzender). Foto: AVG



Avancarte GmbH



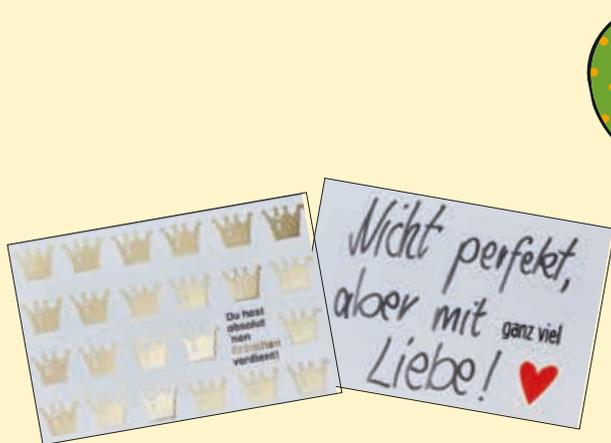
Goldbek Verlag GmbH



Perleberg GmbH



Verlag Dominique GmbH



Avancarte GmbH



Sponsored by Druckerei Münch GmbH & Co. KG

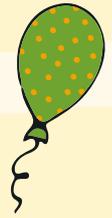


Goldbek Verlag GmbH

Gutsch Verlag GmbH & Co.KG



Pickmotion GmbH



Avancarte GmbH



HANRA -
Klaus Hanfstingl Verlag GmbH



Perleberg GmbH



Pickmotion GmbH



Gutsch Verlag GmbH & Co.KG



Perleberg GmbH



Pickmotion GmbH



Skorpion Glückwunschkarten-
verlag GmbH & Co. KG



Avancarte GmbH



Edition Gollong GmbH



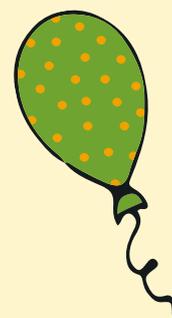
Gutsch Verlag GmbH & Co.KG



Pickmotion GmbH



**Braun + Company
Papierwaren GmbH**



Perleberg GmbH



Pickmotion GmbH



Verlag Dominique GmbH



Avancarte GmbH



HANRA - Klaus Hanfstingl Verlag GmbH



Perleberg GmbH



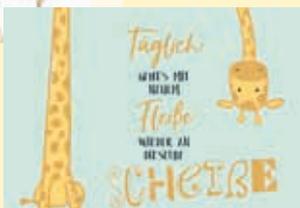
Taunus Grußkarten Verlags GmbH



BSB Obpacher GmbH



Goldbek Verlag GmbH



Gutsch Verlag GmbH & Co. KG



Pickmotion GmbH



Aemmi



**Braun + Company
Papierwaren GmbH**



Unicef e.V.



Shirin Shahidi

Die Fachjury

Die Fachjury der „Goldenen Grußkarte 2022“ ist besonders breit gefächert und bildet den kompletten Handelsquerschnitt und die Kompetenz der Grußkartenbranche ab. Am 3. Januar 2022 erhielten alle Mitglieder ihre persönlichen Zugangsdaten zur Online-Wahl der „Goldenen Grußkarte“. Im Anschluss waren in einem bestimmten Zeitraum über 450 Motive von zahlreichen Verlagen zu sichten und anhand der vorgegebenen Kategorien zu bewerten, was angesichts der Vielzahl erstklassiger Einsendungen keine leichte Aufgabe war. Neben dem ästhetischen Eindruck, der Idee und dem Design gingen



die Qualität von Druck und Verarbeitung, die Wertigkeit, sowie die Marktrelevanz in das Votum der Jury ein.

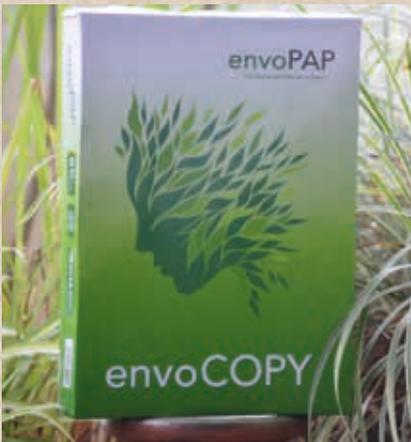
Die Jury-Mitglieder

Sabine Baumstark, Zarbock Media GmbH & Co. KG
 Hannah Bender, Influencerin - hannaodras
 Gerlinde Braun, PBS-Fachhandel
 Anja Deparade, Pfennigpfeiffer Handelsgesellschaft mbH
 Annette Dombrowski, Verlag Chmielorz GmbH
 Janet Fricke, Budni Handels- und Service GmbH & Co. KG
 Marcella Fiuman, Deutsche Post AG
 Nicole Horlitz, Soennecken eG
 Doris Kastenhofer, Kuwopa Kastenhoferges. m.b.h.

Matthias Köhn, Galeria Karstadt Kaufhof GmbH
 Ferdinand Münch, PBS-Fachhandel
 Bernd Münster, Familia Handelsmarkt GmbH & Co. KG
 Susanne Rick, H. Hugendubel GmbH & Co. KG
 Juliane Rück, Messe Frankfurt GmbH
 Christian Schmidt, Prisma Fachhandels AG
 Lena Seyther, Bloggerin - Kreativliebe
 Rita Thebelt, K+K Klaas & Kock B.V. & Co. KG

Nachhaltiges Büro – so wird der Arbeitsplatz „grüner“

Die Verbraucher werden immer umweltbewusster und legen Wert auf Nachhaltigkeit. Die Hersteller und Lieferanten der PBS-Branche bieten inzwischen zahlreiche umweltfreundliche Alternativen für das grüne Büro an. Wir präsentieren hier eine kleine Auswahl an nachhaltigen Produkten.



Büropapier aus Zuckerrohr und Reis

EnvoCopy ist ein neues Papier und revolutioniert weltweit die Papierindustrie, da es aus landwirtschaftlichen Resten (hauptsächlich aus gepresstem Zuckerrohr sowie gepresstem Reis, Weizen, Schilf) hergestellt wird. Diese Abfälle wurden bislang verbrannt. Envocopy haucht diesen Abfällen ein „zweites Leben“ ein. Auf diese Art und Weise muss keine einziger Baum mehr für die Herstellung von Papier bzw. Karton gefällt werden. Envocopy ist zu 100 Prozent recycelbar, kompostierbar, im Meer und biologisch abbaubar und als energiesparendes Produkt zertifiziert. Sein CO₂ Abdruck ist deutlich günstiger als Zellstoff basierte Papiere und entsprechende Recyclingpapiere. Preislich bewegt sich das Produkt auf Level von Recycling Kopierpapieren.

www.envopap.com

Gelschreiber aus PET-Pfandflaschen

Beim „Bottle 2 Pen Gel“ von Pilot trägt sich der Nachhaltigkeitsansatz bis ins Produktdesign: Das Gehäuse hat die Anmutung einer transparenten Wasserflasche, da für die Herstellung unter anderem recycelte PET-Pfandflaschen verwendet werden. Darüber hinaus kooperiert Pilot seit Anfang 2021 mit der Umweltorganisation „TerraCycle“, die Plastikmüll in maritimen Naturgebieten sammeln. Den von dort bezogenen Kunststoff setzt das Unternehmen ebenfalls für die Herstellung des B2P ein, sodass dieser zu 89 Prozent aus recycelten Rohstoffen (exkl. Verbrauchsmaterial) besteht. Bereits nach dreimaligem Nachfüllen mit den verfügbaren Ersatzminen reduziert sich die CO₂-Belastung im Vergleich zum Kauf der entsprechenden Menge neuer B2P Gel um weitere 51 Prozent.

www.pilotpen.de



Langlebiger Abfallcontainer

Der „Brute“ wurde als benutzerfreundliches Abfallmanagement-Tool konzipiert, das auch den anspruchsvollsten Umgebungen standhalten kann. Die spezielle Struktur beinhaltet einen verstärkten Boden und eingebaute Rippen am Rand. Das „Brute“-Design ist auf Langlebigkeit ausgelegt. Diese Langlebigkeit macht den Container zu einer äußerst nachhaltigen Abfallmanagementoption. Dank der am Rand integrierten Schlitze können Müllsäcke schnell und hygienisch eingehängt und ausgetauscht werden. Vier integrierte Lüftungskanäle sorgen für Luftzufuhr im gesamten Container und erleichtern das Herausheben der Müllsäcke um bis zu 80 Prozent. Die abgerundeten, verstärkten Griffe helfen beim Greifen und machen das Anheben und Tragen des „Brute“ so einfach wie möglich.

www.rubbermaid.eu/de/



„greener@work“ Recycling-Kollektion

Gestern Blumentray, heute Organizer: Die Maul „greener@work“ Recycling-Kollektion sorgt für Ordnung und spart wertvolle Ressourcen. Echte Klassiker von Maul: Rundbox, Klammern- und „mauly“-Spender sowie Klemmbrett, schadstoffarm und 100 Prozent sozialverträglich gefertigt in Deutschland. In intensiven Tests haben Kunststoff-Spezialisten das Material ausgeklügelt, um nachhaltige, farbenfrohe, aber vor allem stabile und langlebige Recycling-Produkte zu entwickeln. Die Kollektion ist aus über 90 Prozent wiederaufbereitetem Post-Consumer-Kunststoff. Alle bei der Produktion entstehenden Kunststoffabfälle werden dem Fertigungskreislauf wieder zugeführt. Verpackt wird in Kartons aus nachhaltiger Forstwirtschaft oder Folie aus Post-Industriellem Recycling-Material.

www.maul.de

Haftnotizen in Papier verpackt

Die Weltneuheit: Für noch mehr Umweltfreundlichkeit und Nachhaltigkeit hat Global Notes eine innovative Verpackungslösung für Haftnotizen entwickelt. Die beliebten brillanten „inFO Notes“ im Sechser Pack werden ab Herbst 2021 in einer hochtransparenten Papierverpackung angeboten. Dabei wird nicht nur komplett auf Folie verzichtet, sondern auch Verpackungsmaterial eingespart, indem die einzelnen sechs Blöcke nicht einzeln verpackt sind. Die Haftnotizen selbst sind aus FSC zertifizierten Papieren und mit einem hauseigenen lösemittelfreien und wasserbasierenden Kleber hergestellt. Das Verpackungspapier ist genau wie die Haftnotizen vollständig recycelbar und kann problemlos im Altpapier entsorgt werden.

www.globalnotes.de

To-Go-Becher aus biobasiertem Material

Ein echtes Leichtgewicht unter den To-Go-Bechern ist der klimapositive „bioloco plant deluxe Cup“ (420 ml). Mit seinen 200 Gramm und der eleganten Form liegt er gut in der Hand und kommt in 20 stylischen Designs. Er ist aus PLA, einem biobasierten Material hergestellt, das aus Pflanzenzucker gewonnen wird. Folglich ist er recycelbar und industriell kompostierbar. Das Produkt enthält 0 Prozent Melamin und 0 Prozent BPA. Es ist bis 140° C hitzebeständig, spülmaschinen- 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





4-in-1-Kugelschreiber aus Bio-Kunststoff

Vierfarbkugelschreiber mit den Schreibfarben schwarz, rot, blau und grün. Die Gehäusefarbe dunkelblau/hellblau oder weiß/cyan. Der Take 4 bietet die perfekte 4 in 1 Lösung zum Planen, Organisieren und Strukturieren. Mithilfe der farbigen Drücker kann man schnell und komfortabel zwischen den einzelnen Schreibfarben wechseln und behält dabei alles im Blick. Die Viscoglide-Technologie sorgt für weiches und gleitendes Schreiben, Strichstärke M. Das Gehäuse ist umwelt- und ressourcenschonend hergestellt und besteht aus 92 Prozent recyceltem Kunststoff. Der Vierfarbkugelschreiber ist mit der Take 4 Refill-Mine nachfüllbar. Das reduziert den Abfall und sorgt immer wieder für neuen Schreibspaß. Alle vier Schreibfarben sind dokumentenecht nach ISO 12757-2.

www.schneiderpen.com



Recycling-Serie „Karma“

Whiteboard aus nachhaltigem Kreislauf

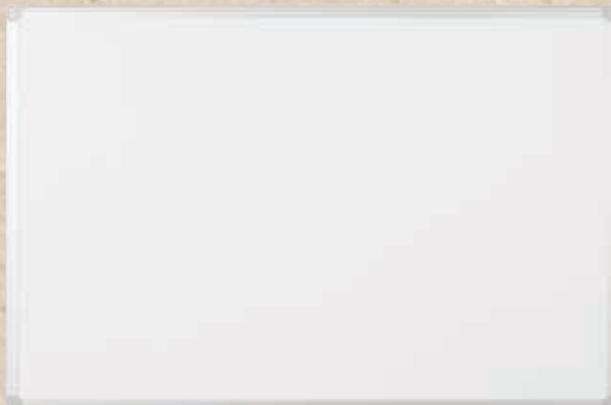
Bi-Office Whiteboards „Earth“ mit Cradle-to-Cradle (C2C)-Zertifizierung, Silberlevel, derzeit weltweit die Whiteboards mit dem höchsten C2C-Zertifizierungsniveau. Whiteboard mit Aluminiumrahmen und Sitzteablage und in den Oberflächen nicht magnetisch lackierter Stahl und emailliert und in allen verschiedenen üblichen Größen erhältlich. Das „Earth“ Whiteboard ist in einer Produktkategorie mit wachsender organischer Nachfrage die perfekte Antwort auf den derzeitigen Trend der Unternehmen umweltfreundlich zertifizierte Produkte einzukaufen. C2C Zertifizierungskategorien sind Materialzustand der Komponenten, Recyclingfähigkeitsgehalt der Komponenten des Produkts, erneuerbare Energie zur Herstellung des Produkts, Wassermangel der Fabrik und soziale Fairness innerhalb der Organisation.

www.bi-silque.com

www.bi-office.com

Mit Schrank-Set, Systembox, Briefablage, Stehsammler und Papierkorb sorgt die stabile Eco-Linie Karma von HAN für nachhaltige Übersicht und Ordnung am Arbeitsplatz. Seit 2006 wird die Produktserie hauptsächlich aus Post-Consumer Recycling-Kunststoffen (bereits benutzte Kunststoffprodukte) gefertigt. Sie steht heute mehr denn je für einen zukunftsweisenden und verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen. Das B2B-orientierte Karma-Programm, bisher kombinierbar in den drei Farben blau, grau und schwarz, wurde aktuell um die attraktiven Farben öko-grün und öko-rot sowie um einen Köcher und weitere Schubladenbox-Varianten erweitert. Die Karma-Produkte tragen das Umweltzertifikat „Blauer Engel“. Nachhaltigkeit ist ebenso bunt und vielfältig wie die Farb- und Produktauswahl.

www.han-online.com





Umweltschonende Kabelführung

Bereits in 2020 hat Dataflex seine „Addit.“ Kabelführung auf den Markt gebracht. Diese verfügt nicht nur über ein gutes Design, sie schont auch die Umwelt. Die Kabelführung ist komplett modular aufgebaut, besteht aus 100 Prozent recyceltem PP und wird lokal in den Niederlanden produziert. Dataflex traf diese Designentscheidungen, um den ökologischen Fußabdruck des Produktes auf ein Minimum zu reduzieren. Durch die lokale Herstellung bleibt Dataflex flexibel und behält die Kontrolle vom ersten Entwurf bis zum fertigen Produkt in eigener Hand. Somit kann auch in kleinen Mengen produziert werden, um somit den Kundenwünschen entgegenzukommen. Neben den Standardfarben: Schwarz, Grau und Weiß ist die Kabelführung auch in jeder gewünschten RAL-Farbe bestellbar.

www.dataflex-int.com/de



„the green“ aus recyceltem Kunststoff

Um die Lebensbedingungen künftiger Generationen zu verbessern, engagiert sich Helit für eine saubere Umwelt. Die neue „the green“ Serie ist mit dem Umweltzeichen „Blauer Engel“ zertifiziert und garantiert höchste Ansprüche an Umwelt-, Gesundheits- und Gebrauchseigenschaften. Die farblich aufeinander abgestimmte Serie ist in den Varianten Rot, Blau, Grün, Grau und Schwarz erhältlich. Sie besteht aus einer Briefablage, einem Stehsammler, einem Multikocher, einer Schubladenbox und einem Papierkorb. Die eingesetzten Rezyklate (mindestens 80 Prozent Post-Consumer Material) waren gestern vielleicht noch Teil einer Verpackung - heute haben sie eine neue Zukunft.

www.helit.de



Buchkalender mit „Blauem Engel“

Der Buchkalender „Blauer Engel“ mit 392 Seiten sowie einer Kalendereinteilung: Ein Tag - eine Seite, trägt das Umweltzeichen „Blauer Engel“ und ist „Made in Germany“. Bei der Papierherstellung aus Altpapier werden im Vergleich zur Herstellung von Frischfaserpapieren Ressourcen geschont sowie weniger Abwasser, Wasser und Energie verbraucht. Fertigerzeugnisse aus Recyclingpapier mit dem Umweltzeichen „Blauer Engel“ garantieren, dass die Papierfasern der Produkte aus 100 Prozent Altpapier gewonnen werden. Bei der Herstellung sind zudem der Einsatz von Chlor, optischen Aufhellern oder halogenierten Bleichmitteln verboten. Zusätzlich dürfen die Produkte zu höchstens fünf Prozent aus anderen Materialien wie z. B. Kunststoff oder Metall bestehen.

www.neumann-verlage.de



Experten für Datensicherheit

Hochsensible Daten müssen zuverlässig geschützt, absolut sicher und nicht rekonstruierbar vernichtet werden. Die Ideal High-Security-Shredder sind seit 70 Jahren dafür die perfekte Lösung. An der Marke Ideal kommt man bei höchsten Sicherheitsanforderungen keinesfalls vorbei.

Wenn es darum geht, Sicherheit und Geheimhaltung nachhaltig zu gewährleisten, ist die Verantwortung nicht delegierbar, sondern liegt allein beim Verursacher. Datenlecks aufgrund falscher Dokumenten-Entsorgung bzw. wieder rekonstruierter Daten stellen vielfach eine Existenzbedrohung dar oder sind zumindest mit großen Problemen und Risiken verbunden. Deshalb muss intern ideal vernichtet werden.

Ideale Profis für stärkste Verteidigung

Hochsensible Informationen sind in vielen Branchen zu finden. So enthalten Akten von Behörden oder Nachrichtendiensten, Bilanzen, Strategiepapiere, Konstruktions-, Forschungs- und Entwicklungsunterlagen oder Patente überaus brisante Daten. Diese müssen nach ihrer Verwendung absolut sicher und unwiederbringlich vernichtet werden. Dafür sind Ideal High-Security-Shredder seit Jahren im Markt führend, denn sie sorgen auch bei allerhöchsten Sicherheits-

anforderungen für lückenlosen Datenschutz. Darauf vertrauen auch Geheimdienste, Ministerien, Botschaften, Institutionen wie Bundeswehr, Polizei, die US Army sowie höchste Regierungsstellen auf der ganzen Welt, die zum festen Kundenkreis der Ideal High-Security-Shredder zählen. Denn damit werden nicht nur Daten, sondern vor allem auch Menschen und Werte geschützt. Die Ideal Hochsicherheitsgeräte machen den täglichen Umgang mit solch sensiblen Dokumenten außerordentlich komfortabel und vermitteln ein Gefühl höchster Sicherheit. Von dieser Verlässlichkeit und Sorgenfreiheit profitieren nicht nur die Kunden, sondern auch die Handelspartner. Denn diese müssen sich beim Einsatz der Ideal Hochsicherheitsgeräte bei ihren Kunden keine Gedanken machen, dass es Probleme gibt, sondern können entspannt auf deren erprobten Einsatz und langjährig zuverlässigen Betrieb vertrauen. Und dies gilt neben den Hochsi-

cherheitsgeräten ebenfalls für die gesamte Ideal Aktenvernichter-Range.

Rationell, leistungsstark - und kompromisslos sicher

70 Jahre Erfahrung und Kompetenz in der Entwicklung und dem Bau machen die High-Security-Geräte, aber auch der weiteren Aktenvernichter-Range, so hochwertig und nachhaltig. Die Ideal-Shredder werden komplett in Deutschland entwickelt und produziert. Das ganzheitliche Qualitätsverständnis beginnt bereits bei der Entwicklung, geht über den Einkauf von Rohmaterialien und endet bei der strikten, finalen Abnahme der fertigen High-Security-Aktenvernichter. Damit sind neben umfassender Sicherheit ebenfalls höchste Präzision, maximale Leistungsfähigkeit und dauerhafte Zuverlässigkeit nachhaltig garantiert. Denn hierbei macht der Qualitäts-Hersteller keinerlei Kompromisse - gemäß dem Motto „Gut, besser, Ideal“. Der kraftvolle Motor und die perfekt abgestimmten Komponenten arbeiten jahrzehntelang unverwüstlich sowie präzise - und dies auch im harten Dauerbetrieb. Garant für die ideale Zerkleinerung sind dabei die hochwertigen Messerwellen aus gehärtetem Spezialstahl. Dank ihrer extremen Leistungsstärke bringen die Ideal-Aktenvernichter auch die nötige Power mit, wenn es darum geht, große Mengen an brisanten Dokumenten sicher zu vernichten. Eine durchdachte Konstruktion bildet zusammen mit einer sorgfältigen Verarbeitung die Grundlage für höchsten Datenschutz - tendenziell für das restliche Leben. Sollte ein Gerät doch mal einen Defekt haben, kann es problemlos repariert werden und auch eine Ersatzteilverfügbarkeit bis zu 15 Jahre über das Produktverkaufsende hinaus ist garantiert. Last but not least sind die Ideal-Geräte von der Entwicklung bis zum Recycling nachhaltig konzipiert - damit sie neben Daten auch Ressourcen schützen.

www.ideal.de/high-security



Auf die Ideal High-Security-Shredder „Made in Balingen“ vertrauen Unternehmen, Regierungen und Organisationen auf der ganzen Welt. Den Handelspartnern stehen Marketingpakete und Aktionen zur Verfügung.



Die Indeed 3-D-bewegliche Rückenlehne setzt auf minimalen Materialeinsatz und maximale Funktion.



Indeed erhält Auszeichnung

Raffiniert konstruiert, ergonomisch anspruchsvoll, smart design und dazu noch ressourcenschonend produziert: Der Indeed hat die hochkarätige internationale Jury überzeugt. Der von Inhouse-Designer Rüdiger Schaack entworfene Dauphin-Bürodrehstuhl erhält den German Design Award 2022 „Winner“.

Eine ausgeklügelte Bauweise, die wertvolle Ressourcen spart, umweltschonende Materialien und ein harmonisches Design: Beim Indeed stehen Nachhaltigkeit und Leichtigkeit im Mittelpunkt. Gleichzeitig ist es Dauphin-Designer Rüdiger Schaack gelungen, einen Bürostuhl zu gestalten, der sich dank schlanker Silhouette behutsam in den (Home-) Office-Kontext einfügt und ansprechende Optik sowie ergonomische Funktionalität miteinander vereint. Dafür wurde der neue Dauphin-Bürodrehstuhl jetzt mit dem German Design Award 2022 „Winner“ ausgezeichnet.

Schaack hat den Details viel Aufmerksamkeit gewidmet und auch weniger offensichtliche Elemente elegant ausgearbeitet, etwa den Rückenlehnenträger. „Hier gibt es Lichtkanten, die ähnlich wie beim Automobil-Design in der Fläche verschwinden“, erklärt er. Ergänzt werde die schlanke Optik durch einen formschlüssigen Übergang vom Rückenlehnenträger zum Rücken. „Uns war wich-

tig, einen Stuhl zu entwickeln, dessen Designsprache nicht zu expressiv wird“, fasst Schaack zusammen.

Ergänzt durch eine 3-D-bewegliche Rückenlehne und klar ausgearbeitete ergonomische Bedienelemente setzt Indeed auf minimalen Materialeinsatz und maximale Funktion. Dank seiner ergonomisch anspruchsvollen Eigenschaften trägt Indeed bereits das renommierte Gütesiegel „Geprüft & empfohlen“ der Aktion Gesunder Rücken (AGR).

Wert auf Nachhaltigkeit wird auch bei der Wahl des Polstermaterials für Indeed gelegt: So besteht der in vielen Farben verfügbare Bezugsstoff Tonal zu 99 Prozent aus recycelten PET-Flaschen. Je nach Ausführung - mit NetZRücken oder gepolsterter Lehne - stecken so bis zu 14 recycelte PET-Flaschen in einem Indeed-Stuhl. Der Dauphin-Bürodrehstuhl trägt nicht nur den German Design, sondern inzwischen auch den Iconic Award 2022.



Raumlufttool ION-Cloud desk von Bosse.

„Special Mention“ für Bosse

Nicht nur der Dauphin Indeed wurde mit dem German Design Award gewürdigt, auch das Raumlufttool ION-Cloud desk der Dauphin-Marke Bosse, das durch den Einsatz von Negativ-Ionen für ein hygienisches Raumklima sorgt, erhält eine „Special Mention“ des Rats für Formgebung.

www.dauphin.de
www.bossecube.com

Der richtige Umgang mit personenbezogenen Daten

Obwohl viele Aufgaben heute digital abgewickelt werden können, gibt es immer wieder vertrauliche Dokumente, die auch im Homeoffice in gedruckter Form vorliegen. Dazu bietet Dahle den perfekten Aktenvernichter, der auch zu Hause für eine ordnungsgemäße Vernichtung von Daten sorgt.

Sind die vertraglichen Rahmenbedingungen für die mobile Arbeit erst einmal geklärt und die Möglichkeiten der Arbeit außerhalb des Büros mit dem Arbeitgeber vereinbart, gilt es, die entsprechenden Voraussetzungen zur Sicherstellung des Datenschutzes und der Informationssicherheit auch bei der Arbeit von zu Hause zu schaffen.

Während die technischen Aspekte oft mit der Unterstützung der IT-Abteilung geklärt und umgesetzt werden können, stellt sich auch bei der mobilen Arbeit die Frage: Wie ist mit ausgedruckten Unterlagen umzugehen? Dabei sollte auch die Entsorgung der Arbeitsunterlagen einmal kritisch betrachtet werden. Klar ist, sensible Daten gehören in unzerkleinerter Form auf gar keinen Fall in den Hausmüll oder die Papiertonne. Denn auch das „Löschen“ und „Vernichten“ von personenbezogenen Daten fällt unter die Datenschutzgrundverordnung. Erst nachdem die Informationen unkenntlich gemacht wurden, dürfen auch personenbezogene Daten oder interne Dokumente entsorgt werden.

Der PaperSafe 420 (Abb. rechts) ist der Leistungsträger, wenn es um Datensicherheit geht.



Mit den Modellen der Serie PaperSafe bietet die Dahle eine breite Produktpalette, die sich perfekt für die Anwendung direkt am Schreibtisch eignet.

Der Dahle PaperSafe 260 ist der perfekte Begleiter im Homeoffice. Mit der Sicherheitsstufe P-4, einer Leistung von bis 12 Blatt und einem Auffangbehälter mit einem Volumen von 25 Litern können auch im Homeoffice sensible und vertrauliche Daten sicher vernichtet werden. Alle Geräte der Serie punkten mit weiteren Komfortfunktionen wie der

Mehr zum Thema Datenschutz im Homeoffice lesen Sie auf dem Novus Dahle Online Magazin: www.novus-dahle.com/magazin/datenschutz-im-home-office.html

automatischen Start-Stopp-Funktion, dem Stand-by-Betrieb, der optischen Füllstandsanzeige und dem integrierten Überhitzungsschutz.

Der PaperSafe 420 ist der Leistungsträger, wenn es um Datensicherheit geht. Mit der Sicherheitsstufe P-5 können sogar geheimzuhaltende Daten - zum Beispiel Strategiepapiere - fachgerecht entsorgt werden. Ob für professionelle AnwenderInnen im Homeoffice oder in kleineren Teambüros, der Dahle PaperSafe 420 sorgt für noch mehr Sicherheit und Gelassenheit bei der Aktenvernichtung.

Fazit: Datenschutzrisiken können mit dem richtigen Aktenvernichter auch im Homeoffice minimiert werden. Werden Papier und andere Datenträger fachgerecht vernichtet, besteht kein Grund zur Sorge um Datenmissbrauch oder den Zugriff von Unbefugten auf personenbezogene Daten.

www.novus-dahle.com



Im Homeoffice perfekt ausgestattet - mit den Geräten der Dahle PaperSafe Serie wie z. B. mit dem Modell 260.

Neues Rechnersortiment vorgestellt

Eine komplette neue Rechner-Familie wird ab sofort unter der Marke Maul erhältlich sein. Die Serie ersetzt die bisherigen Rechner der Citizen Systems, die das Sortiment Ende letzten Jahres eingestellt haben.

Präzision, Design und Zuverlässigkeit - damit punkten die Rechner, bei denen Maul zudem konsequent Wert auf hohe Qualität gelegt hat. Die Palette reicht vom kompakten Taschenrechner über Modelle für den Vertrieb, beispielsweise mit Steuerberechnungs-Funktion, bis zum ergonomisch ausgereiften druckenden Rechner für den kaufmännischen Bereich. Ziel war es, attraktive Produkte zu marktgerechten Preisen anzubieten, das ist gelungen. Mit aktuell 19 Modellen werden die meisten der Anforderungen aus dem Markt erfüllt. Weitere Modelle wie beispielsweise besonders nachhaltige „greener@work“-Rechner sind bereits in Planung.

Bei der Zusammenstellung der Produkte macht sich die Erfahrung von Maul in den Bereichen Technik, Elektronik und Kunststoffverarbeitung bezahlt. So wurde auch die Materialbeschaffenheit des Gehäuses und der Tasten genau geprüft, um eine langlebige Anwendung zu gewährleisten. Die Solarzellen wurden ebenfalls getestet, hier nutzt das Unternehmen aus Bad König seine umfangreichen Erfahrungen aus der Solarwaagen Produktion.



Die Firma Maul präsentiert ab sofort ein neues Rechner-Sortiment.

Alle Rechner (bis auf den druckenden) können solarbetrieben verwendet werden und sind damit besonders energiesparend, das passt zu den Nachhaltigkeitszielen des Odenwälder Familienunternehmens. Auf alle Tisch- und Taschenrechner wird eine Garantie von fünf Jahren gewährt.

www.maul.de

Sekretär fürs Homeoffice

Müller Small Living fertigt hochwertig gestaltete Möbel, die auch auf begrenzter Wohnfläche viel Platz zum Leben schaffen und dabei vielfältige Möglichkeiten der Nutzung bieten. Bestes Beispiel dafür ist der ultraflache Sekretär Flatemate, mit dem der Berliner Designer Michael Hilgers 2012 den Sekretär quasi neu erfunden hat. Denn mit seiner minimalen Tiefe von gerade einmal 122 Millimetern ist das Möbel ein wahres



Der Sekretär Flatemate ist in vielen verschiedenen Oberflächen erhältlich.

Raumwunder, das ideal fürs Homeoffice geeignet ist. Flatmate besitzt im geschlossenen Zustand eine Grundfläche von lediglich 0,09 Quadratmetern und dürfte damit der kleinste voll ausgestattete Arbeitsplatz am Markt sein. Durch seine geringe Bautiefe und seine schlichte unauffällige Gestaltung macht der Sekretär sogar solche Räume sinnvoll nutzbar, die für konventionelles Mobiliar ungeeignet sind. Das Möbel passt damit in jede noch so kleine Wohnung und ist gleichzeitig optimal geeignet für mobil lebende Nutzerinnen und Nutzer.

Der Sekretär Flatemate ist in vielen verschiedenen Oberflächen erhältlich. Er verfügt über eine große, stabile Arbeitsplatte mit einer Größe von 420 x 710 mm. Die hochwertigen Klappenhalter garantieren dabei ein langsames, gedämpftes Herabsenken der Arbeitsplatte. Zusätzlichen Komfort bietet die umfangreiche Innenausstattung, die neben einer blendfreien LED-Beleuchtung und einer versteckten Steckdosenleiste mit USB-Anschlüssen auch Stauraum für Ordner sowie praktische Ablagefächer für traditionelle Schreibgeräte oder fürs Tablet umfasst. Ebenfalls im Lieferumfang enthalten ist ein dreiteiliges Ordnungssset (Pad-Halter, Briefständer, Ablage) aus pulverbeschichtetem Metall, das sich flexibel an der Rückwand einhängen lässt.

www.muellermoebel.de



Der Papiergroßhändler Antalis verarbeitet pro Tag über 1100 Bestellungen in seinem Lager in Frechen.

KI-gestützte Software steuert die Bestellverarbeitung

Antalis setzt für sein Auftragsmanagement eine KI-basierte Software von Evy Solutions ein. Der Großhändler verschafft seinen Vertriebsmitarbeitern mehr Zeit für die Kundenberatung. Ein manueller Auftrag dauerte bislang circa vier Minuten - die Software erledigt das in 15 Sekunden.

Der Papiergroßhändler Antalis verarbeitet pro Tag über 1100 Bestellungen in seinem Lager in Frechen. Einen Auftrag manuell zu bearbeiten, dauerte bislang circa vier Minuten. Die KI-basierte Software von Evy Solutions schafft das hingegen mithilfe einer intelligenten Automatisierung in durchschnittlich nur 15 Sekunden - eine Zeiteinsparung von über 90 Prozent.



IT-Systemadministrator Rouven Bartmann, Antalis Deutschland: „Bestellungen verarbeiten in nur 15 Sekunden statt vier Minuten.“

Das Besondere an der Lösung von Evy Solutions ist ihr KI-gestützter, textbasierter Ansatz, dank dem sich auch aus unstrukturierten Daten relevante Informationen herauslesen und klassifizieren lassen, sprich - der Lösung ist es egal, an welcher Stelle im Text die wichtigen Informationen stehen. Kunden profitieren dadurch - je nach Einsatzszenario - von einem Automatisierungsgrad von nahezu 100 Prozent sowie von circa 90 Prozent an Kosten- und Zeitersparnis bei der Dokumentenverarbeitung.

Bei Antalis ist die Software seit September 2020 im Auftragsmanagement im Einsatz. Mittlerweile nicht nur deutschlandweit, sondern auch am Schweizer Standort des Unternehmens. IT-Systemadministrator Rouven Bartmann erinnert sich an die Zeit vor der Einführung: „Bevor wir Evy Solutions im Einsatz hatten, hat sich ein Mitarbeiter die neue Bestellung aus dem Eingangsordner geschnappt, sie ausgedruckt und dann manuell in unser SAP-System eingegeben.“ Vom Bestelleingang bis zu dem Zeitpunkt, ab dem die Bestellung im System sichtbar war, dauerte der Vorgang bis zu vier Minuten.

Darüber hinaus war die manuelle Bearbeitung fehleranfällig.

Heute dauert der ganze Prozess - dank der Automatisierung durch die Software - nur noch circa 15 Sekunden und sieht aus wie folgt: Die Software Evy Xpact liest aus den Bestellungen - meist PDF- oder Office-Dateien, aber auch reine E-Mail-Texte - die für die Bearbeitung des Auftrags nötigen Positionen aus. Dazu zählen unter anderem Mengen-, Artikel- und Kundennummer. Lässt sich etwa keine Kundennummer finden, sucht die Lösung stattdessen automatisch nach der Umsatzsteuer- und ermittelt mit Hilfe einer hinterlegten Tabelle daraus die Kundennummer. Sollte auch keine Umsatzsteuer- und Umsatzsteuer-Nummer angegeben sein, ist auch das kein Problem, die Software ermittelt diese dann anhand der Lieferantenummer.

Sind alle auftragskritischen Angaben geklärt, liest die Software als nächstes automatisch die Lieferadresse sowie den Liefertermin aus, gefolgt von den Daten zur Bestellung selbst, wie etwa Bestellnummer, Bestellname sowie Artikelnummer und Mengeneinheit. Auch

hier gibt es einige Fallstricke zu beachten. Ein Beispiel: Der Kunde bestellt drei Stück eines bestimmten Artikels, meint damit aber keine Einzelpositionen, sondern Kartons oder Rollen, die er in seinem System als Stück angelegt hat. Hier muss die Lösung die richtige Mengeneinheit identifizieren. „Wir haben dazu eine Matching-Tabelle in Evy Xpact hinterlegt, die aus der Bestellhistorie für jeden Kunden die jeweils korrekten Mengeneinheiten parat hält“, erläutert Bartmann. Für den Fall, dass die Software im Validierungsprozess fehlende Angaben identifiziert, die sie nicht selbst ersetzen kann, schickt sie automatisch eine Fehlermeldung, und die Bestellung wird manuell bearbeitet.

Die fertig ausgelesene Bestellung wird dann in die bestehende EDI (Electronic Data Interchange)-Lösung hochgeladen. Dort werden die Daten von Mitarbeitern so aufbereitet, dass sie sich im Anschluss in SAP weiterverarbeiten lassen. „Dieser Schritt ließe sich theoretisch ebenfalls über die Lösung abbilden, aber wir haben uns entschlossen, das intern zu machen, da wir so flexibler sind, was die weitere Verarbeitung für verschiedene Abteilungen und Länder betrifft“, erklärt Bartmann.

Selbstlernende Künstliche Intelligenz

Was die Einführung und weitere Entwicklung der Software betrifft, meint Bartmann: „Wir hatten uns dafür keinen festen Zeitrahmen gesteckt, sondern wollten uns Zeit nehmen, um langsam an eine automatisierte Auftragsannahme mit KI heranzugehen, was für uns komplettes Neuland war.“ Doch dann ging alles einfacher und schneller als gedacht. „Wir konnten mit der Lösung binnen nur weniger Wochen live gehen. Bereits nach vier Wochen verarbeitete die Software die erste Bestellung exakt so, wie wir sie gebraucht haben“. Am Anfang hatte sich die IT-Abteilung von Antalis drei, vier Test-Kunden herausgepickt, mittlerweile laufen die Bestellungen mehrerer 100 Kunden reibungslos über die Software, und es kommen pro Monat zehn bis 20 neue Fälle hinzu, die für die Lösung in Frage kommen. Lediglich Aufträge von Kun-



Antalis, einer der weltweit führenden Großhändler für Papier, Verpackungslösungen und visuelle Kommunikationsmittel, beschäftigt allein in Deutschland 200 Mitarbeiter.

den, die keine Stammdaten wie etwa Artikelnummer mitschicken, kommen für eine Umstellung auf die Software nicht in Frage.

Transparente Preisgestaltung

Gefragt, was ihm an der Lösung besonders gut gefällt, nennt Bartmann den Trainingsmodus der Software, den Anwender mit Hilfe diverser Schlagworte über das Frontend ganz einfach selbst erweitern und verwalten können. Ein Beispiel ist die Bestellnummer: „Es gibt Kunden, die schreiben Bestellnummer oder aber Bestell-Nummer, Bestellnr. etc. Mittlerweile haben wir dem System antrainiert, über 30 verschiedene Varianten zu erkennen. Und wenn das Antalis-Team darüber hinaus Anpassungswünsche hat, so werden diese vom Hersteller immer rasch umgesetzt. Evy unternimmt immer sofort etwas, wenn es einmal irgendwo hakt und entwickelt die KI beständig weiter, so dass sie Dokumente immer noch präziser analysieren kann“, weiß Rouven Bartmann.

Aus finanzieller Sicht wiederum fällt bei Antalis das sogenannte Pay-Per-Use-Modell positiv auf. Das bedeutet, dass Kunden neben einer monatlichen Nutzungsgebühr nur für jeweils das Dokumentenvolumen bezahlen, was benötigt wird. Dadurch entstehen auch keine zusätzlichen Kosten für das Onboarding von Dokumenten neuer Partner oder Kunden. Trotz aller Vorteile hat die Umstellung im Vertrieb, dessen Aufgabe u. a. die Auftragsverarbeitung ist, auch etwas Überzeugungsarbeit gebraucht. „Anfänglich gab es von dem einen oder anderen Mitarbeiter durchaus Vorbehalte gegen die Lösung, ver-

bunden mit der Angst, bald überflüssig zu werden“, erklärt Bartmann. Aber ein klares Statement der Geschäftsführung dazu, dass mit der Lösung keinerlei Arbeitsplätze eingespart werden sollen, sondern diese ihnen im Gegenteil die Arbeit erleichtert, indem sie monotone Tätigkeiten übernimmt, und Zeit schafft für hochwertigere Arbeiten wie etwa Beratungsgespräche, überzeugte die Mitarbeiter schnell von den Vorteilen der Automatisierung.

Neue Anwendungsfelder

Antalis ist sich der Bedeutung von KI für Unternehmensprozesse bewusst und setzt auf innovative Lösungen, die sowohl die Effizienz der Zusammenarbeit mit Kunden als auch der internen Abläufe erhöhen. Digitalisierung ist ein wichtiger strategischer Faktor, den das Unternehmen fokussiert - sei es mittels KI-Unterstützung im Auftragsmanagement, durch Partnerschaften mit dem Software-Unternehmen Zaikio für effizientere Kundenbestellungen oder mit einem konsequenten, kundenfreundlichen Ausbau des eigenen Webshops.

Antalis beabsichtigt in Zukunft noch weitere Geschäftsprozesse über die Evy Xpact abzuwickeln. „Aktuell nutzen wir die Lösung nur für die Bestellverarbeitung, aber wir haben noch viele weitere Ideen. So sollen auch die Wareneingangslieferscheine oder Rechnungen von unseren Dienstleistern in Zukunft über Evy Xpact abgewickelt werden“, sagt Bartmann. Ein weiteres Ziel ist es, die Auftragsverarbeitung der Lösung, länderübergreifend auf die komplette Antalis-Gruppe auszurollen.

www.antalis.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
Internet: 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



Titelbild: Faber-Castell

Geschäftsführung
Dipl.-Ing. Ralf Zarbock



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



Sabine Baumstark / sab
Telefon 0 69 / 42 09 03-85
Schule, Freizeit, Papeterie, Grußkarten
sabine.baumstark@zarbock.de



Anzeigendisposition und Verkaufsleitung
Nadine Vosseler
Telefon 0 69 / 42 09 03-72
nadine.vosseler@zarbock.de



Mediaberatung
Armin Schaum
Telefon 0 69 / 42 09 03-55
armin.schaum@zarbock.de



Erscheinungsweise:
Monatlich. Zusammenlegung einzelner Hefte zu Doppelheften vorbehalten.

Bezugspreise
Einzelheft - außerhalb des Abonnements - 11,- Euro (inkl. MwSt.) zuzüglich Versandkosten. Jahresabonnement 109,- 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. 52 vom 1.11.2021/55. 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



17. Mai 2022
Soennecken Generalversammlung, Köln
www.soennecken.de

7. bis 11. Juni 2022
didacta, Köln
www.didacta-koeln.de

18. Juni 2022
Büroring Generalversammlung
www.bueroring.de

5. bis 6. Juli 2022
duoSymPos, Berlin
www.duo.de

9. bis 11. Juli 2022
TrendSet, München
www.trendset.de

23. bis 25. Juli 2022
Nordstil, Hamburg
nordstil.messefrankfurt.com

3. bis 5. September 2022
ILM Edition #156, Offenbach
www.ilm-offenbach.de

14. bis 16. September 2022
EK LIVE Herbstmesse, Bielefeld
www.ek-messen.de

5. bis 7. Oktober 2022
Insights-X, Nürnberg
www.insights-x.com

25. bis 29. Oktober 2022
Orgatec, Köln
www.orgatec.de

23. bis 25. November 2022
Big Buyer, Bologna
www.bigbuyer.info

14. bis 16. Januar 2023
Nordstil, Hamburg
nordstil.messefrankfurt.com

18. bis 20. Januar 2023
EK LIVE Frühjahrsmesse, Bielefeld
www.ek-messen.de

3. bis 7. Februar 2023
Ambiente - Creativeworld - Christmasworld, Frankfurt am Main
www.consumergoods-frankfurt.com

4. bis 6. Februar 2023
ILM Edition #157, Offenbach
www.ilm-offenbach.de

Juni-Juli 2022

- Gruß- und Glückwunschkarten
- Hits für Kids
- Green Office & Bürotechnik-Trends
- Produktwelt Ergonomie: Fit am Schreibtisch, Gesundheit & Hygiene

Die nächste Ausgabe des PBS Report erscheint am: 27. Juni 2022

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

MAUL



STÄDTLER



LEITZ



NAVIGATOR



AMOS

Steupel & Schilder



ONLINE

Germany - since 1991



FABER-CASTELL
since 1762



**schreib
kultur**



Schule OK!

Alles für Schüler



LAMY

Design. Made in Germany.



IDEAL

pure air. pure life.



Pentel



avg Der
Grüßkartenverband





FABER-CASTELL
since 1761

Write your own future!



Die neue
Grip Edition Glam

www.faber-castell.de



#writeyourownfuture