

pbsreport.de | Juni-Juli 2019

pbsreport

magazin für büro & papeterie

12 | Händler des Monats

Büromaschinen
Dettlinger in Freiburg

26 | Stabilo

Stiftesparte unter
neuer Führung

32 | Axro

Eine solide
Sortimentsarbeit

40 | AVG

Grußkartenmarkt
im Fokus

Deine Dinge

Stempel

Alles stempeln – Alles finden!



Trodat – Der Stempel zum Markieren „Deiner Dinge“

Viele Eltern kennen das Problem: Ihr Kind kommt nach Hause von Schule, Training oder Kita, und es fehlen Kleidungsstücke, Brotdose oder andere Dinge. Trodat hat mit dem „Deine Dinge Stempel“ eine Lösung, mit der Bestempeln und Markieren aller „Deiner Dinge“ möglich ist. **Mehr ab Seite 34.**

BIG BUYER

24th edition

The international B2B
Exhibition of Stationery,
Office, BtS, Creativity
and Gifts items

Bologna - Italy
13.14.15
NOVEMBER 2019

www.bigbuyer.info

The best of International Brands and the Excellence of Made in Italy

- 2020 new products preview
- Qualified Buyers
- High-quality Conferences and Workshops
- Great discounts on Hotels and Travel
- Free entrance



Via Pordenone 13 - 20132 Milan (Italy) - T. +39 02.2158021
epieffe@epieffe.com | www.epieffe.com



Datenschutz bleibt ein Dauerthema

Seit fast einem Jahr gilt die EU-Datenschutz-Grundverordnung. Unternehmen und Organisationen haben dadurch unter anderem erweiterte Informationspflichten, müssen Verarbeitungsverzeichnisse für Personendaten erstellen sowie Datenschutz schon in Produktionsprozessen berücksichtigen. Aus Sicht des Digitalverbands Bitkom gibt es positive Effekte durch die DSGVO, aber weiterhin auch großen Nachbesserungsbedarf. So bestehen aus Bitkom-Sicht nach wie vor große Rechtsunsicherheiten in der Anwendung der Verordnung. Insgesamt habe die Datenschutz-Grundverordnung die Wirtschaft nachhaltig verändert. In der Praxis fühlen sich viele Unternehmen laut Bitkom zunehmend von Datenschutzregeln ausgebremst. So sehen drei von vier Unternehmen (74 Prozent) Datenschutzerfordernungen als die größte Hürde beim Einsatz neuer Technologien.

Für die PBS-Branche, zumindest für Händler und Lieferanten von Aktenvernichtern, ist die DSGVO nach wie vor ein lukratives Geschäft. Eigentlich erstaunlich, dass laut einer Studie von Leitz Acco Brands (Seite 43) 71 Prozent der Unternehmen ihren Datenschutz immer noch nicht auf die physische Vernichtung von Papierunterlagen angepasst haben. Jeder Papierkorb ist damit praktisch eine potenzielle Gefahr, gegen die DSGVO zu verstoßen. Insgesamt sind aber Abmahnungen und Bußgelder bisher die Ausnahme geblieben. Das ist natürlich kein Grund, sich in Sicherheit zu wiegen. HSM hat beispielsweise in Großbritannien ein IT-Unternehmen beim Umzug in ein neues Firmengebäude mit einer DSGVO-konformen Komplett-Lösung ausgestattet (Seite 44). Kreativ waren auch die Marketingexperten bei Ideal. Mit einer Sommer-Kampagne unterstützt der Balingener Aktenvernichter-Hersteller seine Fachhandels-Partner, um auch die letzten DSGVO-Nachzügler mit Superkräften aus der Reserve zu locken.

Eine weitaus wichtigere Rolle spielt das Thema Datenschutz bei der Digitalisierung. Hier haben die IT-Experten aus der PBS-Branche die Chance, sich künftig als Dienstleister bei ihren Kunden zu positionieren. Die Genossenschaften entwickelten für ihre Mitglieder gerade entsprechende Strategien, um „auf die zusätzliche Aufgabenstellung reagieren zu können“ (Büroring eG, Seite 16). Bei der Soennecken eG ist diese im Kern konsequenterweise „eine Digitalisierungsstrategie“ (Seite 18).

Dass Tradition kein Bremsklotz sein muss, das zeigt unser Händler des Monats in Freiburg (Seite 12). Das Fachhandelsgeschäft Büromaschinen Dettlinger hat im Rahmen eines Ladenumbaus für seinen Standort eine ganz individuelle Strategie entwickelt. Das beweist erneut, der stationäre Handel hat Zukunft, wenn er etwas unternimmt und sich immer wieder neu erfindet.

Viel Spaß beim Lesen dieser Ausgabe.






Juni-Juli
2019

12 Händler des Monats

Büromaschinen Dettlinger in Freiburg blickt auf eine fast 95-jährige Firmengeschichte zurück. Neben dem Streckengeschäft führen Cordula und Stephan Löffler noch zwei Lädengeschäfte. Kürzlich wurde das Hauptgeschäft komplett umgestaltet.



16 Moderne Genossenschaft

Dortmund war in diesem Jahr der Austragungsort für das PBS-Forum 2019, die Generalversammlung der Büroring eG sowie der Jahrestagung Büroforum 2000 vom 9. bis 11. Mai. Die Lieferanten präsentierten sich erstmals mit neuen Themenwelten.

Inhalt

Editorial

- 3 Datenschutz bleibt ein Dauerthema

Szene

- 7 Meldungen aus der Branche

Handel und Forum

- 12 Händler des Monats – Büromaschinen Dettlinger in Freiburg
16 Büroring eG – Moderne Genossenschaft
18 Soennecken eG – Digitalisierungsstrategie auf Sylt vorgestellt
21 Iden-Gruppe – Logistikcenter verstärkt Führungsspitze

Unternehmen und Profile

- 22 Duo schreib & spiel – duoSymPos 2020 mit verändertem Konzept und Termin
22 Fellowes – IGR Gütesiegel
23 HP – Norbert Höpfner verlässt das Unternehmen
23 ELO/Datev – Kooperation bei Digitalisierung
24 Insights-X – Namhafte Unternehmen unter den Ausstellern

- 26 Stabilo International – Unter neuer Führung
29 Balma, Capoduri & C. – Nachhaltige Produktion
30 TrendSet – Magische Momente
32 Jan Träger, Axro, im Interview – Solide Sortimentsarbeit

Titel

- 34 Trodat – Der Stempel zum Markieren „Deiner Dinge“

Sortimentsfragen?
Vom Standard bis zu neuen Sortimentskonzepten – wir zeigen Ihnen den Weg.

Steffens
Handelsberatung

Heketweg 14 · 52223 Stolberg
Tel. +49 2402 25389
Fax +49 2402 25402
kontakt@handelsberatung-steffens.de
www.handelsberatung-steffens.de

Anzeige



18 Digitalisierungsstrategie vorgestellt

Mit einer Umsatzsteigerung von 14 Prozent gegenüber dem Vorjahr ist die Soennecken eG auch 2018 deutlich gewachsen. Generalversammlung und Soennecken Impuls waren am 20. und 21. Mai mit 330 Teilnehmern auf Sylt außerordentlich gut besucht.

Papeterie und Lifestyle

- 36 Stefan Meyer – Die Grußkarte als Erfolgsfaktor
- 38 Lyra – Klein, aber oho!
- 38 Räder – Zauberhafte Grüße
- 39 ABC Glückwunschkartenverlag – Magische Momente
- 40 AVG – Grußkartenmarkt im Fokus

Büro und Technik

- 42 Ideal – Superhelden der Sicherheit
- 43 Leitz – In jedem Papierkorb lauert Gefahr
- 44 HSM – Lösungen für den Datenschutz
- 46 Hygiene – Richtig reinigen im Büro

Digital Business

- 48 Einzelhandel – Generation 60 plus entdeckt Online-Handel
- 49 Bitkom – Logistik beschleunigt die Digitalisierung

Obligatorisches

- 50 Impressum
- 50 Termine

nordstil

Regionale Ordertage Hamburg

27. – 29. Juli 2019

Ankerplatz für Ihren Erfolg.

So gehen Ihnen die besten
Ideen für die kommende
Saison ins Netz:

- 1 Auswahl sichten bei rund 800 Ausstellern in vier Produktbereichen.
- 2 Impulse fischen in Live- und Trendpräsentationen, Expertenvorträgen und auf Themen-Arealen – von angesagten Lifestyles bis hin zu Markt-Infos.
- 3 Gewinnbringendes Sortiment ordern für Ihr gutes Geschäft im norddeutschen Einzelhandel.

Infos, Tickets und Newsletter:
nordstil.messefrankfurt.com

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





Lars Fischer ist neuer Sales Director bei Undercover

Die Undercover GmbH hat den Vertrieb umstrukturiert und benannte hierzu mit Lars Fischer erstmals einen Sales Director. Er verantwortet seit dem 2. Mai die Vertriebsaktivitäten im GSA-Gebiet und leitet das Key Account Team sowie den Vertriebsinnendienst. Zuvor war Lars Fischer bereits in der Lizenzbranche bei Disney sowie bei anderen Markenartikelunternehmen tätig. Zusätzlich wird Fischer Kunden von Stephanie Schreiber übernehmen, die das Unternehmen zum 31. Mai 2019 verlassen wird.

Ein weiterer Neuzugang ist Joris Van Dongen, der seit dem 1. April die Funktion des Sales Director Benelux übernommen hat. Aus Amsterdam wird er die Weichen für den Ausbau der Exportaktivitäten stellen. Joris Van Dongen war zuvor unter anderem für Sambro und andere Lizenzfirmen tätig.

Michael Fortdran ist sich sicher: „Joris von Dongen und Lars Fischer verfügen jeweils über eine langjährige Expertise im Vertrieb. Mit Ihnen werden wir den Erfolg unseres Unternehmens weiter vorantreiben.“ Sowohl Lars Fischer, als auch Joris von Dongen berichten in ihren Positionen als Sales Director an Michael Fortdran, Geschäftsführer.

www.undercover-germany.de



Thomas Bona hat den Verband der PBS-Markenindustrie verlassen

Der langjährige Geschäftsführer Thomas Bona (61) hat den Verband wie angekündigt zum Monatsende April 2019 aus gesundheitlichen Gründen verlassen. Er organisierte schon die beiden Vorgängerverbände Altenaer Kreis und PBS Industrieverband seit 1998 in Düsseldorf und war maßgeblich an deren Zusammenführung zum Verband der PBS-Markenindustrie in 2014 beteiligt.

Thomas Bona hatte die Gründung des neuen Verbands als konsequente Antwort auf die Branchenentwicklung vor fünf Jahren mitgestaltet. Die wichtigen Branchenprojekte Schreibwarenzeichen, PBS-Ehrenkodex, Office Gold Club und Wettbewerb „Produkt des Jahres“ waren unter seiner Regie entstanden. Die vielseitige Vernetzung und die über die Branche hinausgehenden Kontakte wird der gewählte Vorstand weiterführen, solange die Nachfolge noch aussteht.

„Unser Dank gilt Thomas Bona, der sich in den vergangenen 21 Jahren kompetent und mit viel Elan für den Meinungs- und Erfahrungsaustausch in der PBS-Industrie engagiert hat. Gerade in der Phase der Zusammenführung der Verbände haben wir als In-

dustrieunternehmen mit unseren teils sehr unterschiedlichen Strukturen und Strategien sehr von seiner offenen und verbindenden Art profitiert“, sagte Verbandsvorstand Thorsten Strepelhoff. „An die Arbeit von Thomas Bona möchten wir gerne anknüpfen, um die PBS-Markenindustrie mit ihren Werten, ihrem Selbstverständnis und ihren Zielen als renommierte und starke Interessenvertretung unserer Branche in die Zukunft zu führen. Dabei geht es uns auch weiterhin um den konstruktiven Austausch von Industrie und Handel“, ergänzte Vorstandsmitglied Torsten Jahn.

Der Verband der PBS-Markenindustrie organisiert die Interessen von derzeit 45 marktrelevanten Marken der PBS-Industrie. Die mitarbeitenden Firmen verfügen über einen angemessenen Bekanntheitsgrad und über eine überdurchschnittliche Marktbedeutung in ihrem jeweiligen Produkt- und Sortimentsbereich.

www.pbs-markenindustrie.de



Wo finden Sie die Trends für das moderne Büro?

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



Ingram Micro

Erfolgreiche 20. TOP in München gefeiert

Rund 135 Hersteller und 4.500 Teilnehmer strömten am 21. Mai ins MOC München zur TOP 2019 – Die ITK-Messe. Auch in seinem 20. Jahr bot das hochkarätige Branchentreffen von Ingram Micro auf insgesamt 10.000 Quadratmetern Fläche spannende Produktneuheiten, innovative Technologien der Zukunft, fesselnde Vorträge und Workshops zu ITK-Trendthemen sowie jede Menge Möglichkeiten für persönlichen Austausch und intensives Networking.

Alexander Maier, Vice President and Chief Executive Germany von Ingram Micro, zeigte sich sehr zufrieden mit der diesjährigen Jubiläumsmesse: „Seit 20 Jahren ist die TOP eine wichtige Plattform, um die technologische Vielfalt, Innovationskraft und Leistungsfähigkeit der ITK-Branche zu zeigen. Auf der TOP 2019 haben wir die Chancen und großartigen Perspektiven der Digitalen Transformation in ihrer gesamten Bandbreite erlebt – und



Alexander Maier, Vice President and Chief Country Executive Germany, während seiner Ansprache zum 20. Jubiläum der TOP.

wie diese im Schulterschluss mit starken Partnern in einem veränderten Marktumfeld erfolgreich genutzt werden können. Das durchweg positive Feedback des Fachpublikums bestätigt uns in unserer Ausrichtung als Full Service Provider. Wir werden diesen

Weg konsequent weiter beschreiten, Zukunftsthemen weiter ausbauen und unsere Partner nachhaltig darin unterstützen, Wertschöpfung aus den neuen Themen zu generieren.“

www.ingrammicro.de

Pilot Pen

Kreativ-Kampagne zum Thema „Festival-Style“

Bis in den Herbst hinein sind Festivals eines der Top-Themen bei Teens und jungen Erwachsenen. Vor allem im Kreativbereich bieten sich hier vielfältige Möglichkeiten, die der Schreibgerätehersteller Pilot für eine aufmerksamkeitsstarke Kampagne mit Fokus auf die Kreativmarker Pintor nutzt.

Neben neuen DIY-Anleitungen zum Festival-Trend startet Pilot eine interaktive Gewinnaktion auf pilot-kreativ.de/festival, die durch Maßnahmen wie Influencer-Kooperationen, Advertorials in reichweitenstarken Print- und Online-Medien sowie Live-Kommunikation für ein direktes Produkterlebnis begleitet wird.



„Neben den Musik-Acts steht bei Festivals vor allem der Lifestyle im Vordergrund. Individuelle Outfits und Accessoires gehören hier natürlich dazu. Mit unserer Kreativ-Kampagne zeigen wir daher, wie man Pintor für die Gestaltung des perfekten Festival-Styles nutzt und sprechen damit gezielt die Zielgruppen Teens und junge Erwachsene an“, er-

klärt Folia Tzanidakis, Marketingleitung bei Pilot Pen Deutschland. Noch bis 14. Juli ruft Pilot im Zuge einer interaktiven Mitmachaktion dazu auf, ein Foto eines selbstgestalteten Festival-Pieces auf www.pilot-kreativ.de/festival hochzuladen und mit etwas Glück einen von 25x Eventim-Gutscheinen im Wert von 150 Euro oder eines von 50x coolen Festival-Sets mit Pintor-Markern, Turnbeutel, Kreativ-Vorlagen und weiteren Überraschungen zu gewinnen. Neben der Gewinnaktion finden die User auf pilot-kreativ.de auch jede Menge Schritt-für-Schritt-Anleitungen und Video-Tutorials, die als kreative Inspiration dienen.

www.pilotpen.de

Papier Union

Neue Internetseite

Ebenso vielfältig wie das Sortiment der Papier Union ist auch die Zielgruppe des bundesweit agierenden Großhandelsunternehmens. Damit Kunden, Lieferanten und Partner künftig noch komfortabler und schneller an die gewünschten Informationen über Produkte und Services kommen, hat die Papier Union nun ihre Web-Präsenz unter www.papierunion.de komplett überarbeitet und präsentiert sich damit frisch und modern.

Übersichtlichkeit, eine einfache Navigation, Responsive Design und vor allem der schnelle Weg zum richtigen Ansprechpartner sind die Vorteile der neuen Webseite, die seit Anfang Mai online ist. Ganz neu sind zum Beispiel die Suche auf der Startseite sowie die zentralen Service-Rufnummern, die ebenfalls von der Startseite aus erreichbar sind.

Die einzelnen Produktbereiche – von Papier und Karton über grafischen Druckzubehör und Verpackungslösungen bis hin zu Produkten für den Großformatdruck – sind übersichtlich gestaltet und leiten den Besucher bei Interesse in den angebotenen Webshop weiter, wo alle detaillierten Produktinformationen und Datenblätter abrufbar sind und das gewünschte Papier direkt online bestellt werden kann. Umfangreiche Infos zu allen Services der Papier Union und Wissenswertes rund ums Drucken runden das Online-Angebot ab.

Die technische Basis für die neue Web-Präsenz bildet das CMS Typo 3, das für Stabilität, Verlässlichkeit und Aktualität der Webseite sorgt.

www.papierunion.de

InterES

Pro Büro & Kopier neues Mitglied

Das Fachhandelsunternehmen Pro Büro & Kopier GmbH mit Sitz in Dortmund ist seit 1. Mai Mitglied der Kooperation InterES. Pro Büro & Kopier, vertreten durch die Geschäftsführer Dipl.Ök. Hans-Peter Podszuk, M.A. Monika Podszuk und LL.M. Christian Podszuk, war bisher langjähriges Mitglied der Soennecken eG in Overath und ist dort zum 31. März ausgeschieden.

Die Firma Pro Büro & Kopier ist ein bekanntes PBS-Filialunternehmen in Nordrhein-Westfalen und dort an 24 Standorten mit mehr als 40 Filialen vertreten. Die Belieferung der Ladengeschäfte erfolgt vorwiegend vom eigenen Lager in Dortmund aus. Hierfür stehen insge-

samt rund 3000 Quadratmeter in eigenen Räumlichkeiten zur Verfügung. Die bei der InterES gelisteten Lieferanten wurden über diesen Neuzugang bereits informiert. Da auch eine Parallel-Mitgliedschaft bei der idee+spiel Fördergemeinschaft Spielwaren in Hildesheim besteht, werden die beidseitig gelisteten Lieferanten von der Pro Büro & Kopier derzeit auch individuell noch informiert, die ZR-Abrechnung auf die InterES zu verlagern. InterES-Geschäftsführer Wolfgang Möbus erklärte dazu: „Die InterES freut sich über den Zuwachs in eigenen Reihen und auf ein erfolgreiches Miteinander.“

www.inter-es.de

www.probuero-gmbh.de

Der Klebstoff mit Geschichte...

Coccina Klebestift

Coccina Weiße Klebstoff-Paste

MANDELDUFT

MADE IN ITALY

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 - FAX +39 0383 41164

e-mail: info@zenithbc.com - www.coccina.it

Tendence

Bestens vorbereitet mit zahlreichen Services

Anreise planen, sich auf dem Gelände zurechtfinden, passende Geschäftspartner treffen – ein Messebesuch ist bestenfalls mit einer gründlichen Vorbereitung verbunden. Um aktiv zur erfolgreichen Teilnahme von Ausstellern und Besuchern beizutragen, bietet die Messe Frankfurt erneut ein breites Angebot an Services sowie hilfreiche Vorabinformationen an.

Exklusiv für Besucher der Tendence hält die Messe Frankfurt in Kooperation mit der Frankfurt Hotel Alliance auch in diesem Jahr wieder ein preiswertes Übernachtungspaket bereit: Schon ab 79 Euro pro Nacht kann man in ausgewählten 4-Sterne-Hotels in fußläufiger Entfernung zum Messegelände übernachten. Frühstück, Willkommensdrink und WLAN sind im Preis inbegriffen. Genutzt werden kann das Angebot bei Bedarf auch mit einer weiteren Verlängerungsnacht, um nach der Tendence auch die Konferenz „Pioneers of Lifestyle“ zu besuchen oder ausführlich die Stadt Frankfurt zu erkunden.

Bei einem modernen Messebesuch gehen analog und digital



mittlerweile perfekt Hand in Hand. Wie das funktionieren kann, demonstriert die App „Tendence Navigator“, welche seit Mitte Mai im App Store und Google Play Store kostenlos heruntergeladen werden kann. Ob auf dem Smartphone oder Tablet – die App eignet sich hervorragend als mobiles Nachschlagewerk, hilft bei der Orientierung auf dem Gelände und informiert über Events, Messe-News sowie vieles mehr.

Praktisch: Auf dem Gelände der Messe Frankfurt surfen Besucher während der Tendence kostenlos im messeeigenen WLAN. Für stö-

rungsfreie und jederzeit verfügbare Bandbreite steht zusätzlich ein kostenpflichtiger Premium-Zugang zur Verfügung. Empfehlenswert sind auch die Social-Media-Auftritte der Tendence auf Facebook und Twitter, der Tendence-Newsletter sowie ein ausführlicher Besuch der Tendence-Internetseite. Auf letzterer finden Besucher nützliche Informationen zur Vorbereitung und solche, die vor Ort unverzichtbar sind. Wer Zeit und Geld sparen will, kann seine Tendence-Dauerkarte zum vergünstigten Preis von 23 Euro bereits vorab online erwerben. Die Reisepakete der Deutschen Bahn sind ebenfalls im Online-Shop erhältlich. Informationen zu Anreismöglichkeiten und Haltestellen des öffentlichen Nahverkehrs im Umkreis des Messegeländes finden Besucher in der Rubrik Planung & Vorbereitung.

Die Tendence 2019 findet vom 29. Juni bis 1. Juli statt und hat folgende Öffnungszeiten: 29. und 30. Juni von 9 bis 18 Uhr sowie am 1. Juli von 9 bis 17 Uhr.

www.tendence.com

Exacompta

Biella-Übernahme wurde vollzogen

Die Übernahme der Biella-Neher Holding AG (Biella) durch Exacompta steht kurz bevor. Mit der Erfüllung der Angebotsbedingungen und der Zahlung des Angebotspreises kann der Kauf nun vollzogen werden.

Mit Medienmitteilung vom 14. März haben Exacompta und Biella-Neher Holding AG (Biella) gemeinsam bekannt gegeben, dass die beiden Unternehmen eine

Transaktionsvereinbarung unterzeichnet haben, gemäss welcher Exacompta ein öffentliches Kaufangebot für alle ausstehenden und sich im Publikum befindenden Namenaktien von Biella zu einem Preis von CHF 4607 in bar pro Aktie unterbreitet hat.



Der Vollzug des Kaufangebots (d.h. die Zahlung des Angebotspreises) wurde gemäss der am 16. Mai publizierten Mitteilung aufgeschoben. Alle Angebotsbedingungen sind nun erfüllt und das Kaufangebot kann vollzogen werden. Die Zahlung des Angebotspreises für die angedienten Biella Aktien erfolgt mit Valuta am oder um den 23. Mai 2019.

exacomptacloirefontaine.com
www.biellagroup.com



Kai Holtkamp, Bereichsleiter Streckenhandel bei Soennecken

Starkes Expertennetzwerk

Mit mehr als 200 Nutzern ist die virtuelle Soennecken Community das stärkste digitale Expertennetzwerk der PBS-Branche. In ihr arbeiten, lernen und kommunizieren insbesondere die Verkäufer der Mitglieder, wann, wo und wie sie wollen. Begleitet werden sie zu jeder Zeit von einem kompetenten Trainerteam aus Soennecken- und Industrieexperten. Sie geben Impulse, beantworten Fragen oder stehen für On-Demand-Trainings zur Verfügung.

Branchenwissen, Informationen zu neuen Produkten und Sortimenten, ein Nachschlagewerk zu allen Themen rund um den PBS Markt und aktuelle Statistiken und Wettbewerbsinformationen – all das können die Verkäufer aus dem Innen- und Außendienst abrufen.

Entscheidend für den Erfolg der kostenlosen Community ist jedoch nicht nur die Information, sondern insbesondere der Austausch untereinander.

„Niemand weiß, was er kann, bis er es probiert hat“, steht auf einer der virtuellen Impulskarten, die die Trainer regelmäßig in den Raum stellen. Eine Teilnehmerin nimmt den Impuls auf und postet ein Beispiel aus ihrem Praxi-

salntag zur kreativen Kundenansprache. Sie freut sich über positives Feedback und die anderen Teilnehmer über den Denkanstoß über den Tellerrand hinaus. So funktioniert Community: Im Dialog miteinander und voneinander lernen, einfach mal so zwischendurch.

Begonnen hat das Netzwerk 2017 als Idee für nachhaltige Kommunikation zwischen Teilnehmern der Soennecken Akademie. Seither wurde es immer weiterentwickelt und ist stark gewachsen. Es begleitet und sichert den nachhaltigen Trainingserfolgs der Soennecken Außendienst- und Telefonakademie – und es macht Spaß.

Im Sommer wird die Community auf die Plattform des sozialen Netzwerks Yammer umziehen. Ab dann können die Teilnehmer auch mit ihren mobilen Geräten kommunizieren.

„Mit der Community geben wir den Mitgliedern einen Raum, miteinander in Interaktion zu treten und über unser Trainerteam neue Impulse und praxisrelevante Verkaufstipps zu erhalten“, sagt Kai Holtkamp, Bereichsleiter Streckenhandel bei Soennecken.

www.soennecken.de



ABC

...für Dich

Kunst- und Glückwunschkarten
A. Boss + Co AG

CH-3322 Schönbühl · www.abc-cards.ch

Willkommen bei Dettlinger



Die Firma Dettlinger blickt stolz auf die Familiengeschichte. Sie steht nun in Verbindung mit einem neuen exklusiven Angebot.

**HÄNDLER
DES MONATS**

Aus der Tradition eine Tugend gemacht

Büromaschinen Dettlinger in Freiburg blickt auf eine fast 95-jährige Firmengeschichte zurück. Neben dem Streckengeschäft führen Cordula und Stephan Löffler noch zwei Ladengeschäfte. Kürzlich wurde das Hauptgeschäft komplett umgestaltet.

Ein Freiburger „Bobelle“ ist man nur, wenn man in Freiburg geboren und anschließend mit Dreisamwasser getauft wurde. Oder wer in die Bächle in Freiburgs Innenstadt tritt, muss dann einen waschechten Freiburger „Bobelle“ heiraten.

Diese Sprüche kennen die Einheimischen zur Genüge. Spätestens wer die Stadt in Südbaden am Fuße des Schwarzwaldes einmal besucht hat und sich länger als ein paar Stunden dort aufgehalten hat, bekommt den „Bobelle“-Spruch im Zusammenhang mit Bächle zu hören. Diese sind in den meisten Straßen und Gassen der Stadt zu finden. Sie gelten als Wahrzeichen Freiburgs. Die Bächle weisen insgesamt eine Länge von über 15 Kilometern auf. Gespeist werden sie mit Wasser aus der Dreisam.

Fast beiläufig kommt Stephan Löffler, Geschäftsführer vom Büromaschinen Dettlinger GmbH in Freiburg, darauf zu sprechen, weil sich das Ladengeschäft in der Freiburger Innenstadt befindet und der „Bobelle“ natürlich jetzt noch eine ganz andere Rolle spielt. Dazu aber später etwas mehr, denn passiert ist in der ersten Hälfte des Jahres 2019 bei Familie Löffler nämlich bereits eine ganz Menge.

Mit fast 95 Jahren Erfahrung hat sich das Unternehmen Dettlinger, gegründet 1925 als Büromaschinen Dettlinger von Anna und Fridolin Dettlinger, zu einem weit über Freiburg hinaus bekannten Fachgeschäft für Bürobedarf und Schreibwaren entwickelt. Vor 25 Jahren übernimmt Stephan Löffler das Unternehmen von seinen Eltern. Ein Jahr später ist er Grün-

dungsmitglied der Bürologistik GmbH & Co. KG, Northeim und Mitglied im Bürologistik-Verbund (Marketibueroboss.de). Als familiengeführtes Unternehmen haben Stephan und Cordula Löffler gemeinsam mit ihren Mitarbeitern die Kunden von Anfang an durch hohe Zuverlässigkeit und individuelle, fachkundige Beratung rund um die Beschaffung von Büromaterial überzeugen können. Diese Kundenorientierung ist auch heute noch ihr Markenzeichen. Heute gehören zum Unternehmen zwei Ladengeschäfte (Freiburg und Breisach) sowie der gewerbliche Zweig (bueroboss.de/dettlinger), der von Stephan Löffler geleitet wird. Ehefrau Cordula führt das Ladengeschäft in der Freiburger Eisenbahnstraße – grob gelegen zwischen Bahnhof und Schwabentor.



Der Kunde wird mit viel Licht begrüßt und erlebt optisch ein viel größeres Angebot als vor dem Umbau.



Die Inhaber von Dettlinger Büromaschinen, Stephan und Cordula Löffler, glauben an die Zukunft des stationären Handels. Sie haben ihr Konzept für das Freiburger Ladengeschäft dem Trend der Zeit angepasst.

Anzeige

**TRENDIGE MINIS
MINI-PREIS, MAXI-ERFOLG!**

GIOTTO Mini-Radiergummis in trendigen Pastell- und Neonfarben. Dazu **GIOTTO Stilnovo Spitzer**: Ideale Back to School Artikel. Im praktischen und dekorativen Pot mit jeweils 120 Stück.

LYRA Germany A **FIL** GROUP COMPANY

GIOTTO
MIT FARBE GROSS WERDEN

www.lyra.de



Das Interieur wurde erneuert, das Sortiment konzentriert sich neben der Papeterie auf Geschenkartikel und Schreibgeräte.

Anfang März dieses Jahres wurden die Türen nach einem Ausverkauf für ganze zehn Tage geschlossen. Ein umfangreicher Umbau der 160 Quadratmeter großen Ladenfläche unter der Federführung von Maier Shopdesign stand an. Vorausgegangen war dieser lang geplanten Aktion eine umfangreiche Kundenbefragung. Das Traditionsunternehmen – insbesondere das Ladengeschäfte – sollte dadurch wieder neuen Schwung erfahren. Cordula und Stephan Löffler fühlten sich herausgefordert und stellten sich der schwierigen Aufgabe.

Herausgekommen ist dabei ein Ladengeschäft mit einer modernen Einrichtung. Ein wichtiges Ele-

ment, das für den Wohlfühlcharakter sorgt, ist die LED-Beleuchtung. Der helle Ladenraum wirkt nun viel großzügiger und lädt die Menschen zum Verweilen ein. Unterstrichen wird dies noch durch farbenfrohe Pendelleuchten, die zusammen mit dem vorhandenen Deckenlicht zum atmosphärischen Beleuchtungskonzept gehören.

Der Kassenbereich wurde durch eine aufwändige 3D-Schieferstein-Optik aufgewertet – eine Reminiszenz an den Schwarzwald. Ebenso erhielt der Boden eine Laminat-Klicksystem in klassischer Holzaustrführung.

Fortgesetzt wurde dieser Stil an vorhandenen Präsentationsmö-

Unternehmensangaben

Firmenname: Büromaschinen Dettlinger GmbH
Geschäftsführung: Stephan und Cordula Löffler

Ort: Freiburg
Mitarbeiter: 7 (Ladengeschäft Freiburg)
Angebot: Büro- und Schulbedarf, Geschenke, Lifestyle-Artikel, Kreativprodukte, Papeterie und Karten
E-Mail: dettlinger@bueroboss.de
Internet: www.dettlinger-freiburg.de



Die „Bobelle“-Artikel gibt es nur bei Dettlinger. Geschenkideen nicht nur für Einheimische, sondern auch für die zahlreichen Besucher, die jedes Jahr nach Freiburg kommen.

beln, die farbenfrohe und rustikale Verblendungen sowie auffällige Schriftzüge erhalten haben. „Wir haben versucht auch vorhandenes Material einzubinden und sind daher im Rahmen unserer Kosten geblieben“, freut sich Stephan Löffler. Noch viel wichtiger aber sei gewesen, dass die beiden Inhaber am 11. März, pünktlich um 8.30 Uhr, wieder die ersten Kunden im neuen Ladengeschäft begrüßen durften.

Das Freiburger Ladengeschäft Dettlinger wird nun wieder viel stärker wahrgenommen. Verantwortlich dafür ist das veränderte Sortimentsangebot. Neben den klassischen Büro- und Papeterieartikeln, die mengenmäßig nicht mehr ganz so umfangreich in den Regalen stehen, lockt nun ein wechselndes Angebot an Geschenkartikeln die Kunden in den Laden. Das Thema Schreiben wurde erweitert und ist künftig nun ein wichtiger Sortimentsbereich mit hochwertigen Marken wie beispielsweise Graf von Faber-Castell, Lamy und Pelikan. Der Bedarf an Schulartikeln wurde – auch das ein Ergebnis der Kundenbefragung – an die Zielgruppe im Umfeld angepasst. In der Nähe befindet sich zwar ein Mädchengymnasium, aber insgesamt wenig Familien mit schulpflichtigen Kindern. „Das haben wir bei der Sortimentspflege berücksichtigt“, sagt Löffler.

Das Ehepaar wollte aber nicht ganz mit der Tradition brechen. Vielmehr haben sie daraus eine neue Geschäftsidee entwickelt und damit einen Bogen zur eigenen Familiengeschichte und der engen Verbindung zu Freiburg gespannt. Entstanden ist daraus die Idee, exklusive Produkte unter der Eigenmarke „Bobelle“ anzubieten. Sie sind nur im Laden der Löfflers erhältlich. Ein Freiburger Künstler zeichnete für das Ehepaar einige Stadtmotive wie das Freiburger Münster, die Blaue Brücke oder das Schwabentor. Diese zieren nun die Verpackungen von Pralinen, Kaffee und die Etiketten von edlen Schnäpsen („Bächle-wasser“), Weine von Freiburger Winzern sowie ein Malbuch. „Wir haben uns ‚Bobelle‘ als Wort- und Bildmarke schützen lassen“, erklärt Stephan Löffler. In Kooperation mit weiteren ortsansässigen Firmen sollen künftig weitere zum Sortiment passende Produkte aus Freiburg mit dem „Bobelle“-Schriftzug entstehen. „So haben wir aus der Bürde, ein alt eingesessenes Traditionsgeschäft zu sein, eine Tugend gemacht. Gleichzeitig sind wir uns treu geblieben und freuen uns darauf, unser stationäres Geschäft gemeinsam mit unseren Mitarbeitern in eine neue Ära zu führen“, sagt Stephan Löffler abschließend.

www.dettlinger-freiburg.de

WEIHNACHTEN MIT PICKMOTION



Fordern Sie den Weihnachtskatalog an und besuchen Sie uns auf den Messen:

Tendence 8.0 B50 | Trendset C1 C15
Nordstil A3.0 C58 | Maison&Objet



Jörg Schaefer, Vorstand



Thomas Grzanna, nebenamtlicher Vorstand



Vorstand, Aufsichtsrat und Mitarbeiter der Büroring eG präsentierten sich ebenfalls im Rahmen der Lieferantenausstellung.

Moderne Genossenschaft

Dortmund war in diesem Jahr der Austragungsort für das PBS-Forum 2019, die Generalversammlung der Büroring eG sowie der Jahrestagung Büroforum 2000 vom 9. bis 11. Mai. Die Lieferanten präsentierten sich erstmals mit neuen Themenwelten.

Mit einem Umsatz in Höhe von 36,7 Millionen Euro (nach geplanten 34,4 Millionen Euro) haben 2018 insbesondere die klassischen Warenhauptgruppen aus dem Bürobedarf an Bedeutung gewonnen. Das erste Halbjahr war geprägt von einer soliden Geschäftsentwicklung mit planbarem Saisonverlauf. Die anschließenden vier Monate waren auch von der ausschleichenden Leistungsbreitschaft eines wichtigen Großhändlers geprägt. In diesem Kontext stieg der Umsatz

insgesamt bis Jahresende um elf Prozent. Dies bescherte dem Büroring im Januar dieses Jahres mit vier Millionen Euro den umsatzstärksten Monat in der Geschichte der Genossenschaft.

„Wir haben eine moderne Genossenschaft mit klarer Sicht auf Marktveränderungen und Markterfordernisse“, mit diesen Worten eröffnete Thomas Grzanna, nebenamtlicher Vorstand noch bis Jahresende 2019, seine Bericht anlässlich der Generalver-

sammlung in Dortmund. In Haan habe man die Chance gesehen, das Wissen des nebenamtlichen Vorstands aus Sicht des Händlers einzubringen. „Deshalb haben uns auf meine operative Mitarbeiter verständigt“, erklärte Grzanna.

Bereits zum Beginn des Jahres wurde die vom Führungsteam der Büroring eG erarbeitete neue Organisationsstruktur umgesetzt. Die Aufteilung in vier Hauptverantwortungsbereiche gliedert sich prozes-





Aufsichtsratsvorsitzender Herman Kaiser (l), Karlheinz Schmidt (u.) wurde neu in den Büroring-Aufsichtsrat gewählt. Ohne Gegenstimmen wurde Bernd Zilligen als Aufsichtsrat für eine weitere Amtsperiode bestätigt.



Auf dem PBS-Forum in Dortmund präsentierte sich erstmals die neu entstandene Marketinggruppe „Office52“ rund um Bernd Vennewald (hinten links) mit neun Standorten in Deutschland.



Mobilität und Elektrofahrzeuge waren ein Publikumsmagnet auf der Lieferantenausstellung – ebenso wie der Besuch des BVB-Stadions in Dortmund.



orientiert und garantiert eine größtmögliche Flexibilität, um auf neue und/oder zusätzliche Aufgabenstellungen reagieren zu können. Die neue Leistungsstruktur mit den übergeordneten Säulen Zentralregulierung, Zentrallager und Zentraldienste bildet die Basis für die neuen Mehrwertkonzepte und somit die Grundlage die Wettbewerbsfähigkeit der Genossenschaft und der Mitglieder.

Für das laufende Geschäftsjahr rechnet der Büroring mit stagnierenden Umsätzen

in der Zentralregulierung (141 Millionen Euro) bei gleichzeitig steigenden Umsätzen im Zentrallager (38,3 Millionen Euro). Jörg Schaefers, Vorstand: „Wir gehen davon aus, dass wir 2019 einen Jahresüberschuss in Höhe von 340 000 Euro erzielen werden.“

Den freigewordenen Platz (durch den Wechsel von Thomas Grzanna in den Vorstand) wurde neu besetzt. Neuer gewählter Aufsichtsrat ist Karlheinz Schmidt, Geschäftsführer der Firma Schmidt & Kurtze (Karlstadt/Würzburg). Bernd Zilligen (Zilligen, Oebisfeld) wurde als Aufsichtsrat erneut in das Gremium gewählt.

www.bueroring.de



Digitalisierungsstrategie auf Sylt vorgestellt

Mit einer Umsatzsteigerung von 14 Prozent gegenüber dem Vorjahr ist die Soennecken eG auch 2018 deutlich gewachsen. Generalversammlung und Soennecken Impuls waren am 20. und 21. Mai mit 330 Teilnehmern außerordentlich gut besucht.

Die Soennecken eG ist auch 2018 kräftig gewachsen. „Besonders freuen wir uns über das organische Wachstum und die gute Geschäftsentwicklung unserer Mitglieder“, betonte Vorstandssprecher Dr. Benedikt Erdmann auf der Generalversammlung der Genossenschaft auf Sylt. Auch 2019 ist erfolgreich angelaufen. Die vorangehende Soennecken Impuls mit einem Strand-Festival am Sylter Ellenbogen war mit 330 Teilnehmern außerordentlich gut besucht.

Mit einer Umsatzsteigerung von 14 Prozent gegenüber dem Vorjahr ist die Soennecken eG auch 2018 deutlich gewachsen. „Wir liegen insgesamt über der allgemeinen Marktentwicklung“, kommentierte Vorstand Dr. Rainer Barth bei der

Generalversammlung. Ebenfalls gut geht es im Jahr 2019 weiter. Bis April verbuchte die Soennecken eG ein Konzern-Umsatzplus von 2,6 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum – bei LogServe sind es 13 Prozent mehr.

Mit Standing Ovationen verabschiedeten die Mitglieder den seit 2010 amtierenden Aufsichtsratsvorsitzenden Ulf Ohlmer. Der Geschäftsführer der F. Kassebeer GmbH & Co. KG in Northeim erhielt hohe Anerkennung für seine umsichtige und nachhaltige Arbeit. Zum neuen Vorsitzenden wurde Benno Lohausen gewählt, der bereits seit zehn Jahren dem Aufsichtsrat angehört. Neu in den Aufsichtsrat wurde Carla Gundlach, Geschäftsführerin der bimarkt Bürobedarfs-

gesellschaft mbH & Co. KG gewählt.

Ausführlich informierte der Vorstand der Soennecken die Mitglieder über die aktuellen Themen und zukünftigen Leistungen der Genossenschaft. Zum Einstieg betonte Vorstandssprecher Dr. Benedikt Erdmann die konsequente Ausrichtung der Strategie auf die Zukunftsfähigkeit der Mitglieder. „Im Kern ist die Soennecken Strategie eine Digitalisierungsstrategie“, sagte er. Die Bereitstellung technologischer Plattformen ermögliche es den Mitgliedern, Aufgaben abzugeben und sich stattdessen auf die Bereiche zu konzentrieren, in denen der Mensch nach wie vor Maschinen überlegen ist und bleiben wird. Eingebettet sei die Technik dabei



Bei sonnigem Himmel ging es beim Strand-Festival am Strandabschnitt „Ellenbogen“ besonders um den Teamgedanken.

stets in ein Gesamtpaket von Leistungen, die die Mitglieder individuell und effizient unterstützen.

Als technologische Plattformen stellte er SoProcure und SoLution vor. Über das erfolgreiche Soennecken-Shopsystem SoProcure liefen in 2018 über 1,4 Millionen Bestellungen von knapp 500000 Bestellern mit einem Umsatz von 218 Mil-

lionen Euro. Das auf Sylt vorgestellte Konzept stellt einerseits sicher, dass die Mitglieder auch in Zukunft auf neueste Technologie zurückgreifen können aber andererseits eine aufwändige Umstellung von Bestandskunden vermieden wird.

Das cloudbasierte Warenwirtschaftssystem SoLution entwickelt Soennecken gemeinsam mit Händ-

lern für den Einzelhandel. Die ersten Pilotanwender stellen noch in diesem Jahr um. Keimzelle für SoLution ist Ortloff. Das Geschäft gilt inzwischen als etablierter „Inkubator“, in dem zentrale Angebote für alle Mitglieder entwickelt und erprobt werden. Zu diesen gehört zum Beispiel Social-Media-Content, der stetig weiterentwickelt wird. Auch bei den Kunden funktioniert das Kon-



Toner, Tinte & Schriftbänder vom weltweit größten Produzenten von kompatibelem Druckerzubehör!



Bereits **über 200 Millionen Kunden weltweit** vertrauen auf kompatibles Druckerzubehör der Marke G&G. Die Produktion der **patentsicheren** Produkte ist nach **ISO 9001** und **ISO 14001** zertifiziert.

Bieten Sie Ihren Kunden mindestens **50% Ersparnis gegenüber dem OEM-Druckerzubehör** und ein **großes Sortiment**. Und profitieren Sie als Händler von **starken Margen!**

Werden auch Sie **G&G Handelspartner**, wir haben **für jeden POS die passende Lösung!**

Mehr Informationen unter: www.gg-image.de

Anbieter: tonerdumping.de Orth & Baer GmbH, Industriestraße 1-3, 12099 Berlin



Soennecken



Die Soennecken-Mitglieder verabschiedeten den seit 2010 amtierenden Aufsichtsratsvorsitzenden Ulf Ohlmer (3. von rechts).

zept Ortloff – sie nehmen die neuen Angebote an, der Umsatz stieg um sieben Prozent.

Der Investitionsgüterbereich, der bereits einen Umsatzanteil von rund 45 Prozent am Gesamtumsatz von Soennecken hat, wird mit neuen Konzepten für mehr Wettbewerbsfähigkeit der Mitglieder weiter gestärkt werden. Büroinrichter sollen mit der Marke „wir sind raum“ neue Kundenzielgruppen erschließen und sich zum Berater und Experten für neue Arbeitswelten entwickeln können.

LogServe hat 2018 die 150-Millionen-Grenze überschritten. Die logistische Performance ist nach wie vor ausgezeichnet. „LogServe ist damit unbestrittener Marktführer

im Großhandel unserer Branche“, sagte Vorstand Dr. Rainer Barth. Das zweite Lager in Kiel in Kooperation mit Mitglied Hugo Hamann wird planmäßig nach den Sommerferien in Betrieb gehen. Beide Lager sind auf 30.000 Artikel ausgelegt.

Bereits am Vortag der Generalversammlung trafen sich Mitglieder und Lieferanten der Soennecken zu einem besonderen Branchen-Event an einem besonderen Ort. Für die im zweijährigen Turnus stattfindende „Soennecken Impuls“ war das komplette Sylter Hotel A-ROSA exklusiv für die Genossenschaft gebucht.

Bei sonnigem Himmel ging es beim Strand-Festival am Strandabschnitt „Ellenbogen“ besonders um den Teamgedanken. Unter dem

Motto „Gemeinsam gestalten“ machten sich die Teilnehmer in Gruppen an die „Arbeit“, Sandkulpturen zu bauen, Drachen steigen zu lassen und einen Buggy- und Segway-Parcours zu meistern. Der Abend klang aus mit einer kulinarischen Erlebnisreise in der „Strandoase“.

Die Pflege des Netzwerks zwischen Händlern, Industrie und Soennecken in entspannter Atmosphäre hat lange Tradition und trifft die Bedürfnisse der Mitglieder. Die außerordentlich hohe Beteiligung mit 330 Teilnehmern von Händlern und Lieferanten spricht dafür, auch in Zukunft Arbeit und Vergnügen miteinander zu verbinden und die Zeit für Dialog und Austausch zu nutzen.

www.soennecken.de



Neu in den Aufsichtsrat wurde Carla Gundlach, Geschäftsführerin bimarkt Bürobedarfsgesellschaft, gewählt.



Matthias Koch, Iden Logistikcenter GmbH

Iden-Gruppe

Logistikcenter verstärkt Führungsspitze

Ab dem 1. Juli wird Matthias Koch die Verantwortung für Import und Logistik innerhalb der Geschäftsleitung der Iden Logistikcenter GmbH in Golßen wahrnehmen. Neben dem amtierenden Geschäftsführer, Mike Friedrich, soll Koch den Ausbau der Iden-Gruppe weiter vorantreiben.

Matthias Koch arbeitete zuletzt 15 Jahre erfolgreich bei der KIK Textilien und Non-Food GmbH als Bereichsleiter Einkauf und war u.a. für Spiel- und Schreibwaren verantwortlich. Mit dem Wechsel zur Unternehmensgruppe Iden kehrt Koch wieder zu seinen Wurzeln in den Großhandel zurück.

Bei der Bewältigung der zukünftigen Herausforderungen als Systemdienstleister und Logistiker erwartet die Iden Gruppe eine kompetente Verstärkung in den Bereichen Sortimentsbildung und kundenindividuelle Systemvermarktung.

www.iden.de

Internationale Fachmesse für
Interiors · Inspiration · Lifestyle
Messe München

TICKETS KAUFEN



shop.trendset.de

6. – 8. Juli 2019

... UND DIE TRENDS FÜR WINTER 2019.20 ENTDECKEN!

INTERIORS & LIFESTYLE FAIR AREAS

- Furniture & Lighting
- Decorations & Accessories
- Furnishings & Design Objects
- Home & Textiles
- Kitchen & Tabletop
- Food & Drink
- Gifts & Fun
- Spirituals & Souvenirs
- Christmas & Seasonals
- Floristry & Garden
- Stationery & Papery
- Office & School
- Hobbies & Toys
- Fashion & Jewellery
- Beauty & Wellness

TRENDSSET TOPIC AREAS

- TrendSet Country & Style
- TrendSet Newcomer
- TrendSet Fine Arts
- TrendSet Bijoutex

TRENDSET

6. – 8. Juli 2019



Duo schreib & spiel

duoSymPos 2020 mit verändertem Konzept und Termin

Erst Anfang Mai begegneten sich anlässlich des duoSymPos 2019 über 1000 Messegäste und 100 Aussteller auf 4500 Quadratmetern in Berlin und waren zu Gast bei Duo schreib & spiel. Jetzt hat Duo das Veranstaltungskonzept des duoSymPos verbessert und macht den Branchentreff vom 4. bis 6. Mai 2020 noch zeitgemäßer, leistungsfähiger und handelsorientierter.

Das duoSymPos zählt zu den erfolgreichsten Veranstaltungen der Schreib- und Spielwarenbranche. Die Verbandszentrale in Berlin gab jetzt bekannt, dass sich das Konzept für 2020 auf die veränderten Anforderungen der Industrie und des Handels anpasst. Ziel ist es, auch zukünftig das duoSymPos als qualitativ hochwertige Plattform zur Kommunikation zwischen In-

dustrie und Handel in den Branchen weiter zu etablieren.

2020 verändert sich das Datum und die Konstellation der Tage, der Veranstaltungsort für die Vorträge und die Messe bleibt im Hotel Estrel in Berlin. Der Messeaufbau beginnt bereits am Montag, 4. Mai 2020. Gleichzeitig können, von 8 bis 20 Uhr, angemeldeten Messebesucher im Großhandel Iden am Südkreuz mit 20 Prozent Duo-Sonderrabatt einkaufen.

Am Dienstag, 5. Mai 2020, beginnen vormittags die geschlossene Gesellschafterversammlung und im Anschluss die Hauptversammlung mit Keynote Speaker. Ab 13 Uhr wird die Duo-Messe geöffnet und ab 20 Uhr beginnt die duo-Abendveranstaltung. Am Mittwoch, 6. Mai 2020, öffnet von 9 bis 13 Uhr die Duo-Messe den zweiten Tag.

„Der wesentliche Vorteil des neuen duoSymPos-Konzeptes ist, dass alle Teilnehmer mit geringerem Zeitaufwand einen höheren Nutzen haben werden. Die Teilnehmer benötigen durch die neue Konstellation einen Tag weniger und können so Geld und Zeit einsparen. Das neue duoSymPos wird zeitgemäßer, leistungstärker und handelsorientierter ausgerichtet“, erklärt Gabriele Lubasch, GF Organisation und Verwaltung.

www.duo.de



Gabriele Lubasch,
GF Organisation und
Verwaltung.



Fellowes

IGR Gütesiegel

Lotus RT Workstation
erhielt das IGR
Gütesiegel.

Das Institut für Gesundheit und Ergonomie (IGR) zeichnet die Fellowes Sitz-Steh Workstation Lotus RT als ergonomisches Produkt aus. Die Lotus RT macht aus jedem beliebigen Schreibtisch einen dynamischen Sitz-Steh Arbeitsplatz. Die äußerst flexible Kombination aus Schwenkarm und Sitz-Steh-Workstation lässt mit dem Tri-Motion Schwenkarm die Arbeitsfläche für jede Tätigkeit – egal, ob im Sitzen, im Stehen oder während der Teamarbeit – rotieren und flexibel positionieren. Darüber hinaus beansprucht die Installation minimal wenig Platz für sich und ermöglicht gleichzeitig eine maximal verfügbare Arbeitsfläche.

Die zwei Plattformen mit Oberflächen aus hochwertigem Eschenholz furnier, wahlweise in Schwarz oder Weiß erhältlich, bewegen sich dank Wasserfall-Design in fließenden Bewegungen synchron mit dem Nutzer. Gleichzeitig behält das Kabelmanagement bei jeder Bewegung die Kabel unter Kontrolle. Die Lotus RT ist also ideal, um den Arbeitsalltag mit einem oder zwei Bildschirmen dynamisch zu gestalten.

www.fellowes.com



HP

Höpfner verlässt das Unternehmen

Norbert Höpfner hat für HP Deutschland sehr erfolgreich den Office Automation Channel – das Geschäft mit den Kopierer- und Büromaschinenpartnern in Deutschland und Österreich – aufgebaut. Jetzt hat der Manager entschieden, sich Ende Oktober 2019 aus dem aktiven Berufsleben zurückzuziehen.

„Norbert Höpfner hat die Neupositionierung von HP im A3-Druckermarkt in den letzten beiden Jahren bei HP mit seiner ausgezeichneten Fachkenntnis und seinen herausragenden Kontakten geprägt. Er steht für den erfolgreichen Übergang von Samsung und Start von HP in dieses Kundensegment. Er hat maßgeblich dazu beigetragen, das Vertrauen der Partner zu gewinnen und die Marktanteile von HP erfolgreich zu steigern“, unterstreicht Susanne Kummetz, Director Commercial Channel and Mid-market Sales bei der HP Deutschland GmbH. Norbert Höpfner wird HP auch nach Ende seiner aktiven

Tätigkeit weiter beratend zur Seite stehen. Die Nachfolge von Norbert Höpfner wird in den kommenden Wochen kommuniziert.

Für die rund 100 Partner stehen zudem Thomas Kellerhoff, Sales Lead für den Office Automation Channel Nord und Markus Nebauer, Sales Lead für den Office Automation Channel Süd als direkte Ansprechpartner zur Verfügung. Der Office Automation Channel umfasst Kopierer- und Büromaschinen-Händler, die neben dem A4-Druckerportfolio von Samsung und HP auch das bestehende Samsung A3-Portfolio vertreiben und Endkunden mit Druckdienstleistungen bedienen. Zudem sind auch die HP-Premier-Partner enthalten, mit denen gemeinsam das komplette HP A3-Portfolio angeboten wird. Kunden dieser Partner sind vor allem kleine und mittelständische Unternehmen mit einer vor allem regionalen Prägung, sowie öffentliche Kunden.

www.hp.com

ELO/DATEV

Kooperation bei Digitalisierung

Die ELO Digital Office GmbH und das Softwarehaus DATEV eG sind eine langfristige Kooperation für den Bereich Enterprise-Content-Management (ECM) eingegangen. Als neuer DATEV-Softwarepartner bietet ELO Anwendern aus Wirtschaft, Industrie und der öffentlichen Hand zukünftig eine ECM-Lösung, die sich optimal mit der DATEV-Software verzahnt. Zielsetzung ist ein gemeinsames Partnernetzwerk, bestehend aus Systemhäusern und IT-Beratungsunternehmen. Dieses soll Unternehmen, die DATEV-Lösungen im Einsatz haben, beim Einstieg in das digitale Rechnungsmanagement mit einer rechtssicheren Archivierung unterstützen.

Der Stuttgarter ECM-Hersteller erschließt mit seiner neuen Kooperation ein weiteres großes Geschäftsfeld an der Seite eines starken Partners. Der offizielle Vertriebsstart ist für Herbst 2019 geplant. Den DATEV-Anwendern steht die ELO ECM Suite dann wahlweise als On-Premise-Lösung oder als cloud-basierte Variante zur Verfügung.

www.elo.com

Zertifizierter Fachberater PBS

– Produkte kennen und verkaufen

Warenkunde und Verkaufstraining
für Laden und Strecke

Online lernen und an vier Praxistagen
gemeinsam vertiefen

 **HBS**
Handelsverband
Büro und Schreibkultur



Weitere Infos unter: Tel. 0221/9 40 83 30
hbs@wohnenundbuero.de, www.fachberater-pbs.de



Neuer Kurs 2020 in Köln
Kurszeitraum: Januar - November 2020

Namhafte Unternehmen unter den Neuaustellern

Zur Insights-X vom 9. bis 12. Oktober mit über 256 Ausstellern aus 38 Ländern hat die Spielwarenmesse eG als Veranstalter für die fünfte Ausgabe der Insights-X einige Neuerungen parat, wie die Belegung der Halle 3C und erweiterte Services.

Im letzten Jahr reisten 5.512 Besucher aus 92 Nationen zur PBS-Expo, auf der sich die Entscheider der Branche zusammenfinden – so sind 86 Prozent der Fachhändler an Kaufentscheidungen beteiligt. Sie trafen auf 311 Anbieter aus 39 Ländern, wobei der internationale Anteil mit 56 Prozent auf Aussteller- und 44 Prozent auf Besucherseite erneut weit oben lag. „Ein neuer Länderrekord ist jedoch nicht unser vorrangiges Ziel“, betont Ernst Kick, Vorstandsvorsitzender der Spielwarenmesse eG. „In erster Linie treiben wir unser maßgeschneidertes Messekonzept weiter voran, das seitens der Aussteller durch eine hohe Bedeutung für ihre Marketingaktivitäten sowie durch die Zufriedenheit bei der Organisation bestätigt wird.“ Die Insights-X ist eine Messe aus der Branche für die Branche, die von Beginn an Unterstützung von der Industrie erfahren hat. Die Anbieter schätzen den perfekten Termin für die Präsentation ihrer

PBS-Neuheiten, die hohe Entscheidungskompetenz der Fachbesucher, die effiziente Messevorbereitung und -durchführung sowie die Stärke im Segment Back-to-School.

Hallenwechsel und Branchengrößen

Besucher und Einkäufer erwartet in diesem Jahr ein besonders attraktiver Messerundgang. Die neu errichtete Halle 3C ersetzt die Halle 3. Sie ist optimal an die bewährten Hallen 1 und 2 angebunden, wodurch kürzere Wege gegeben sind. Einzug in die moderne Halle mit der 3000 Quadratmeter großen Glasfassade halten die InsightsArena samt Atelier sowie die Partner-Lounge und der Foodcourt. Grundsätzlich sind in den drei Hallen weiterhin alle sechs Produktgruppen vertreten, welche die komplette Vielfalt der PBS-Branche abbilden. „Wir freuen uns auf bewährte Branchengrößen und innovative Start-up-Unternehmen. Zudem befinden sich auch unter den Neuausstellern starke Marken“, verrät Florian Hess, Director Fair Management. In der Rubrik „Schreibgeräte und Zubehör“ beispielsweise ist Montana Colors aus Spanien neu hinzugekommen und Erich Krause Finland zurückgekehrt. Im Bereich „Papier und Registratur“ nehmen Kolma, mit Sitz in der Schweiz, und NPA Nordiskt Papper aus Schweden zum ersten Mal teil. Zu „Künstlerisch und Kreativ“ gesellen sich die bekannte deutsche Firma Marabu sowie Royal Talens mit der Marke Sakura und Craft Sensations, die beide aus den Niederlanden stammen. Die Österrei-

cher Colop und Trodat sowie das deutsche Unternehmen Jakob Maul erweitern die Produktgruppe „Rund um den Schreibtisch“. FLSK und Lässig – beide aus Deutschland – bereichern „Taschen und Accessoires“. Ars Lamina aus Mazedonien und der deutsche Kalenderhersteller Zettler halten Einzug in das Segment „Papeterie und Schenken“.

Inspirierende Sonderfläche

Ein Highlight auf der Insights-X erfahren Fachbesucher durch die neue Sonderfläche #Inspiration. Der Name ist Programm und steht für die Präsentation von richtungsweisenden Inspirationen in der PBS-Branche. Der Übergang von Halle 1 in die Halle 3C bietet den idealen Standort. Händler und Einkäufer erhalten hier einen kompakten Überblick über die angebotenen Messeneuheiten und einen handfesten Mehrwert, den sie im eigenen Ladengeschäft umsetzen können.

InsightsArena: Wissen und Workshops

Der Branchentreffpunkt für alle Teilnehmer der Insights-X ist die InsightsArena. In Halle 3C finden im Atelier an allen vier Messetagen kurzweilige Workshops zum Mitmachen und Ausprobieren statt. Darüber hinaus präsentieren Aussteller ihre Produkte anhand von Daueraktionen. Know-how für die Branche vermittelt ab sofort die InsightsTalks im Atelier der InsightsArena. Die Fachbesucher erwarten von Donnerstag bis Samstag, jeweils von 11.30 bis 12.30 Uhr, ak-

Die neue Halle 3C ist der neue Blickfang an der Südwest-Ecke des Nürnberger Messegeländes.





Ernst Kick, Vorstandsvorsitzender der Spielwarenmesse: „Die Insights-X ist der Treffpunkt für alle Entscheider der internationalen PBS-Branche. Wir bieten ihnen ein qualitativ hochwertiges Konzept aus Produktneuheiten, Mitmachaktionen und Kommunikation.“

tuelle Expertenvorträge zu wichtigen Handelsthemen. Eine Rückzugsmöglichkeit für entspanntes Business-Networking verspricht die angrenzende Lounge. Sie bietet Lademöglichkeiten für Tablets und Smartphones sowie einen zusätzlichen Media-Point, an dem die Fachzeitschriften der deutschen Medienpartner ausliegen. Der Foodcourt hält ein vielseitiges Catering-Angebot bereit. Zudem sorgt die PartnerLounge wieder für exklusives Ambiente. Der separate Bereich, der Mitgliedern von Fachverbänden und Einkaufskooperationen zur Verfügung steht, eignet sich bestens zur Kontaktpflege und zum Informationsaustausch. Bisher nutzen 18 nationale und internationale Partner das Angebot.

Besucherfreundliche Services

Auf der Insights-X knüpfen Fachbesucher die entscheidenden Geschäftskontakte, wobei sich die Aussteller Zeit für Gespräche nehmen. Der Termin im Herbst ist der ideale Zeitpunkt für die Sortimentsplanung. Für eine entspannte Vorbereitung unterstützt die Insights-X App ab sofort ganzjährig. Das übersichtlich gestaltete Menü gewährleistet eine einfache Handhabung. Geöffnet ist die Expo von Mittwoch bis Freitag jeweils von 9 bis 18 Uhr und am Samstag von 9 bis 17 Uhr. Das Messebudget wird aufgrund einer bedarfsgerechten Infrastruktur geschont. Unterkünfte halten das Partnerhotelprogramm und die Kooperation mit Airbnb bereit. Die Eintrittskarte zur Insights-X kostet zehn Euro für die gesamte Messelaufzeit und ist auch als Fahrkarte für den ÖPNV gültig. Zugreisende profitieren erneut durch das Veranstaltungsticket der Deutschen Bahn von deren Best-Preis-Angebot. Weiterreichende Informationen umfasst die Webseite www.insights-x.com.

www.insights-x.com

Deine Dinge Stempel

Alles stempeln – Alles finden!



- » Direktes Bestempeln von Kleidungsstücken
- » Texte und Motive zum selber setzen und jederzeit ändern
- » Komplettes Set inkl. Bügelvlies und Etiketten





Horst Brinkmann ist neuer Boss der Stiftesparte Stabulo. Der 55-Jährige tritt damit die Nachfolge Sebastian Schwanhäußers als Stabulo Geschäftsführer an.

Stabulo International unter neuer Führung

Horst Brinkmann ist der neue Geschäftsführer der Stabulo International GmbH. Der 55-Jährige folgt zum 1. Juli 2019 auf den geschäftsführenden Gesellschafter Sebastian Schwanhäußer, der zum CEO der Gruppe Schwan-Stabulo berufen wurde.

Damit hat die international tätige Firmengruppe, die mit drei eigenständigen Geschäftsfeldern

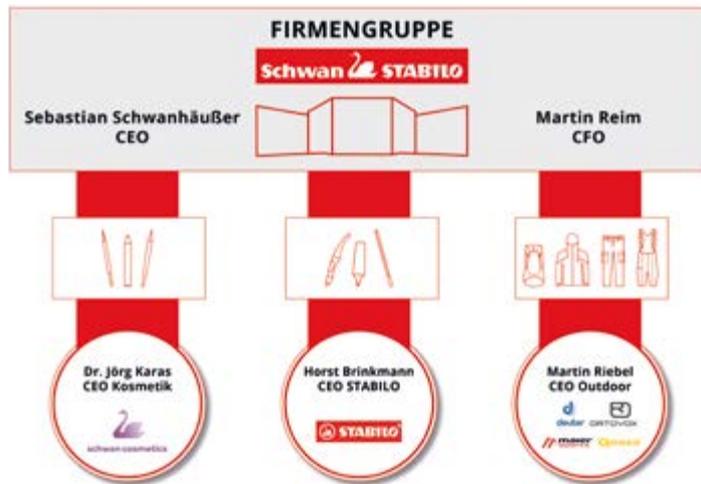
Kosmetik, Outdoor und Schreibgeräte 4900 Mitarbeiter/-innen weltweit beschäftigt, die Neu-

strukturierung ihres Führungsteams abgeschlossen. Neben Horst Brinkmann (Schreibgeräte)

wurden mit Dr. Jörg Karas (Kosmetik) und Martin Riebel (Outdoor) die bisherigen Geschäftsführer der operativen Teilkonzerne bestätigt. Sebastian Schwanhäuser verantwortet als Chief Executive Officer (CEO) gemeinsam mit Martin Reim als Chief Financial Officer (CFO) das Gesamtgeschäft der Gruppe.

Pragmatisch und visionär

„Horst Brinkmann hat sich nicht nur in der Branche einen hervorragenden Ruf erarbeitet“, sagt Sebastian Schwanhäuser, „er hat vor allem durch seine gleichermaßen pragmatische wie visionäre Herangehensweise unser Unternehmen sehr positiv geprägt. Wir freuen uns, dass wir ihn für die neue Aufgabe begeistern konnten.“ Der gebürtige Rheinländer ist bereits seit 1996 bei Stabilo, zunächst als ‚Direktor Internationales Marketing‘ und seit 2013 als Mitglied der Stabilo Geschäftsleitung. In dieser



Funktion hat Horst Brinkmann die globale Verantwortung für die Bereiche Vertrieb, Marketing sowie Forschung und Entwicklung übernommen und bis zum heutigen Tag erfolgreich vorangetrieben. Die Bündelung dieser Resorts erwies sich für Stabilo als strategisch wegweisende Entscheidung.

Erfolgreiche Markenarbeit

Während der Schreibgerätemarkt weltweit stagniert und in Deutschland sogar schrumpft, konnte das Unternehmen mit Stammsitz im fränkischen Heroldsberg im vergangenen Jahr beim Umsatz um fünf Prozent auf 193,4 Millionen Euro zulegen.



Als Geschäftsführer der operativ eigenständigen Teilkonzerne wurden neben Horst Brinkmann (links), Dr. Jörg Karas (Kosmetik, oben) sowie Martin Riebel (Outdoor, unten), bestellt.



Mit der zentralen Leitung von Schwan-Stabilo auf Konzernebene werden Sebastian Schwanhäuser als Chief Executive Officer (CEO) (links) und Martin Reim (rechts) als Chief Financial Officer (CFO) betraut.



Weltweit erfolgreich ist der Stabilo Boss. Er ist der Highlighter mit der speziellen Anti-Dry-Out Technologie für konzentriertes Arbeiten.

Gemeinsam mit seinem Team hat Horst Brinkmann in den vergangenen Jahren konsequent die Marke in den Fokus gerückt – und sie damit neu positioniert, denn „starke Marken brauchen ein klares Regelwerk und regelmäßige Bewertungen“, so das Credo Brinkmanns. Er ist überzeugt davon, dass „Marke als Unternehmensleistung im Kopf des Kunden wirkt, in besetzten Märkten das wichtigste Differenzierungsmerkmal ist und in der eigenen Organisation als Katalysator und Energiequelle fungiert!“ „Aktuell steuern wir die Markenarbeit über die Kenngrößen Marktanteils-wachstum, Weiterempfehlungsrate, also den „net promoter score“, Markenkontaktpunkt und Kaufbarrieren-Bewertung.“ Ein Engagement, das sich zu lohnen scheint, so hat Stabilo laut GfK (EU 6 Trade-panel) europaweit die höchste Weiterempfehlungsrate im Marktumfeld. Stabilo ist damit wiederholt die am schnellsten wachsende Marke.

In Deutschland und Österreich sorgt der innovative EduPen für Furore. Er hilft Lehrkräften, die Schreibmotorik der Grundschüler zu messen und zu fördern.

Geschäftsfelder bestimmen Vertriebsstruktur

Mit der Neuordnung der Vertriebsstrategie 2013 unter der Verantwortung Horst Brinkmanns sind seitdem Europa und Asien die Fokusregionen. „Das war ein intensiver Organisationsprozess für uns alle“, so der Manager, „aber er zahlt sich bereits aus, denn in Europa gab es für Stabilo in den letzten beiden Geschäftsjahren überproportionales Wachstum im Kernsortiment sowie auch schon im neuen Feld Schulfüller“, erläutert er erfreut.

Forschung und Entwicklung arbeiten kundenzentriert

„Gleichzeit haben wir den kompletten Entwicklungsprozess neu geordnet, wollten schneller werden und näher am Kunden sein“, erklärt Brinkmann die damalige Ausgangslage und verweist auf einen im Vergleich zu früher nun deutlich höheren Neuproduktanteil. Darüber hinaus erschloss das Unternehmen mit neuen digitalen

Geschäftsfeldern andere Kundenkreise vor allem im Umfeld von Schule und Bildung.

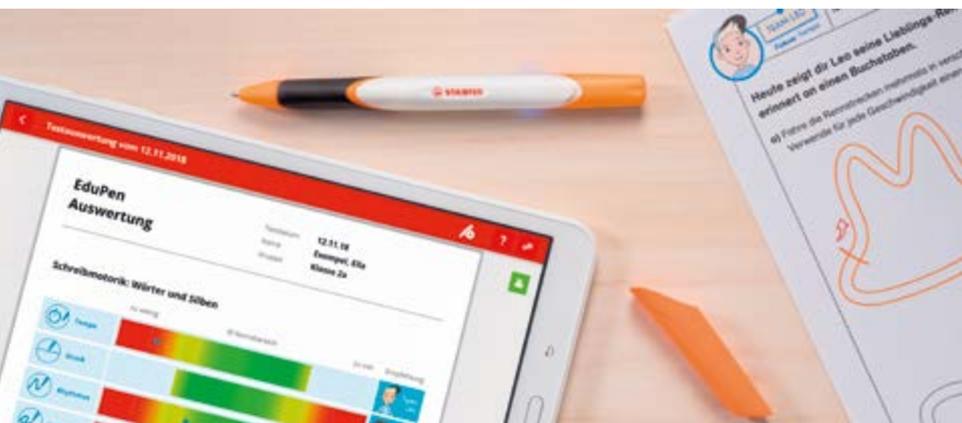
Ganz aktuell wird der Stabilo EduPen mit dem angesehenen europäischen Award für digitale Bildungsmedien durch die „Gesellschaft für Pädagogik, Information und Medien e.V.“ ausgezeichnet.

Überzeugter Teamplayer

Mehr Innovationen, höhere Flexibilität und stärkere Kundenorientierung – das sind die Aufgaben, denen sich Horst Brinkmann nach eigener Aussage auch in Zukunft in seiner neuen Rolle „mit aller Leidenschaft“ annehmen wird. Genauso wichtig ist ihm auch weiterhin eine gute Zusammenarbeit und enge Vernetzung der verschiedenen Unternehmensbereiche weltweit. „Ich bin davon überzeugt, dass unsere Zukunftsfähigkeit maßgeblich durch unsere Leistung als Team bestimmt wird.“

In der Vergangenheit hat das für Stabilo bereits gut funktioniert, die Kennzahlen belegen dies eindrucksvoll. Insgesamt beschäftigt der Teilkonzern Stabilo in 15 Ländern 1.437 Mitarbeiter, die kurz davor sind, die Umsatzmarke von 200 Millionen Euro zu knacken. Einen nicht unbeträchtlichen Anteil daran hat der Leuchtmarkierer „Stabilo Boss“, der seit seiner Einführung bereits zwei Milliarden Mal verkauft wurde.

www.stabilo.com





Für das Bohren von Papier, Karton, Stoff, Leder usw. bis 17 mm Dicke. Die Stanzen sind aus gehärtetem Qualitätsstahl. Mit Bohraufsatz in 5,5 mm.



Nachhaltige Produktion

Balma, Capoduri & C. ist seit über neun Jahrzehnten der Hersteller der traditionsreichen Klebepaste „Coccolina“ sowie der Heftgeräte „Zenith“. Der italienische Hersteller aus Voghera hat seine Produktion am Firmensitz stetig modernisiert.

Zu den jüngsten Investitionen von Balma, Capoduri & C. gehört die Einführung einer CNC-Drehmaschine, die die Herstellung verschiedener Arten von Metall-Kleinteilen (Stifte, Rollen, etc.) sowie die komplette Herstellung von Stanzen aus gehärtetem Qualitätsstahl ermöglicht, die in

Verbindung mit dem Papierbohrer „Zenith“ Art. 835 verkauft werden.

Die neue Anschaffung ist eine Werkzeugmaschine mit hoher Präzision und von hoher Zuverlässigkeit. Der Betrieb erfolgt vollautomatisch. Die Investition gehört zu den geplanten Investitionen im Rahmen der Digitalisierung der Produktion und damit der sogenannten Industrie 4.0. Weiter steht ein neues automatisches Entfettungssystem mit modifiziertem Alkohol kurz vor der Einführung, das den vollständigen Verzicht auf chlorierte Lösungsmittel ermöglicht. Letztere werden zwar durch geeignete Kläranlagen aus dem Wasserkreislauf entfernt, aber unter Umweltsichtspunkten sicherlich der riskantere Weg.

Balma, Capoduri & C., das stets auf die Umwelt und die Arbeitsbedingungen Wert

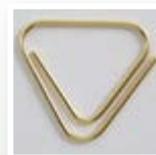
legt, hat kürzlich das Unternehmen mit Defibrillatoren ausgestattet, die in der Verwaltung und in der Produktion installiert wurden. Im Notfall können die Mitarbeiter die lebensrettenden Maßnahmen einleiten. Das Erste-Hilfe-Team wurde angemessen geschult, um diese Art von Notfällen zu bewältigen.

Basierend auf intensiven Gesprächen mit Kunden auf Messen, entwickelt Balma, Capoduri & C. neue Produkte, bei denen Nutzen und Design kombiniert werden. Ein wichtiger Faktor spielt dabei die Qualität und die Herstellung am Firmensitz: „Made in Italy“.

www.balmacapoduri.com



Die Heftzange „Zenith“ 548/E Replay 1948 als Limited Edition in hochwertiger Verpackung.



Fermangoli, die Briefklammern aus Metall im Dreieck-Look, vereinen Ästhetik und praktischer Nutzen. Sie sind jetzt in der Farbe Gold erhältlich.



Zu jeder neuen Saison werden für die kommende TrendSet die Farben, Formen und Muster in Interiors & Lifestyle optisch und inhaltlich im Leitmotiv zusammengefasst.



Natural Spirit schafft durch Designs, die direkt aus der Natur gefertigt zu sein scheinen, Optiken mit Wellness-Charakter.

Magische Momente

Vom 6. bis 8. Juli trifft sich die PBS-Branche wieder in München, wenn es heißt: Vorhang auf für die neuesten Trends in Sachen Papeterie, Schule und Office im Winter 2019/20 auf der TrendSet Sommer 2019. Und es gibt viel zu entdecken!

Circa 2500 Marken und Kollektionen aus rund 40 Ländern zeigen auf der TrendSet Sommer 2019 ihre Neuheiten für die kommende Saison. In 15 Interiors & Lifestyle Fair Areas und vier Topic Areas präsentieren die Aussteller aus aller Welt dem Einzel-, Online- und Großhandel Inspirierendes in Sachen Living & Giving. Interessant für die PBS-Branche ist auch die

TrendSet Fine Arts, die Kunst-Area der TrendSet. Vielversprechende Künstler zeigen hier ihre Werke aus den Bereichen Malerei, Fotografie, Bildhauerei, Zeichnung und Grafik. Fachbesucher können die Original-Kunstwerke direkt kaufen, beziehungsweise ordern. Unikate zeitgenössischer Künstler zu attraktiven Preisen anzubieten, die vielleicht sogar zukünftig im Wert

steigen, bringt als Sortimentserweiterung neue Vorteile für Papeterieläden.

„Es gibt wieder viel Neues zu entdecken in unseren 15 Interiors & Lifestyle Fair Areas und vier Topic Areas. Frische und trendige Produkte in Sachen Living & Giving und natürlich viele neue Artikel für das Weihnachtsgeschäft erwarten die Fachbesucher der TrendSet Sommer 2019 in München. Zum dritten Mal ist auch wieder unsere Kunst-Area TrendSet Fine Arts dabei. Wer für sein Sortiment oder seine Sammlung neue zeitgenössische Kunstwerke mit aktuellem Zeitgeist sucht, findet auf der TrendSet Fine Arts in Halle C1 vom 6. bis 8. Juli Vielfalt, Qualität und Inspiration. Und einige Firmen haben auch schon Preview Artikel für Frühjahr/Sommer 2020 mitgebracht“, erklärt Tatjana Pannier, Geschäftsführerin der TrendSet.

Die Trends von morgen schon heute entdecken

Die TrendSet ist die internationale Fachmesse für Interiors, Inspiration und Lifestyle in München und die

Die TrendSet Sommer 2019 findet vom 6. bis 8. Juli auf dem Messegelände der Messe München statt.



Smooth Intention besinnt sich auf die natürliche Einfachheit der Dinge und übersetzt sie in eine pure, sanfte Ästhetik.



Free Motion zelebriert mit maximaler Verwendung von Farben und Mustern eine neue Freiheit im Design.

Seit über 15 Jahren leitet Geschäftsführerin Tatjana Pannier die TrendSet in München.



Die PBS-Trends: Von magisch bis minimalistisch

Spielerische Kreativität drückt sich im Herbst/Winter 2019/20 in phantasievollen, frischen und raffinierten Designs aus. Ob zauberhaft-mystisch, minimalistisch-ästhetisch oder lebhaft-bunt – alle Grundrichtungen haben eine positive Aussage. Karten, Papiere, Schreibzubehör, Schul- und Büroartikel schimmern um die Wette. Glänzende Metallic-Lackierungen, glitzernde Verzierungen und farbenfrohe Konfetti-Muster machen aus Alltagsgegenständen einzigartige, schillernde Gebrauchsobjekte. Geometrische Formen werden neu kombiniert. Gitterkonstruktionen und Verbundwerkstoffe, Mesh-Optiken und Liquid-Looks sorgen zusätzlich für eine coole, helle Industrie-Ästhetik.

Der Reichtum an kreativen Ideen und Details gibt Papeterie-, Schul- und Office-Artikeln im Herbst/Winter 2019/20 flexible, nachhaltige Verwendungsmöglichkeiten, weit über den eigentlichen Zweck hinaus. Grußkarten mit gestickten oder gekritzelten Botschaften so-

wie Perlenverzierungen werden zu Lesezeichen und Andenken. Kunstvolle Typografien, Kalligrafien und Motive machen aus Karten und Papieren stimmungsvolle Wanddekorationen. Von der Schönheit und Mystik der Natur inspirierte Designs geben Karten, Notizbüchern, Geschenkpapieren oder Servietten eine fast magische Qualität. Retro-Farben, weiche Konturen und umweltfreundliche Materialien sorgen für nostalgische, nachhaltige Impressionen.

Die TrendSet Sommer 2019: Wo? Wann? Eintritt?

Die TrendSet Sommer 2019 findet vom 6. bis 8. Juli auf dem Messegelände der Messe München in den Hallen A1 bis A3, B1 bis B3 und C1 bis C2 statt und ist von 9 bis 18 Uhr (Montag bis 17 Uhr) geöffnet. Die Tageskarte kostet 18 Euro, die Dauerkarte 24 Euro. Die Eintrittskarten können vorab über www.shop.trendset.de online oder direkt auf der Messe gekauft werden. Mehr Informationen zu Messe, Anreise und Aufenthalt finden Sie im Internet.

www.trendset.de

größte Fachmesse ihrer Art im südlichen deutschsprachigen Raum. Als Trendplattform gibt sie mit umfassenden Trendrecherchen bereits ein halbes Jahr vor Saisonstart, und damit als erste Trend- und Ordermesse im Jahr in Deutschland, alle wichtigen Strömungen und Trends für die Branche heraus.

Im TrendSet Leitmotiv sind die Trends optisch und inhaltlich zusammengefasst. Gebildet aus den drei Hauptströmungen der Saison, die sich in den TrendSet Trendmotiven ausdrücken. Diese vier Motive geben dem Fachhandel Ausblick auf die Trends im Herbst/Winters 2019/20 und weisen den Weg für die kommenden Produktwelten.

Trendset Int. Fachmesse für Interiors, Inspiration und Lifestyle

Termin: 6. bis 8. Juli 2019
Ort: Messegelände der Messe München in den Hallen A1 bis A3, B1 bis B3 und C1 bis C2.

Öffnungszeiten: Samstag und Sonntag: 9 bis 18 Uhr
 Montag 9 bis 17 Uhr



Jan Träger, Head of Purchase bei Axro.

Solide Sortimentsarbeit

Der Hamburger Distributor Axro erweitert ab sofort sein Sortiment um Labelprinter und Etikettensysteme von Brother. Der Einkaufsleiter Jan Träger beantwortet dazu einige Fragen rund um das Thema.

Sie haben Ihr Portfolio um Labelprinter erweitert. Warum setzen Sie gerade jetzt auf dieses Segment?

Träger: Der Markt ist in Bewegung und wächst. Gleichzeitig erweitern wir sukzessive unser Sortiment um Produkte, die zu den Bedürfnissen unserer Kunden passen. Neben den klassischen Verbrauchsmaterialien wie Toner und Tinten vermarkten wir seit Jahren Beschriftungsbänder und Etikettenzubehör. Bisher haben wir uns allerdings noch nicht so stark mit der entsprechenden Hardware beschäftigt. Das ändert sich nun. Unsere Kunden sollen bei uns alles aus einer Hand erhalten – dies umfasst Brother Etikettendrucker und das dazu passende Verbrauchsmaterial.

Eine Marktstudie (VDC) rechnet bei Labelprintern mit einem Plus von 23 Prozent im Zeitraum von 2018 bis 2021. Wie erklären Sie sich dieses Wachstum?

Träger: Das glauben wir ungesehen, weil wir im Vorfeld unserer Recherchen nach neuen Produktfeldern zu ähnlichen Ergebnissen gekommen sind. Basis dieses Wachstums ist der zunehmende Warenversand weltweit. Eingesetzt werden solche Geräte sowohl bei Endverbrauchern sowie bei Großunternehmen. Brother hat hier ein durchdachtes Produkt-Portfolio entwickelt. Darüber hinaus hat Brother Geräte die zusätzliche Bedarfe kreieren wie beispielsweise die Gestaltung individueller Geschenkbänder. Klein und kompakt eignen sich die Geräte direkt für den Einsatz vor Ort.

Welche Zielgruppen haben Sie für Labeldrucker ausgemacht?

Träger: Wir sind als weltweiter Distributor im B2B-Bereich tätig und bedienen ausschließlich Reseller. Diese stehen im Kontakt mit ihren Kunden und bedienen so die Bedürfnisse unterschiedlichster Zielgruppen. Aus meiner Erfahrung sind das u.a. private Endverbrau-

cher, Ebay-Händler, Handwerker, Logistiker, Ärzte, Labore, Krankenhäuser und viele mehr.

Warum ist diese Produktparte besonders für den Fachhandel geeignet?

Träger: Es handelt sich um Produkte, die eine Beratungsleistung erfordern. Das kann nur der Fachhandel erbringen. Wir wollen unseren Kunden das Leben so leicht wie möglich machen. Wir sorgen für die Bereitstellung der Ware, der Händler kann sich voll und ganz auf das Vertriebsgeschäft konzentrieren. Gemeinsam wollen wir mit unseren Händlern vernünftig wachsen.

Welche Geräte wird Axro anbieten und wie sieht die Versorgung mit passendem Verbrauchsmaterial aus?

Träger: Wir führen bereits seit Jahren das umfassende Sortiment an Verbrauchsmaterialien, somit ist es nur konsequent, wenn wir jetzt die passenden Supplies mit den pro-



Bei Axro in Hamburg werden innovative Ideen mit jahrzehntelangen Branchen- und Logistik-Erfahrungen kombiniert.

fessionellen Labelling Systemen zusammenführen.

Warum haben Sie sich für die Zusammenarbeit mit Brother entschieden?

Träger: Wir pflegen seit vielen Jahren eine enge Lieferanten-Partnerschaft im Bereich der Office Supplies und sind einer der wenigen offiziellen Distributoren von Brother. Gemeinsam sind wir gewachsen und wollen den Markt auch zukünftig verlässlich mit Ware versorgen.

Was ist das Besondere in der Zusammenarbeit, bezogen auf die Labelprinter?

Träger: Wir haben die gesamte Bandbreite von Brother im Sortiment – das ist unser Anspruch als Distributor. Aktuell binden wir dieses Portfolio in den Webshop ein, um es dann ab sofort für unsere Kunden verfügbar zu machen. Die Geräte sind bereits auf Lager. Im Vorfeld haben wir unsere Vertriebsmannschaft durch Brother schulen lassen, um den Händlern dann mit Rat und Tat zur Seite zu stehen. Speziell auf das Angebot an Labelprinter gefasst, bedeutet das, dass wir ein umfassendes, marktgerechtes Gesamtpaket anbieten können.

Welche Vorteile bietet der Bezug der Geräte über Axro?

Träger: Die Sicherstellung der Warenverfügbarkeit ist unsere Kernaufgabe als Distributor. Dafür arbeiten wir sehr eng mit den verantwortlichen Personen beim Hersteller zusammen. Instrumente wie Forecasting und Analyse der Abverkaufsdaten gehören für uns zum Standard und garantieren uns einen möglichst reibungslosen Prozess von der Produktion bis zur Auslieferung an unsere Händler. Der besondere Benefit unserer Handelspartner liegt darin, dass sie von allen monatlichen Aktionen partizipieren.

Wir sind bereits seit fast 30 Jahren im Markt als weltweiter Distributor

für Office Supplies aktiv und starten jetzt mit der schrittweisen Erweiterung unseres Produktsortiments. Dabei ist es für uns besonders wichtig, dass die Produkte zu uns und unserem Kundensegment passen – dazu zählen Produkte die mit dem Büro zu tun haben, wie Labelprinter sowie Maus, Tastatur, Webcam – eben alles was auf dem Schreibtisch stattfindet. Nachdem wir bereits mit dem bisherigen Sortiment sehr erfolgreich sind, nehmen wir uns mit der Erweiterung ausreichend Zeit, da wir unser Geschäft nachhaltigen und partnerschaftlich ausbauen wollen. Eine solide Sortimentsarbeit ist von je her ein zentraler Punkt unserer Philosophie.

www.axro.de

Ein Ausschnitt aus dem Brother-Etikettendrucker-Sortiment.



Deine Dinge Stempel

Alles stempeln – Alles finden!



Der Stempel zum Markieren „Deiner Dinge“

Viele Eltern kennen das Problem: Ihr Kind kommt nach Hause von Schule, Training oder Kita, und es fehlen Kleidungsstücke, Schuhe, Brotdose oder andere Dinge. Trodat hat jetzt mit dem „Deine Dinge Stempel“ eine Lösung entwickelt.

Sophie und Laura haben heute ihre Pause in der Schule gemeinsam verbracht. Beide haben die gleiche Brotdose. Am Abend nimmt Sophies Mama die Brotdose aus dem Schulranzen und

möchte diese in den Geschirrspüler geben. Ihr fällt sofort auf, dass sich Sophies Namensetikett nicht auf der Brotdose befindet. Tja, wieder mal mit Laura vertauscht, aber bemerkt. „Morgen tauscht Du Deine Brotdose mit Laura wieder zurück, ok!?“

Kleidungsstücken nicht mehr so angenehm.

Kein Vertauschen mehr

Kinder besitzen viele Dinge für die Schule, vergessen manchmal Kleidungsstücke aus dem Turnunterricht mit nach Hause zu nehmen, haben manchmal gleiche Sachen. Vertauschen wollen sie diese dennoch nicht. Vor allem Eltern wollen nicht ständig neue Brotdosen, Kleidung, Schuhe kaufen, weil mal was verlegt wurde.

Was bei einer Brotdose halb so schlimm ist, ist bei Schuhen oder

Die schwarze Textilfarbe (Trodatkissen) ist gut auf hellen Textilien oder auf Papier zu sehen.





Das Set enthält einen Stempel mit Rillenplatte zum Setzen der mitgelieferten Buchstaben- und Motive-Sets.



Trodat hat nachgefragt und die Eltern sagen „ja“

Im Rahmen einer ausführlichen Marktforschung bei über 500 Müttern und Vätern, hat Trodat die wichtigsten Vorteile und deren jeweilige Bedeutung bei Anwendern vom „Stempel als Markierung für alles Mögliche“ erfahren.

Wichtige Eigenschaften, die daraus hervorgingen:

- Vielseitigkeit – unterschiedliche Materialien kennzeichnen
- kein Kratzen auf der Haut, wie bei herkömmlichen Aufnähern
- gute Lesbarkeit des Namens und dabei noch schnell erledigt
- Kennzeichnung von Bekleidung, Schuhen oder anderen unentbehrlichen Utensilien
- Individuelle Namen und Motive durch Buchstaben zum Selber-setzen

Aus all diesen Verbraucherwünschen entstand ein hochwertiges, vielseitig und einfach einsetzbares Stempel-Set für den Alltag mit Kindern, Sport-Teams, die oft gleiche Trainingsbekleidung besitzen und all jene, die ihre Klamotten gern kennzeichnen.

Die Trodat Textilfarbe wurde parallel zum Deine Dinge Stempel ebenso

weiter verbessert. Auf Etiketten, Bügelvlies oder Textilstück direkt, funktioniert die hochwertige schwarze Stempel-Textilfarbe und hinterlässt eindeutig saubere Namen und Motive – sogar nach 95° C-Waschgängen.

Ein Set, das vielen Eltern den Alltag erleichtert

Das Set enthält einen Stempel mit Rillenplatte zum Setzen der mitgelieferten Buchstaben- und Motive-Sets. Die schwarze Textilfarbe (Trodatkissen) ist gut auf hellen Textilien oder auf Papier zu sehen.

Zur besseren Lesbarkeit auf dunklen Materialien gibt es ein Bügelvlies, das auf Baumwolle, Synthetik und Mischgewebe hält und 60° C in der Waschmaschine übersteht.

Mit robusten, geschirrspülfesten Etiketten in drei Größen, die bestempelt werden, sind Brotdose, Trinkflasche, Handyhülle mit oft glatten Oberflächen im Nu individuell und namentlich kenntlich gemacht.

Die gute Hautverträglichkeit von Bügelvlies und Textilfarbe war bei den Befragten ebenfalls ein wichtiger Punkt. Dermatologisch getestet ergab die Note „sehr gut“.

Für Fachhändler im praktischen shelf-ready Package

Jeweils fünf Packungen „Deine Dinge Stempel. Alles stampeln – Alles finden!“ sind in einem shelf-ready Package zusammengefasst. Das Thekendisplay misst 17,5 x 13,2 x 18 Zentimeter, die Einzelpackung 17 x 12,5 x 3,4 Zentimeter.

Nachhaltiger Stempel

Wenn ein Teil des Sets aufgebraucht ist, kann es mit dem Nachfüll-Kit wieder ergänzt werden: Bügelvlies, Etiketten, Stempelkissen sowie neue lustige Motive. Auf diese Art bleibt der Stempel selbst lang in Gebrauch. Nachhaltigkeit wie Trodat sie lebt.

www.trodat.de





Die Grußkarte als Erfolgsfaktor

„Die Zukunft im Grußkartenmarkt gehört Händlern, die mit größter Auswahl in wechselnden Devisenansprachen, Beratung und Erlebnis erfolgreich sind und die gestiegenen Anforderungen der Konsumenten bedienen können“, so Stefan Meyer von der Steffens Handelsberatung.

Es ist kein Geheimnis, dass das Grußkartenjahr 2018 nicht so erfolgreich war, wie viele Marktteilnehmer es sich erhofft haben. Mit einem Umsatzminus von circa drei Prozent endete das Jahr 2018, wobei dieses Minus primär aus dem Impulsgeschäft entstand. Das klassische Umschlagskarten-Geschäft konnte sich knapp über dem Vorjahresniveau behaupten. Die Branche hat stark begonnen und dann stark nachgelassen, so kann man den Verlauf des Jahres beschreiben. Gerade die Hauptgrußkartenzeit mit Winter war im Jahr 2018 nicht erfolgreich.

Betrachten wir die einzelnen Quartale, so ist die eindeutige Verschiebung der Frühjahrsanlässe wie Kommunion/Konfirmation ausschlaggebend, dies war auch in den letzten Jahren ähnlich. Das dritte und vierte Quartal bestimmte in den letzten Jahren das Umsatzergebnis. Wie man der Grafik entnehmen kann, ist im vierten Quartal erstmalig ein erhebliches Umsatzminus entstanden. Somit war

das durchschnittliche Jahresergebnis nicht zu ändern.

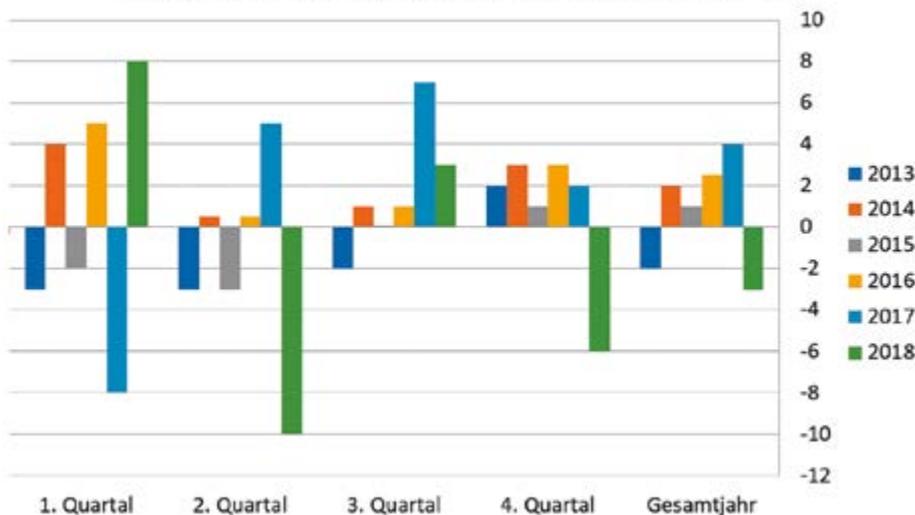
Dabei gehören Grußkarten zu den wichtigsten Renditebringern im PBS Unternehmen. Seit einigen Jahren entdecken andere Vertriebswege die Erfolge der Grußkarten und nehmen das Sortiment weiter auf. Vor allem die Discounter und SB Märkte überhäufen den Markt sowohl mit Werbungen als auch mit immer neuen Sortimenten, wie beispielweise der Grußkarte. Der Fachhandel hat somit Marktanteile verloren, und Discounter sowie Lebensmittelmärkte konnten gewinnen. Der SB-Lebensmittelmarkt hat vom Wetter profitieren können. Discounter können durch die aggressive Preispolitik Grußkartenkäufer gewinnen, da auch die Grußkarten in Art und Gestaltung besser geworden sind. Daher ist es umso wichtiger, kostengünstige und für den Fachhandel umsetzbare Möglichkeiten zu finden, um sich am Standort zu profilieren. Um im Überangebot der traditionellen Werbemaßnahmen nicht

unter zu gehen, benötigt der Fachhandel neue Möglichkeiten, am Markt aufzufallen.

Diese Maßnahmen zur Wahrnehmungssteigerung fangen bereits vor dem Geschäft an. So wird heute Street-Lettering eingesetzt, um Kunden gezielt zum Geschäft zu locken und am Standort aufzufallen. Ist der Kunde darauf aufmerksam geworden, gilt es die drei Präsentationsarten der Grußkarten auszuschöpfen. Dazu gehören die Drehständer, die vor allem vor dem Geschäft eingesetzt werden, die Grußkartenwand mit überwiegend Zielkauf-Karten und die ausgesuchten Karten mit Sonderpräsentation an der Kasse. Um die Wahrnehmung an der Kartenwand zu erhöhen ist es zudem möglich, Fokus-Rahmen zu installieren, um spezielle Karten für den Kunden sichtbar zu machen und zu bewerben.

Zusätzlich zum Wettbewerb SB Lebensmittelmärkte und Discounter kommt der Kreativmarkt mit dem DIY Trend im Grußkartenmarkt mehr und mehr an. Dieser wächst nicht nur im On De-

Umsatzverteilung nach Quartalen in den einzelnen Jahren



mand Sektor, sondern auch im klassischen Grußkartensegment. Aufgrund vieler Videos zum Kartengestalten im Internet ist eine persönliche, selbst erstellte oder gebastelte Karte bei vielen immer beliebter.

Dieser Individualisierungsgedanke spiegelt sich auch darin wider, dass kleine Mitbringsel als Ersatz zur Grußkarte eingesetzt werden. Somit wird der Grußkartenmarkt auf der einen Seite in immer mehr Vertriebswegen aufgenommen, und das Kuchenstück des Umsatzes für jeden einzelnen wird kleiner und auf der anderen Seite eröffnen sich neue Felder, die im direkten Zusammenhang zur Grußkarte stehen. Eines steht dabei fest: Die Zukunft bringt weitere Veränderungen im Markt mit sich.

Neben dem Wettbewerb gab es im Jahr 2018 eine weitere schwierige Aufgabe für den Fachhandel zu bewältigen. Das extreme Sommerwetter hat dem Impuls-geschäft der Grußkarten, vor allem damit den Postkarten geschadet. Händler, die hier nicht zusätzlich aktiv wurden, erlebten in diesem Bereich eine stark negative Entwicklung. Um Kunden bei außergewöhnlichen Temperaturen in die Geschäfte zu locken, bedarf es besonderer Tagesthemen oder Anlässe, die eine Neugier beim Kunden wecken. Diese Kalenderthemen und Anlassthemem werden immer mehr in einer Jahresaktivität vorgeplant. Die Lokalmedien helfen hier dabei, solche Themen zu verbreiten oder gar an diesen Tagen aktiv mitzumachen. Dazu nutzt man vor allem die weniger bekannten Tage, abseits von Valentinstag oder Muttertag.

Hier nur einige Beispiele aus dem ersten Halbjahr: Tag der Umar-mung, Tag des Lachens, Tag der Muttersprache, Weltumwelttag. Im zweiten Halbjahr: Tag der Freund-

schaft, Tag der Schwestern, Katzen-tag, Tag der Heimat, Tag der Frau-enfreundschaft

Besondere Anlässe sind: Grillsaison, Gartensaison, ausgefallene Hoch-zeitstage, Umzug, neuer Job. Der Vorteil des Grußkartensortiments ist es, dass es zu beinahe allen Anläs-sen und besonderen Kalendertagen eine passende Grußkarte gibt.

Die Chancen für das Jahr 2019 liegen in der Nutzung der gesell-schaftlichen Trendveränderungen und somit des geänderten Ein-kaufsverhalten der Konsumenten. Neue Grüßen & Schenken Anlässe wie „Save the Date“ werden neue Zielgruppen erschließen. Darüber hinaus wird die Grußkarte wesent-lich stärker als Sammel- und Deko-rationsobjekt vom Konsumenten genutzt. Dies erfordert eine neues Design- und Anwendungsmuster seitens der Hersteller.

Händler wie Hersteller müssen sich folgender Fragen bewusst sein:

1. Ist die „Hochzeit“ zwischen Ver-kauf und Präsentation bei den Anlässen dem Händler bewusst?
2. Ist das geänderte „Grüßen“-Verhalten allen bekannt?
3. Sind die Konsumtrends für PBS-/ Buchhändler und Geschenkartikel sichtbar?
4. Ist Dekoration und Sammeln mit dem Angebot des Händlers möglich?
5. Sind Konditionen dem moder-nen Verhalten der Filialisten ent-sprechend gestaltet?

6. Sind die Außendienst-Mitarbei-ter die regionalen Bezirksmana-ger und kennen alle Geschäfte und deren Gewohnheiten?

7. Ist die Verkaufskommunikation auf allen Ebenen zeitgemäß und kundengerecht?

8. Liegt ein Zukunftskonzept schriftlich vor und ist jedem Mit-arbeiter bekannt.

Das Wissen um den Kunden, sei-ne Vorlieben zu kennen und das gewisse Gespür für die Grußkar-ten-Vorlieben der eigenen Kun-den zu kennen, ist die Grundba-sis für den erfolgreichen Um-satzverlauf im Grußkartenhan-del. Diese Grundsteine des jeweiligen Händlerstandortes werden auch in Zukunft ein ent-scheidender Wettbewerbsvor-teil gegenüber Internet, Dis-count, Großflächen oder SB-Wa-renhäuser sein. Das eigene jah-relange Branchengefühl und die engen Kundenkontakte werden für die Zukunft nicht mehr aus-reichend sein. Der Wettbewerb schafft neue Informationsquel-len (BigData), erhöht den Lager-umschlag, schafft neue Preis-strukturen, und auch das Han-delsumfeld wandelt sich radikal.

Wer sich für einen umfangreichen Bericht zur Lage des Grußkarten-marktes interessiert, der kann den Report 2018 bei der AVG – Arbeits-gemeinschaft der Hersteller und Verleger von Glückwunschkarten bestellen.

Autor Stefan Meyer

www.avg-card.de

www.handelsberatung-steffens.de

Das Wissen um den Kunden, seine Vorlieben zu kennen und das gewisse Gespür für die Grußkarten-Vorlieben der eigenen Kunden zu kennen, ist die Grundbasis für den erfolgreichen Umsatzverlauf im Grußkartenhandel.



Klein, aber oho!

Zwei neue Thekendisplays verstärken ab sofort die Präsenz der Marken Giotto und Giotto be-bè am PoS. Aufmerksamkeitsstark und gewohnt bunt präsentiert Giotto unter dem Motto „mit Farbe Groß werden“ sein Faser-malerangebot. Giotto Turbo Maxi mit der eindrücksicheren Spitze

für die Kleinsten, Turbo Color und Turbo Dobble für die Schule und die glitzernden Turbo Glitter pep-pen als Geschenk jede Schultüte auf!

Speziell für Kinder unter drei Jahren wurde Giotto be-bè entwickelt! Das Besondere: Alle Farben

sind dermatologisch getestet und super auswaschbar. Im Display werden die beliebten Buntstifte, Faser-maler und die wunderbar weiche Knete angeboten! Diese tollen Aktionsangebote sind bis Ende September verfügbar!

www.lyra.de



Zauberhafte Grüße

Wie zauberhaft das Gefühl nach Hause zu kommen, den Postkasten zu öffnen und zwischen den Zusendungen des Alltags handgeschriebene Briefe oder süße Karten von lie-

ben Menschen zu entdecken. Liebe Worte, beste Wünsche und Botschaften des Herzens finden Platz auf Grußkarten und Postkarten. Besondere Papiere, glänzende Veredelungen, echte

Blumen und wiederverwendbare Elemente bilden die Zutaten für die Neuheiten bei den Karten von Räder. Lassen Sie sich inspirieren!

www.raeder.de



„Flow“ heißt die neue Grußkartenlinie von ABC im aktuellen Social Media Stil und trendiger Typographie. Insgesamt 36 Motive sind als Doppelkarte im DIN-Langformat erhältlich.

Magische Momente

Social Media ist in der heutigen Zeit nicht mehr wegzudenken. Es werden Erlebnisse auf Facebook gepostet, Blogbeiträge verfasst oder Videos gedreht. Diese Einflüsse nimmt der ABC Glückwunschkartenverlag mit der neuen Linie „Flow“ auf und bringt diese auf Papier.

Es kommt nicht von ungefähr, dass der ABC Glückwunschkartenverlag seit Jahren so erfolgreich ist. Mit einem ausgewogenen Sortiment von über 3000 Motiven in mehreren Sprachen ist ABC der Spezialist für Grußkarten rund um den Globus und äußerst erfolgreich im Fachhandel. Das Kreativteam von ABC ist jedes Jahr mit Leidenschaft dabei, für jeden Anlass und jeden Geschmack wundervolle Karten entstehen zu lassen. Die Inspiration für eine der neuen Trendserie war folgende Situation: Man ist unterwegs, ein Spaziergang am See, Sightseeing in einer aufregenden Stadt oder

eine Wanderung bis auf den obersten Gipfel eines Berges. Vor einem eröffneten sich ein wundervoller Ausblick. Das Handy wird zur Hand genommen und dieses magische Moment wird auf einem Foto, welches sofort auf Instagram gepostet wird, aufgenommen. Diese Einflüsse von Social Media bringt der ABC Glückwunschkartenverlag mit der Trendserie „Flow“ auf Papier. Trends entwickeln sich immer mehr auf den sozialen Kanälen und Bilder sind einem stetigen Wandel unterworfen. Durch Smartphones und entsprechende Filter wirken diese lebendig, emotional und authentisch. Genau diese Bildsprache

ist es, die ein persönliches Lebensgefühl vermittelt und die 36 DIN-langen Grußkarten im aktuellen Social Media Stil verleihen jeder Botschaft Persönlichkeit. Sie vereinen moderne Bild- und Farbauswahl mit trendiger Typographie. Passende und schlichte Textbotschaften auf einigen Karten wirken stimmig und machen diese Linie zu einem echten Highlight fürs Auge. Beim Beschenkten garantieren diese Motive einen langfristigen Eindruck.

www.abc-cards.ch





Grußkartenmarkt im Fokus

Unter dem Titel „Tagesseminar für mehr Grußkartenkompetenz“ begrüßten am 15. Mai 2019 die Veranstalter AVG, die Steffens Handelsberatung und die Klaus Hanfstingl Verlags GmbH Einzelhändler aus der PBS-Branche, um sich weiterzubilden.

Die Veranstaltung ist Teil einer Seminarreihe, die bereits seit vier Jahren erfolgreich stattfindet. Ziel des diesjährigen Seminars war es, in nur einem Tag ein fundiertes Wissen über den ertragsstarken Grußkartenmarkt zu erwerben.

Angesprochen waren alle Einzelhändler, die das Grußkartengeschäft steuern, entwickeln, bewegen und erfolgreich umsetzen wollen. „Die Fachhändler können

von der Glückwunschkarte nur profitieren, denn mit kaum einem Artikel können sie mit geringem Aufwand auf kleiner Fläche einen so hohen Ertrag erwirtschaften“, weiß Werner Lippels, Vorsitzender der AVG. Veranstaltungsort waren die Räumlichkeiten des AVG-Mitglieds Klaus Hanfstingl Verlag, bekannt unter dem Markennamen Hanra, im bayerischen Geretsried.

Der Seminartag startete mit einem Besuch der Büttenpapierfabrik

Gmund in Gmund am Tegernsee. Begrüßt wurden die Teilnehmer durch den Inhaber Florian Kohler. Anschließend erhielten sie bei einer Führung durch die Papierfabrik interessante Einblicke in die einzelnen Schritte des Papierherstellungsprozesses sowie Informationen zu Geschichte, Haptik und Nachhaltigkeit des Papiers. Danach fuhren die Teilnehmer zum eigentlichen Seminarveranstaltungsort nach Geretsried.



Die Teilnehmer des „Tagesseminars für mehr Grußkartenkompetenz“ erwarben an nur einem Tag fundiertes Wissen über den ertragsstarken Grußkartenmarkt.



Die Veranstaltung gab Fachhändlern unter anderem wertvolle Tipps, um sich am Markt weiterhin erfolgreich behaupten zu können.

Was tut sich auf dem Glückwunschkartenmarkt? Wie ist der Fachhändler im Hinblick auf Veränderungen im Markt gut vorbereitet? Wie können Umsatzsteigerungen mit der Glückwunschkarte vorbereitet werden? Diese und weitere Fragen wurden am Nachmittag im Rahmen eines Vortrags von Dr. Helmut C. Steffens von der Steffens Handelsberatung aufgearbeitet und beantwortet.

Der Grußkartenmarkt steht vor vielen neuen Herausforderungen aufgrund von strukturellen Veränderungen. So wird das veränderte Einkaufsverhalten der Konsumenten durch die Digitalisierung auch bei der Grußkarte deutlich. Dem Kun-

den ein besonderes Einkaufserlebnis im stationären Handel zu bieten, wird für die Kundenbindung immer wichtiger und ist ein Erfolgsgarant. Im Rahmen des Seminars wurden Ideen und Anregungen zur Steigerung des Einkaufserlebnisses aufgezeigt, wie zum Beispiel die Durchführung von kleinen Events und Workshops zu diversen Themen rund ums Kartenschreiben.

Eine weitere Herausforderung sind die neuen Mitbewerber wie Discounter und SB-Märkte, die vermehrt in den Grußkartenmarkt strömen. Der Konsument wird tagtäglich mit deren Werbung und Preisen – auch für das Grußkartensortiment überhäuft. Um sich dieser veränderten Wahrnehmung seitens des Kon-

sumenten zu stellen, muss der Fachhandel zeitgemäße Wahrnehmungsinstrumente einsetzen. Anregungen sind beispielsweise Straßenwerbung direkt vor dem Geschäft in Form von Bodenplakaten oder Straßenmalereien mit Kreide, Schaufenstergestaltung in Form von Sprechblasen oder Haftnotizen mit Rabattaktionen.

Diese Veranstaltung in Geretsried gab Fachhändlern einen Leitfaden für eine optimale Präsentation der Grußkarte sowie Anregungen, mit welchen Maßnahmen sie ihren Umsatz steigern und die Kunden an sich binden können.

www.avgcards.de
www.handelsberatung-steffens.de
www.hanrashop.de



Superhelden der Sicherheit

Mit einer aufmerksamkeitsstarken Aktion liefert Ideal seinen Vertriebspartnern in diesem Sommer eine ausgefeilte Kommunikationsstrategie für den Produktbereich Aktenvernichter. Professionelle Verkaufsunterstützung gibt's inklusive.

Die Ideal-Aktenvernichter entwickeln Superkräfte, wenn es um die Sicherheit von Daten auf Papier geht.

Wer kennt nicht den Kindheitstraum, einmal ein Superheld zu sein? In die Rolle von Superman, Wolverine oder Captain America zu schlüpfen und die Welt zu retten. Die Ideal Superhelden für den Datenschutz retten vielleicht nicht die Welt, aber sie verfügen über echte Superkräfte. Mit der Sommer-Kampagne 2019 sorgt Ideal für große Aufmerksamkeit und bietet einen spannenden sowie überzeugenden Marketingansatz für Aktenvernichter.

Sommer-Kampagne „Superhelden der Sicherheit“

Der Claim der Kampagne „Superhelden der Sicherheit“ soll zum Datenschutz anregen. Was die Geräte von Ideal zu echten Superhelden für den Datenschutz macht? Ihre Superkräfte! Denn die Ideal Schredder verfügen über enorme Stärke, Ausdauer und Schnelligkeit. Zudem sind sie zuverlässig und absolut unzerstörbar.

Für einen Ideal-Aktenvernichter muss sich der Kunde nur einmal entscheiden.

Darüber hinaus erfüllen alle Aktionsmodelle die Empfehlung der DSGVO, personenbezogene Daten auf Papier in der Sicherheitsstufe P-4 oder P-5 zu vernichten. Denn damit ist man auf der sicheren Seite. Ein ausgewähltes Sortiment an Aktenvernichter-Bestsellern kann der Fachhandels-Partner hierbei zu Sonderkonditionen ordern. Die Sommer-Kampagne hilft dabei, den Endkunden zu überzeugen, seine papierbasierten Prozesse mit Ideal Schreddern absolut DSGVO-konform zu gestalten.

Neben den Superkräften seines Ideal Superhelden kann der Endkunde zusätzlich profitieren. Denn beim Kauf eines Aktions-Schredders „Made in Balingen“ erhält er eine Packung Ölpapier gratis mit dazu. Mit dieser Superpower für Ideal Aktenvernichter gestaltet sich das Ölen und Reinigen der Schneidwerke äußerst praxisgerecht.

Hohe Individualisierung durch Multichannel-Ansatz

Die Verkaufsarbeit seiner Fachhandels-Partner unterstützt Ideal mit vielfältigsten Kommunikationselementen, womit das Thema beim Endkunden über verschiedenste Kanäle platziert werden kann. Dies erlaubt dem Handel ein hohes Maß an Individualisierung – und dies gilt sowohl für Print- wie auch für Online-Medien. Daneben runden die noch im Jahresverlauf fol-

genden Aktivitäten der Kampagne via Homepage, Onlinemarketing, Social Media sowie eine gezielte Pressearbeit das attraktive Verkaufsförderungs-Paket ab. Für DSGVO-Nachzügler bietet Ideal zusätzlich zwei zielgruppenspezifische Prospekte mit idealen Argumentations-Ansätzen an.

Auf dem geschützten Händlerbereich unter www.ideal.de kann diese Superhelden-Aktion ebenfalls bequem online bestellt werden. Neben einer Aktionsbeschreibung bietet sich hier die Möglichkeit, die Aktionsmodelle sowie die Werbemittel zu ordern und alle Verkaufsförderungs-Medien herunterzuladen. Damit können sich die Handelspartner ihre Aktion unter dem Motto „Superhelden der Sicherheit“ ganz individuell zusammenstellen.

www.ideal.de

Die Ideal Marketing-Kampagne unter dem Motto „Superhelden der Sicherheit“ inszeniert das Thema Datenschutz ganz neu. „Daran kommt kein Handelspartner vorbei“, sagt Ideal.

Beim Kauf eines Ideal Superhelden „Made in Balingen“ erhält der Endkunde eine Packung Ölpapier gratis.





Die Leitz IQ Aktenvernichter Office eignen sich für kleinere Betriebe, zerkleinern bis zu 15 Blatt auf einmal. Die Leitz IQ Aktenvernichter Office Pro für Großraumbüros, schreddern bis zu 20 Blatt gleichzeitig. Das Modell P6+ zerkleinert eine A4 Seite in 12.000 kleine Partikel.

In jedem Papierkorb lauert Gefahr

71 Prozent der Unternehmen haben ihren Datenschutz noch nicht auf analoge Daten und Papier angepasst. Leitz Acco Brands empfiehlt leistungsfähige Schredder unter jedem Schreibtisch, um als Unternehmen auf der sicheren Seite zu sein.

Auch ein Jahr nach Einführung der neuen EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) besteht erheblicher Verbesserungsbedarf in puncto Datensicherheit. Das hat eine Studie von Leitz Acco Brands ergeben. 71 Prozent der Unternehmen haben ihren Datenschutz noch nicht auf die physische Vernichtung von Papierunterlagen angepasst. Dabei macht die DSGVO Aktenvernichter unentbehrlich: Rechnungen, Angebote, Steuerunterlagen müssen alle irgendwann ordnungsgemäß geschreddert werden. Mit einem leistungsfähigen Schredder unter jedem Schreibtisch sind Unternehmen auf der sicheren Seite, denn dieser ist die intelligente Alternative zu einem Papierkorb. Unter dem Motto „Papierkorb 2.0“ präsentiert Leitz deshalb die neue Leitz IQ Aktenvernichter-Serie ab der Sicherheitsstufe P4, die dabei unterstützt, die DSGVO umfassend einzuhalten.

Leitz macht Schredder zum „Papierkorb 2.0“.

Die am 25. Mai 2018 eingeführte neue EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) zielt vor allem auf einen einheitlichen Datenschutzstandard innerhalb der EU sowie die Stärkung von Verbraucherrechten ab. „In einer sich rasant wandelnden Welt müssen sensible Daten besonders geschützt werden. Um Missbrauch zu vermeiden, gelten seit letztem Jahr deshalb strengere Regulierungen für Unternehmen und höhere Strafen bei Verstößen. Wenn Unterlagen einfach im Papierkorb landen, bietet das keinen Schutz. Wir machen daher Papierkörbe zu Aktenvernichtern. Schredder werden zum ‚Papierkorb 2.0‘. Auch Mitarbeiter, die im Home-Office arbeiten, sollten einen leistungsfähigen Aktenvernichter zuhause verwenden“, erklärt Wendela Freiesleben, Marketing Direktorin bei Leitz Acco Brands. „Doch das Bewusstsein über den korrekten Umgang mit vertraulichen Daten hat sich ein Jahr nach der Verordnung noch nicht überall durchgesetzt. 53 Prozent der befragten Unternehmen bestätigen, im Zuge der neuen Gesetzgebung noch keine Geräte zum Schreddern von Papier gekauft zu haben. Dies gilt es zu verändern“, sagt Freiesleben.

dürfen nicht einfach im Papierkorb landen. Denn in jedem Papierkorb lauert die Gefahr, gegen die DSGVO zu verstoßen. Genau hier setzt Leitz an, und bietet gemäß der DSGVO acht Aktenvernichter ab der Sicherheitsstufe P4 an, die deutlich über den gesetzlichen Vorschriften liegen, leise sind und zudem mit ihrem ansprechenden Design punkten. „Die Sicherheitsstufe regelt dabei, welche Größe die einzelnen Partikel nach dem Vernichtungsvorgang haben dürfen und die Schutzklassen konkretisieren die Vorgaben an die jeweiligen Vernichtungsprozesse“, erklärt Tom Kirsten, Fachexperte für Datenschutz der TÜV SÜD Sec-IT GmbH. „Sowohl die Sicherheitsstufe als auch die Schutzklasse müssen im Hinblick auf die Schutzwürdigkeit der Daten gewählt werden. Personenbezogene Daten sind zum Beispiel mindestens nach Sicherheitsstufe 3 und Schutzklasse 2 zu vernichten. Bei Daten, die unter das Berufsgeheimnis fallen, wie z. B. Gesundheitsdaten, können auch eine höhere Sicherheitsstufe und Schutzklasse zum Tragen kommen. Unternehmen, welche keinen leistungsgerechten Vernichtungsvorgang zur Verfügung stellen, riskieren dabei einen Datenschutzvorfall, welcher eine empfindliche Sanktion nach sich ziehen kann.“

Papierunterlagen mit personenbezogenen und vertraulichen Daten

www.leitz.de





„The View“ ist der neue Firmensitz der Unternehmen IT@Spectrum und „The One Point“.

Lösungen für den Datenschutz

IT@Spectrum, ein Unternehmen aus dem Bereich des Druck- und Informationsmanagements mit Sitz in Hull, Großbritannien, fand nach dem Umzug in die neue Firmenzentrale mit HSM Aktenvernichtern eine DSGVO-konforme Lösung.

Seit über 30 Jahren hilft der Dienstleister IT@Spectrum anderen Unternehmen in Humber-side, Yorkshire und im Nordosten Großbritanniens, durch die Implementierung von automatisierten Geschäftsmanagement- und Druckprozessen, Zeit und Geld zu sparen. IT@Spectrum selbst ist ein preisgekröntes Unternehmen aus dem Bereich des Druck- und Informationsmanagements mit Sitz in Hull, Großbritannien.

Aufgrund des anhaltenden Erfolgs und des kontinuierlichen Wachstums zog das Unternehmen 2017 von Hull um in das neue, markante Bürogebäude „The View“ mit Blick auf die legendäre Humber Bridge. Bereits in Hull besaß das Unternehmen einen Aktenvernichter von HSM, das Modell HSM Classic 225.2, der die letzten zehn Jahre

zuverlässig Daten und Akten in der Sicherheitsstufe P-4 vernichtete.

Im Rahmen des Umzugs wurde die IT@Spectrum von ihrem Schwesterunternehmen „The One Point“, einem Anbieter mobiler Kommunikationslösungen, in das Gebäude „The View“ begleitet. Dank des Umzugs können ihre Kunden nun Besprechungszimmer, Showroom- und Schulungseinrichtungen nutzen. Bereits im ersten Jahr kamen über 2 300 Besucher in das Gebäude. Die hohen Besucherzahlen, aber auch die neuen DSGVO-Regularien, stellten Rob Cavill, Technischer Leiter bei IT@Spectrum, vor eine Reihe von Fragen rund um die Sicherheit der Dokumente im gesamten Gebäude.

Nachdem man bereits in der Vergangenheit dem Aktenvernich-



Rob Cavill, Technischer Leiter, IT@Spectrum Limited



Das britische Unternehmen hat sich von den HSM Datenschutzexperten umfassend beraten lassen. Die Aktenvernichter der Serie HSM Securio boten schließlich die beste Lösung für die Vertriebs- und Verwaltungsetage im neuen Gebäude „The View“.

ter-Spezialisten HSM Vertrauen schenkte, lag der Gedanke nahe, HSM erneut anzufragen, um die neuen Büroräume DSGVO-konform auszustatten.

Rob Cavill verantwortete den kompletten Bürorumzug. Im Zuge dessen implementierte er neue und wichtige Richtlinien und schaffte dadurch eine solide Lösung zur Einhaltung der Datenschutzrichtlinien im gesamten Gebäude.

Um den Ausstellungsraum sauber zu halten und um zu verhindern, dass vertrauliche Dokumente unbeaufsichtigt liegen bleiben, wurde im gesamten Gebäude eine sogenannte „saubere Schreibtisch-Politik“ eingeführt. Des Weiteren wurden die neuen Büroräume nicht, wie üblich, mit Papierkörben ausgestattet, sondern eine „shred all“-Politik implementiert. Das bedeutet, dass jedes Dokument, das theoretisch im Papierkorb gelandet und erst später vernichtet worden wäre, nun in einen Schredder wandert, sobald es nicht mehr benötigt wird.

Das neue Großraumbüro besticht durch ein sehr offenes Raumkon-

zept. Rob Cavill zog den alten, immer noch funktionstüchtigen Aktenvernichter HSM Classic 225.2 in den Servicebereich um und kaufte zusätzlich ein neues Modell – den Aktenvernichter HSM Securio P36i. Der neue Schredder mit der Sicherheitsstufe P-4 wurde zentral in der Vertriebs- und Verwaltungsetage installiert. Diese Platzierung ist das Ergebnis einer Stellplatzanalyse, die Rob Cavill zusammen mit den Datenschutzexperten von HSM durchführte.

Diese Analyse ergab auch, dass die Sicherheitsstufe P-4 am besten zu den Sicherheitsbedürfnissen von IT@Spectrum passt – vor allem in der Kombination mit der hohen Blattleistung. So läuft das Schreddern für die Mitarbeiter auch bei größeren Mengen schnell und einfach ab.

Inzwischen sind die beiden Unternehmen IT@Spectrum und The One Point etwas mehr als ein Jahr in dem neuen Gebäude. Seit der Installation des neuen Aktenvernichters ist den Mitarbeitern noch bewusster, dass alle unerwünschten Dokumente zeitnah entsorgt

werden müssen. Dank der zentralen Platzierung der beiden Aktenvernichter in den jeweiligen Stockwerken, vernichteten die Mitarbeiter die Unterlagen direkt, sobald sie nicht mehr benötigt werden. Das stellt sicher, dass alle Dokumente, die persönliche oder firmeninterne, vertrauliche Informationen enthalten, sicher entsorgt werden.

Dank der von Rob Cavill eingeführten Richtlinien für eine datenschutzkonforme Arbeitsweise, werden die Daten nun dementsprechend sicher vernichtet. Dass die Geräte von HSM langlebig sind, das hat bereits der Aktenvernichter HSM Classic 225.2 bewiesen, der dort schon seit über zehn Jahren im Einsatz ist.

„Der neue HSM Aktenvernichter hat uns überzeugt, dass wir ab sofort alle persönlichen, sensiblen und vertraulichen Dokumente direkt vor Ort absolut sicher vernichten – selbstverständlich alles entsprechend der neuen DSGVO!“, erklärt Rob Cavill, Technischer Leiter, IT@Spectrum Limited abschließend.

www.hsm.eu



Richtig reinigen im Büro

Zu Hause wird selbstverständlich „klar Schiff“ gemacht und gereinigt. Aber wie sieht es mit der Hygiene am Arbeitsplatz aus? Trotz Putzservice lauern hier oftmals gefährliche Keime und Viren. Nutzen Sie das Thema, die Kunden für das Thema zu sensibilisieren.

Im vergangenen Jahr fehlten Mitarbeiter in Deutschland durchschnittlich 14,4 Tage, weil sie krank waren. Ein großer Teil dieser Krankheitsfälle geht auf das Konto von Grippe & Co, rund 30 Prozent der Betroffenen hatten dabei mit Atemwegserkrankungen zu kämpfen. Wie aktuelle Untersuchungen zeigen, steht das Thema Sauberkeit und Hygiene im Büro in dem Zusammenhang noch zu wenig im Fokus.

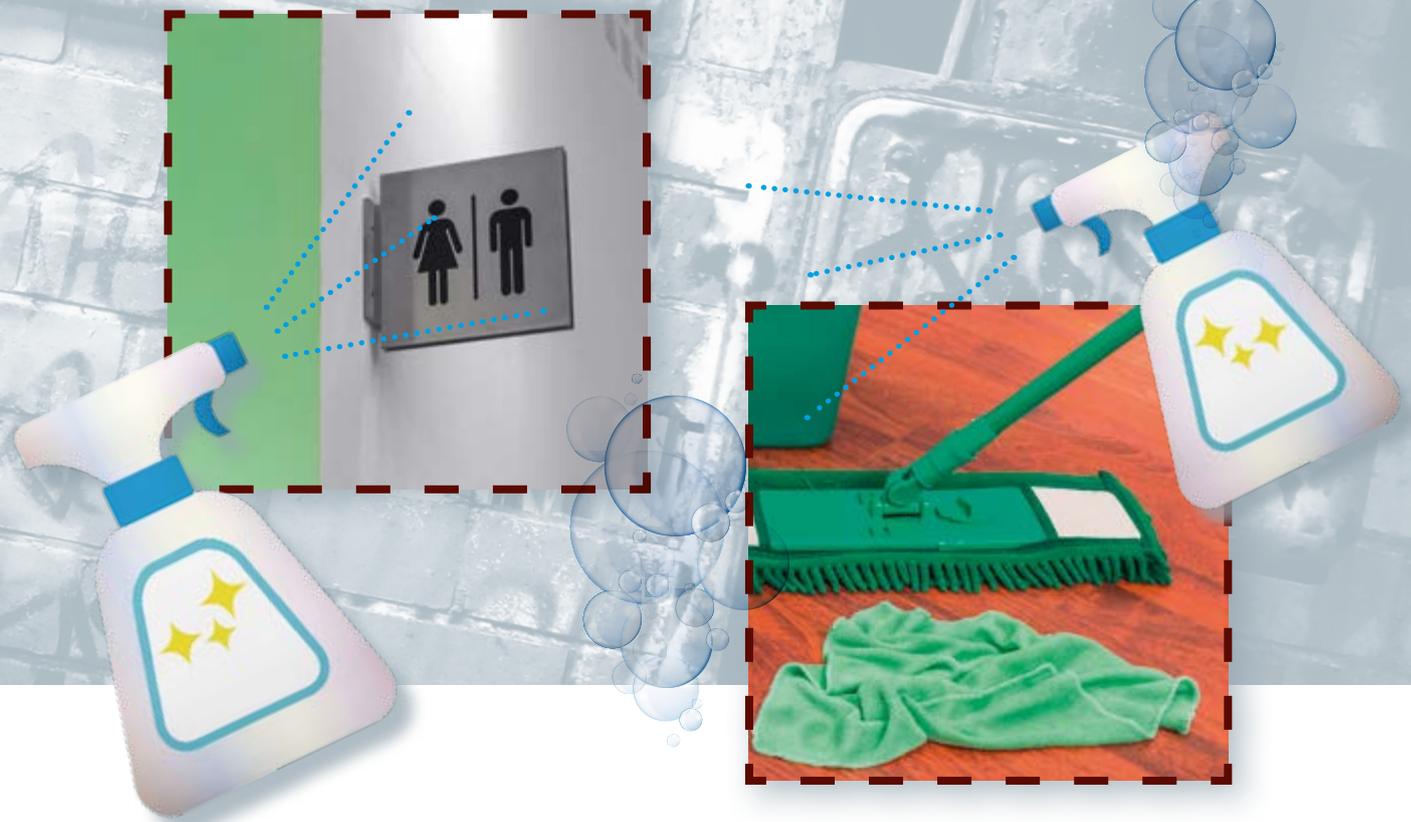
Zwar leisten sich die meisten Firmen heute einen Putzservice, der täglich die Mülleimer leert, die Gemeinschaftsküchen und die Toiletten reinigt, aber um die „Tiefenreinigung“ am Arbeitsplatz ist es immer noch eher schlecht bestellt: Telefon, Tastatur und Teetasse sind oft die reinsten Keimschleudern und machen Mitarbeitende krank, besonders in Zeiten, in denen Bakterien und

Viren sowieso schon Konjunktur haben.

Spezielle Produkte unterstützen die Hygiene im Büro und helfen dabei, die Ansteckungsgefahr für Arbeitnehmende zu verringern. Bei den Reinigungsmitteln hat sich in den letzten Jahren viel getan, gerade was den Einsatz neuer, schnell wirksamer und effektiverer Substanzen angeht, aber auch die Themen Nachhaltigkeit und Umweltschutz kommen nicht zu kurz. Viele Firmen achten mittlerweile darauf, mit möglichst wenig „Chemie“ möglichst viel zu erreichen und auch das eine oder andere Hausmittelchen in Form von Haushaltsessig, Backpulver und Zitronensaft kommt wieder zu neuen Ehren. Wer aber Bakterien und Viren am gemeinsamen Arbeitsplatz nachhaltig den Garaus machen möchte, sollte zu Produkten greifen, die höchsten Hygienestan-

dards genügen. Reinigungsmittel, die nach DIN EN ISO 9001 zertifiziert sind, sind sowohl wirksam als auch umweltfreundlich.

Besonders praktisch fürs Büro sind Reinigungs-Sets oder Allzweckreiniger, mit denen man gleich mehreren Schmutzherden zu Leibe rücken kann. Doch hier ist durchaus Vorsicht angesagt: Wer mit zu scharfen oder grobkörnigen Mitteln putzt, beschädigt unter Umständen empfindliche Oberflächen und ärgert sich im Nachhinein über einen verkratzten LED-Monitor. Auch die Dosis und Einwirkzeiten müssen beim Einsatz von Putzmitteln unbedingt beachtet werden: Wer beispielsweise Desinfektionsmittel nicht lange genug einwirken lässt, riskiert, dass die Krankheitserreger resistent werden und sich ungehindert vermehren können. Wenn insgesamt weniger Putzmittel



zum Einsatz kommen sollen, kann man im Unternehmen auch über die Anschaffung von so genannten Hygienetastaturen mit antibakteriell beschichteter Oberfläche nachdenken.

Unser Tipp: Richtig putzen am Arbeitsplatz

Nicht jedes Desinfektionsmittel wirkt gegen jeden Erreger: Wie bei Medikamenten muss man entweder gegen Bakterien oder gegen Viren vorgehen. Gerade bei der Reinigung der Toilettenräume sollte hier auf die höchste Hygienestufe geachtet werden, um etwa Ansteckungen mit dem gefährlichen Norovirus zu vermeiden. Gegen Bakterien (z.B. E.Coli, Salmonellen und MRSA-Erreger) helfen Mittel, die nach DIN EN 1276 und EN 13697 zertifiziert sind und antibakteriell wirken. Viren rückt man hingegen mit „Viruziden“ zu Leib. Diese Mittel tragen den Verweis „VAH-zertifiziert“ oder „VAH-gelistet“.

Empfohlene Einwirkzeiten unbedingt beachten! Wer die Reinigungsmittel nicht wie auf der Packung angegeben einwirken lässt, riskiert nicht nur Unwirksamkeit sondern perspektivisch auch Resistenzen der Erreger gegen eben die

Mittel, die wir gegen sie einsetzen wollen: Deswegen immer Geduld zeigen oder zu neueren Mitteln greifen, die schneller wirken als ältere Generationen.

Einwegtücher sind manchmal besser als Putzlappen! Gerade wenn die Putzlappen nicht oft genug ausgetauscht und gewaschen werden, droht hier eher Verschlimmerung als Verbesserung der Hygiene am Arbeitsplatz. Ebenso sollten die Handtücher in gemeinsam genutzten Teeküchen mindestens einmal die Wochen gegen neue getauscht werden. Beschriftete Haken an der Wand stellen darüber hinaus sicher, dass das Trockentuch für die Spüle nicht auch zum Trocknen von Obst und Gemüse hergenommen wird.

Hilfreich sind auch „Putzregeln“, die alle befolgen und die gut sichtbar in Gemeinschaftsräumen und Toiletten aufgehängt werden.

Stellen oder hängen Sie neben Eingängen und auf den Toiletten zusätzlich zur Handwaschseife Desinfektionsspender auf, die man ohne Einsatz der Hände (z.B. mit dem Ellenbogen oder dem Unterarm) verwenden kann.

Sprechen Sie mit dem Reinigungspersonal, dass auch gerne vergessene Bereiche wie Türklinken, Lichtschalter, Spülkästen und Seifenspender täglich gereinigt werden sollen: Sonst ist das vorherige Händewaschen umsonst!

Weiterführende Informationen

Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung gibt hilfreiche Tipps zur Hygiene im Alltag: <https://www.infektionsschutz.de/hygienetipps/> Einfach zu befolgende Putzregeln finden sich auch im „Forum

Waschen“ unter <https://www.forum-waschen.de/richtig-reinigen-pflegen.html> Schön gestaltete Poster zu Putzregeln und Hygienetipps gibt es auch bei vielen Krankenkassen, z.B. bei der AOK.

Logistik beschleunigt die Digitalisierung

Ob Routenplanung mit Künstlicher Intelligenz, Warentransport mit autonomen Lkw und Drohnen oder Blockchain für eine transparente Lieferkette: Digitale Technologien verändern derzeit die Logistik. Bitkom befragte über 500 Unternehmen.

Die Digitalisierung bietet enorme Chancen für die Logistik“, sagt Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder. „Ein effizienter Transport von Rohstoffen, Bauteilen und Waren ist gleichermaßen betriebswirtschaftlich sinnvoll wie volkswirtschaftlich und ökologisch notwendig. Die Digitalisierung hilft den CO₂-Ausstoß in der Logistik zu senken und das Klima zu schützen.“

Eine große Mehrheit sieht viele praktische Vorteile digitaler Technologien beim Warentransport: Beschleunigung des Transports (92 Prozent), langfristig sinkende Logistikkosten (85 Prozent) und weniger anfällige Transportketten (79 Prozent). Mehr als zwei Drittel (69 Prozent) sind zudem überzeugt, dass digitale Technologien einen umweltschonenden Transport ermöglichen (69 Prozent) – das ist eine deutliche Zunahme zu 2017 mit 58 Prozent.

Schon heute setzen viele Unternehmen mit Logistikprozessen vor allem im Lager auf digitale Technologien. So nutzen 4 von 5 Unternehmen mit Logistikprozessen (80 Prozent) Warehouse Management Systeme oder planen aktuell den Einsatz, drei Viertel (72 Prozent) setzen Sensortechnologien wie RFID-Chips ein oder haben das vor, etwa um schnell eine Inventur durchführen zu können. Jedes zweite Unternehmen hat elektronische Frachtbegleiddokumente (54 Prozent) oder Tablet Computer und Smartphones (53 Prozent) statt Zettel und Klemmbrett im Lager eingeführt oder plant dies. Und

rund jedes dritte Unternehmen hat bereits fahrerlose Staplersysteme (38 Prozent), Geräte mit Augmented Reality (35 Prozent) oder Lagerroboter (30 Prozent) im Einsatz oder in Planung. Dr. Bernhard Rohleder. „Digitale Plattformen sind der große Game-Changer in der Logistik. Deutsche Unternehmen sollten die Chance ergreifen und nicht nur als Nutzer sondern ebenso als Anbieter von Plattformen aktiv werden.“

Doch trotz der weit verbreiteten Erkenntnis, welche bedeutende Rolle gerade neuere digitale Technologien haben, sind die Unternehmen in der Praxis aktuell noch eher zurückhaltend. So setzt gerade einmal jedes fünfte Unternehmen (20 Prozent) Datenanalysen ein, nur etwas mehr (21 Prozent) plant dies aktuell. Lediglich jedes zehnte Unternehmen (10 Prozent) nutzt Software für vorausschauende Wartung, 15 Prozent planen dies. Und ebenfalls nur 10 Prozent nutzen 3D-Druck, 8 Prozent sind derzeit in der Planungsphase. Eine kleine Minderheit von 6 Prozent nutzt Künstliche Intelligenz, kaum mehr (8 Prozent) planen dies. Blockchain ist sogar nur bei 4 Prozent im Einsatz, weitere 3 Prozent wollen die Technologie einsetzen. Und auf Drohnen setzen aktuell 2 Prozent, 4 Prozent wollen dies bald tun. „Künstliche Intelligenz und Blockchain haben das Potenzial, die Logistik nicht nur effizienter zu machen, sondern komplett zu verändern“, sagte Rohleder.

Dabei werden die Unternehmen vor allem durch hohe Kosten vom



Einsatz digitaler Anwendungen in der Logistik abgeschreckt. So sagen 3 von 5 (62 Prozent), Kosten für den Datenschutz seien der größte Nachteil digitaler Lösungen. Rund jeder Zweite beklagt allgemein hohe Investitionskosten (53 Prozent) und die Gefahr der Spionage, etwa von Betriebsdaten (47 Prozent). Rund jeder Vierte sieht einen Nachteil in einem möglichen Verlust von Arbeitsplätzen (27 Prozent) und dem steigenden Bedarf an höher qualifizierten Fachkräften (26 Prozent). Rohleder: „Deutsche Logistikunternehmen sind nicht nur international führend, die Logistik ist auch ein bedeutender Arbeitgeber. Die Arbeit wird sich in den kommenden Jahren stark verändern.“

Eine breite Mehrheit von drei Viertel (74 Prozent) der Unternehmen, die Waren transportieren, ist sicher, dass Digitalkompetenz für Beschäftigte in der Logistik stark an Bedeutung gewinnen wird. Und sogar fast alle (95 Prozent) sagen, dass Unternehmen ihre Logistik-Mitarbeiter in Digitalisierungsfragen intensiver weiterbilden müssen.

www.bitkom.org

Trotz der weit verbreiteten Erkenntnis, welche bedeutende Rolle gerade neuere digitale Technologien haben, sind die Unternehmen in der Praxis aktuell eher zurückhaltend.

pbsreport

magazin für büro & papeterie

Impressum

Verlag
Zarbock Media GmbH & Co. KG

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

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

Geschäftsführung
Dipl.-Ing. Ralf Zarbock



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



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



Dr. Stephanie Dreyfürst / drey
Telefon 069/42 09 03-78
Arbeitswelt, Gesundheit und Büroorganisation
stephanie.dreyfuerst@zarbock.de



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

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



Anzeigenposition/Aboservice
Daniel Weil
Telefon 069/42 09 03-72
daniel.weil@zarbock.de



Erscheinungsweise:
Monatlich. Zusammenlegung einzelner Hefte zu Doppelheften vorbehalten.

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

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

Bei Nichterscheinen infolge Streiks oder Störung durch höhere Gewalt besteht kein Anspruch auf Lieferung. Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in dieser Zeitschrift berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Warenschutzgesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürfen. ISSN-Nr. 0344-726 X



Informationsgemeinschaft
zur Feststellung der Verbreitung
von Werbeträgern e.V. (IWV)

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

Termine

26. bis 28. Juni 2019
Tendence, Frankfurt
tendence.messefrankfurt.com

29. bis 30. Juni 2019
Prisma-Fachtagung Nord, Münster
www.prisma.ag

6. bis 8. Juli 2019
Trendset, München
www.trendset.de

27. bis 29. Juli 2019
Nordstil, Hamburg
nordstil.messefrankfurt.com

6. bis 11. September 2019
IFA, Berlin
www.ifa-berlin.com

7. bis 9. September 2019
ILM Summer Styles, Offenbach
www.ilm-offenbach.de

9. bis 12. Oktober 2019
Insights-X, Nürnberg
www.insights-x.com

5. bis 7. Januar 2020
Trendset, München
www.trendset.de

6. bis 9. Januar 2020
Stationery Fair, Hong Kong
www.messefrankfurt.com.hk

25. bis 28. Januar 2020
Paperworld/Creativeworld, Frankfurt
paperworld.messefrankfurt.com

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

Vorschau August 2019

- Schul- und Freizeittaschen
- Trendprodukte und Zusatzsortimente
- Dokumenten-Management und Scanner
- Nachhaltige Büro- und Arbeitswelt

Die nächste Ausgabe des PBS Report erscheint am:
23. August 2019 (Anzeigenschluss 5. August 2019).

ISPA – the international gate opener for your business.

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



www.ispa.club

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

ISPA 
INTERNATIONAL STATIONERY AND OFFICE PRESS ASSOCIATION

STABILO[®] EASYoriginal Graffiti Edition

Ergonomischer Tintenroller



**GRAFFITI
EDITION**

NEU

**JEDER STIFT
IST
EINZIGARTIG**

nachfüllbar,
löschar

