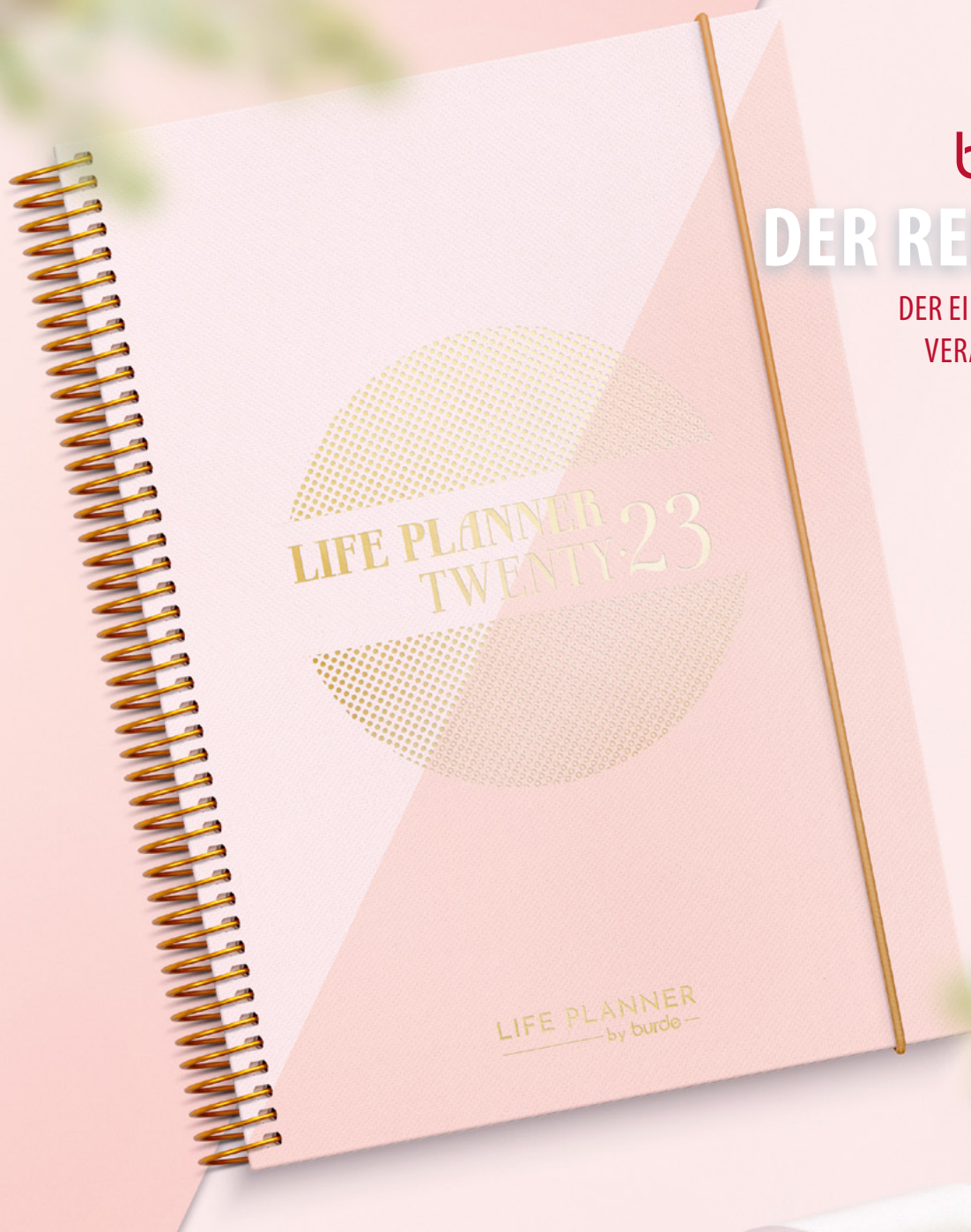


pbsreport

magazin für büro & papeterie



burde

DER REBELL

DER EINE BRANCHE
VERÄNDERT HAT.

12 | Böttcher

Neuer Standort
feierlich eröffnet

18 | Büroring

Zurück zu Wachstum
und Erfolg

34 | Burde

Kreative Kalender
mit Potenzial

Ein Arbeitsplatz, der mit deinen Ideen wächst.

Du brauchst Hilfe bei der Ausstattung deiner ersten Geschäftsräume? Wie schaffst du einen Ort, an dem sich alle entfalten können? Wie richtest du eine praktische Kaffeeküche ein? Bei IKEA findest du nicht nur die richtigen Möbel und Accessoires, sondern auch die passenden Services: von der Einrichtungsplanung bis zum Aufbau vor Ort.

Wir geben deiner Geschäftsidee den richtigen Raum.



TROTEN Schreibtisch sitzend/
stehend. Melaminfolie/pulverbe-
schichteter Stahl. 160×80 cm, höhen-
verstellbar 72–122 cm. 294.341.30



Alles, was du für dich und dein Unternehmen
brauchst: **IKEA.de/Unternehmen**





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



Sabine Baumstark
Redaktion PBS Report

Countdown in Nürnberg

Die Furcht vor deutlich höheren Energiekosten in den kommenden Monaten zwingt viele Haushalte zur Vorsorge und dazu, Geld für zukünftige Energierechnungen auf die Seite zu legen. Dies belastet das Konsumklima weiter, da im Gegenzug weniger finanzielle Mittel für den übrigen Konsum zur Verfügung stehen. So lautete zuletzt die warnende Prognose der GfK. Und die Situation könne sich in den kommenden Wochen und Monaten noch weiter verschärfen. Wenn die Haushalte deutlich mehr für Energie und Lebensmittel zu bezahlen haben, fehlen ihnen die finanzielle Mittel für andere Anschaffungen. Folglich dürfte hier die Zurückhaltung hoch bleiben. Für das Weihnachtsgeschäft müssen sich Handel und Industrie also warm anziehen.

Feierstimmung herrschte unterdessen in Jena-Zöllnitz. Dort eröffnete Udo Böttcher, Vorstand der Böttcher AG, den neuen Firmensitz mit rund 90 000 Quadratmetern Logistikfläche. Der E-Commerce-Spezialist plant von hier aus künftig bis zu 120 000 Pakete pro Tag zu versenden. Mit einem Gesamtumsatz von zuletzt 580 Millionen Euro rangiert die Böttcher AG nahe der Top 10 des deutschen E-Commerce. Den 680 Mitarbeiter*innen wird am neuen Standort so einiges geboten: Ein Fitnessstudio, ein integrierter Friseursalon, Cafeteria und Mitarbeiter-Bistro, Ruhe- und Pausenräume sowie zahlreiche Freizeit-Spielecken [Seite 12].

Traditioneller - aber nicht weniger auf der Höhe der Zeit - erleben die Kunden in Regensburg den Fachmarkt Papier Liebl. Erst kürzlich erfolgte als weitere Modernisierungsmaßnahme der Umbau der Bastel- und Kreativabteilung, der besonders eindrucksvoll die Innovationskraft der Unternehmensgruppe zeigt [Seite 20].

Zwei Jahre nach der Pandemie-Pause kehrt auch die Insights-X im Herbst vom 5. bis 7. Oktober zurück in die Nürnberger Messehallen. Christian Ulrich, Sprecher des Vorstands der Spielwarenmesse eG und Veranstalter der Expo, erklärte uns im Interview, was die Besucher der PBS-Fachmesse erwartet. Fakt ist, der Handel und die Industrie haben lange auf diesen Neustart gewartet. Der Countdown hat bereits begonnen [Seite 22].

Bleiben Sie gesund.
Viel Spaß beim Lesen dieser Ausgabe.

Tito Kraus *Sabine Baumstark*



Inhalt

Editorial

- 3 Countdown in Nürnberg

Handel und Forum

- 12 Böttcher AG - Neuer Firmenstandort feierlich eröffnet
14 duo schreib & spiel - duoSymPos mit neuem Konzept
16 Prisma - Fachtagung am Rhein
18 Axel Hennemann und Kai-Uwe Heuer, Büroring eG im Interview - Zurück zu Wachstum und Erfolg
20 Papier Liebl - Gutes noch besser machen

Unternehmen und Profile

- 22 Christian Ulrich, Insights-X, im Interview - Countdown für den Neustart
24 InsightsTalks - Handelsthemen live vor Ort
28 Frank Indenkämper und Dominique Fanta, Novus Dahle, im Interview - Arbeitsplatzexperten sind im Handel gefragt
31 Messe Frankfurt - Ambiente liefert neue Synergien
32 Trends Up West - Hoher Trendfaktor in Düsseldorf

Titelstory

- 34 Burde - Kreative Kalender mit großem Potenzial

Papeterie und Lifestyle

- 36 Balma, Capoduri & C. - Nachhaltige Schreibtisch-Accessoires
36 HAN-Bürogeräte - Toolbox Loft, die Antwort auf New Work
37 NewPen - Bunt- und Bleistifte aus Zeitungspapier
37 Trodat - Charmante Abdrucke im XXL-Format
38 Tesa - Der formbare Alleskleber
39 ELCO - Weihnachten liegt in der Luft
40 Lulubug - Magischer Malspaß
41 Edition Gollong - Geschenke schön verpacken

Schule und Freizeit

- 42 Beckmann - Luftkissen bietet noch mehr Tragekomfort
44 Deuter - Nachhaltige Schulrucksäcke
46 Undercover - Be cool, die neue Kollektion
47 Hamelin Brands - Nachhaltig schreiben

- 48 Step by Step - Ergonomisch und nachhaltig durch die Grundschulzeit
49 Pentel - Calme, Kugelschreiber neuester Generation
50 Undercover - Mit neuen, starken Lizenzen in die Schulranzen-Saison
51 Pentel - Sortiment für Profis und Heimwerker

Büro und Technik

- 52 HP - Sichere und nachhaltige Drucklösungen
53 Colop - Mobiler Lifestyle-Drucker
53 Köhl - Ballendat Lounge-Kollektion vorgestellt
54 Ideal - Mit Sicherheit Weltmeister
56 Durable - Dem Müll nachhaltig einen Korb geben
56 DextIT - Gaming Marke „Mountain“ im Vertrieb
57 Reiner - Mobiles Kennzeichnungsgerät
57 Durable - Ergonomie auf Augenhöhe

Obligatorisches

- 6 Szene
58 Impressum / Termine



EDITION GOLLONG

GLÜCKWUNSCHKARTEN POSTKARTEN

UNSERE NEUEN GESCHENKTASCHEN SIND DA!



Respekt und Wertschätzung für Mitarbeiter

Am 26. April dieses Jahres wurde der Grundstein gelegt, vier Monate später stand der Rohbau des Soennecken „Teamhauses“, eines neuen Aufenthaltsgebäudes für das Logistik-Team des Unternehmens. Anlässlich des Richtfestes am 26. August betonte der Soennecken Vorstand die Wichtigkeit einer lebenswerten Arbeitsumgebung.

In den letzten Jahren ist die Soennecken eG und damit auch die Zahl der Mitarbeitenden in der Logistik gewachsen. In Folge waren die bestehenden Räumlichkeiten nicht mehr ausreichend dimensioniert. Mit einem neuen Teamhaus wird der Stammsitz der Soennecken in Overath nun erweitert und damit zusätzlicher Raum geschaffen für Pausen, für die individuelle Erholung sowie für den gemeinschaftlichen Austausch. Der eingeschossige Massivbau in Form eines Pavillons, der zum Schutz vor Hochwasser auf Stelzen steht, wird neben einem Multifunktionsraum mit Ruhezonen und Bewegungsbereichen über Umkleieräume und Sanitäräume mit Duschen verfügen, für externe LKW-Fahrerinnen und -Fahrer sind eigene Bereiche vorgesehen. Die 300 Quadratmeter große Dachterrasse wird so ausgestattet, dass sie für Firmenfeiern und Public Viewing genutzt werden kann.

In seiner Ansprache zum Richtfest erklärte Dr. Benedikt Erdmann, Vorstandsvorsitzender der Soennecken, die Motivation für den Anbau: „Wir haben es uns auf die Fahne geschrieben, Arbeiten lebenswerter zu machen. Das gilt für unsere Kunden ebenso wie für alle Bereiche unseres Unternehmens. Es ist eine Frage des Respekts und der Wertschätzung, dass wir unseren gewerblichen Mitarbeitenden eine vergleichbare Aufenthaltsqualität ermöglichen wie den Teams der Verwaltung.“

Für Georg Mersmann ist das Teamhaus ein Pluspunkt für Soennecken als Arbeitgeber: „Eine angenehme Arbeitsumgebung und ein wertschätzender Umgang sind wichtige Entscheidungskriterien bei der Auswahl des Arbeitgebers. Damit haben wir beim Recruiting einen Wettbewerbsvorteil.“ Auch Bernd Sassenhof, Erster Beigeordneter der Stadt Overath, freut sich über eine Aufwertung des Standorts: „Gesunde, zukunftsfähige Unternehmen wie Soennecken sind die ökonomische Basis für eine positive Stadtentwicklung“, betonte er. „Mit dem neuen Teamhaus sichert die Genossenschaft ihre Leistungsfähigkeit als relevanter Arbeitgeber der Region.“

www.soennecken.de



Dr. Benedikt Erdmann (r.), Vorstandsvorsitzender der Soennecken, und Georg Mersmann, Vorstand, beim Richtfest des neuen Aufenthaltsgebäudes der Logistik in Overath.

Wälder werden für Stifte gerodet.

AufgeföRstet

In unseren unternehmenseigenen Wäldern wächst pro Stunde eine LKW-Ladung Holz nach. Ein Drittel der 10.000 Hektar bleibt unberührt – als Lebensraum für bedrohte Tiere und Pflanzen.



Veränderung braucht Kreativität.

Kampagne für Nachhaltigkeit

Faber-Castell hat eine internationale Kampagne zur Kommunikation seiner vielfältigen Maßnahmen für eine nachhaltige Produktion gestartet. Damit möchte das Unternehmen innerhalb der Branche seine Führungsposition bei der Nachhaltigkeit untermauern und sein Engagement weltweit sichtbar machen.

Die Kampagne umfasst die vier Kernthemen Biodiversität, alternative Kunststoffe, klimaneutrale Produktion und erneuerbare Energien. Im Schwerpunkt Biodiversität wird die nachhaltige Forstwirtschaft im unternehmenseigenen Wald in Brasilien vorgestellt: Faber-Castell pflanzt jährlich 300.000 Baumsetzlinge und deckt 86 Prozent seines weltweiten Holzbedarfs aus den eigenen, FSC-zertifizierten Wäldern. Zudem absorbieren die Wälder von Faber-Castell 900.000 Tonnen CO₂. Rund 10.000 Hektar Kiefernforste versorgen das Unternehmen mit eigenem, zertifiziertem Holz für die Stiftproduktion.

Ein Drittel des Waldes ist seit den 1980er-Jahren naturbelassen und beheimatet heute mehr als 716 Tier- und Pflanzenarten - darunter viele bedrohte Spezies. Plastikvermeidung ist ein weiterer Baustein der Nachhaltigkeitskommunikation. Bei Einwegverpackungen steigt Faber-Castell mehr und mehr von Plastik auf Karton um. Außerdem werden für Stiftkomponenten zunehmend recycelte, biobasierte oder biologisch abbaubare Kunststoffe verwendet. Ziel ist es, den Anteil an alternativen Kunststoffen in den Produkten bis zum Geschäftsjahr 2029/30 auf 55 Prozent zu erhöhen.

www.faber-castell.de

Sabine Matter leitet Marketing

Generationswechsel bei Dauphin



Sabine Matter

Sabine Matter ist neue Leiterin Marketing und Kommunikation beim Sitzmöbelhersteller Köhl in Rödermark. Die 47-Jährige bringt jede Menge Erfahrung im Bereich B2B-

Kommunikation mit. Zuletzt war sie Marketingleiterin bei der DVS Technology AG, wo sie u. a. für Strategieentwicklung, Markenarchitektur und die Implementierung einer neuen Corporate Identity verantwortlich zeichnete. Auch die Erschließung und der Ausbau neuer web-basierter Marketingkanäle gehörten zu ihren Schwerpunkten. Für namhafte Netzwerkagenturen war sie als Etat-Direktorin tätig. Die Kauffrau für Marketingkommunikation und geprüfte Medienproduzentin hat sich bei der Sitzmöbelmanufaktur Köhl vor allem die weitere Markenentwicklung und die Erschließung neuer Marktsegmente zum Ziel gesetzt.

www.koehl.com

Mit Innovationsgeist, unternehmerischem Mut und einer modernen Unternehmensphilosophie war Friedrich-Wilhelm Dauphin bereits bei der Gründung seiner Bürositzmöbelfabrik 1968 seiner Zeit voraus. In 54 Jahren Unternehmensgeschichte schuf er mit seinem Lebenswerk die heute international im Büromöbelmarkt erfolgreiche Dauphin-Gruppe. Mit Wirkung zum 1. Juli 2022 legte Unternehmensgründer Friedrich-Wilhelm Dauphin, der am 4. Juli seinen 84. Geburtstag feierte, seine Funktion als Geschäftsführer nieder. Der leidenschaftliche Geschäftsmann bleibt Vorsitzender des Gesellschafterausschusses, seine Tochter Antje Dauphin (58) fungiert dort künftig als seine Stellvertreterin. Die Geschicke des Unternehmens werden künftig von einer Management-Doppelspitze geleitet, bestehend aus dem langjährigen Dauphin-Geschäftsführer Dr. Jochen Ihring (51) und Michael Rudloff (61).

Enkel Julien Dauphin (32) wird sich in seiner Position als Innovationsmanager weiterhin aktiv in das Unternehmen einbringen. „Dass mein Enkel so für die dritte Generation der Dauphin-Familie steht, erfüllt mich mit Stolz und Zuversicht“, ergänzt Friedrich-Wilhelm Dauphin.



Antje Dauphin und Friedrich-Wilhelm Dauphin

„Ich sehe es als unsere Aufgabe, das Unternehmen für die Zukunft auszurichten und den Generationswechsel voranzutreiben. Die Geschäftsführung hat daher beim Übergang zu einem managementgeführten Familienunternehmen unsere volle Unterstützung“, sagt Antje Dauphin. „Ich freue mich darauf, in meiner künftigen Rolle die Zukunftsthemen mit der dritten Generation der Unternehmensfamilie zu gestalten und andere Menschen in ihrem Wirkungskreis zu stärken.“

www.dauphin-group.com



Hier erfahren Sie mehr.

Schenken mit Herz

Hochwertige Verpackungen für Ihre Geschenke mit persönlichen Weihnachtsgrüssen

myelco.ch

Streit bezieht neue Firmenzentrale

Das traditionsreiche Büro-Unternehmen Streit Service & Solution hat sein neues Domizil im Gewerbegebiet Kinzigpark in Gengenbach bezogen. Auf dem 25.000 Quadratmeter großen Gelände sind ein neues Bürogebäude mit moderner Arbeitswelt sowie ein großes Logistikzentrum mit hocheffizienter Autostore-Anlage entstanden.

„Gengenbach ist ein Meilenstein für Streit und die größte Investition in der bisherigen Firmengeschichte“, sagt Geschäftsführer Rudolf Bischler in seiner Ansprache. „Der Standortwechsel von Hausach nach Gengenbach war eine schwierige, aber richtige Entscheidung“, ergänzt Bischler, „unser neues und leistungsstarkes Logistikzentrum mit der Autostore-Anlage wird künftig einen deutlich höheren Umschlag generieren, der in dieser Kapazität in Hausach nicht möglich gewesen wäre.“

Streit kann seinen Lagerbestand nun auf über das Doppelte erweitern, die Lagerfläche auf ein Viertel einsparen. Damit verstärkt Streit seine logistische Kernkompetenz. Die Office-Logistik verdoppelt ebenfalls ihre Kapazitäten und ermöglicht damit noch vielen weiteren Kunden künftig das Einlagern von eigenen Artikeln des Bürobedarfs im Logis-



Umzugsfeier bei Streit in Gengenbach: [v.l.] Carolin Stoz, Gesellschafterin und Sprecherin des Familienrats, Gengenbachs Bürgermeister Thorsten Erny und Streit-Geschäftsführer Rudolf Bischler mit Ehefrau Sigrud.

tikzentrum in Gengenbach, die Streit auf Zuruf in kürzester Zeit liefert. Die Investition in die Zukunft des Familienunternehmens liegt im unteren zweistelligen Millionenbereich und dient der Sicherung von Arbeitsplätzen sowie dem Nutzen der Kunden von Streit.

Carolin Stoz, Tochter von Rudolf Bischler, Gesellschafterin und Sprecherin des Familienrats sowie Mitglied im Beirat, betonte ebenfalls die Bedeutung des Umzugs für das Unternehmen Streit. „Die neue Firmenzentrale und die deutlich gestiegenen Kapazitäten durch das leistungsstarke Logistikzentrum bringen uns alle - die Firma, die Mitarbeitenden und uns als Gesellschafterfamilie - einen großen Schritt nach vorne und sichern die Zukunft“, unterstreicht Carolin Stoz. „Der Neubau hier in Gengenbach ist Ausdruck von Wachstum und Erfolg und symbolisiert gleichzeitig ein Jubiläum, denn der Spatenstich erfolgte zum 70-jährigen Bestehen des Unternehmens“, sagt Stoz weiter.

Das neue Bürogebäude mit 2.200 Quadratmetern Bürofläche auf zwei Ebenen ist fast komplett mit einer Glasfassade ausgestattet und dient mit seiner Einrichtungskonzeption als zukunftsweisender Ort von „New Work“. Diese neue

Art des Arbeitens und vor allem Zusammenarbeitens durch Agilität, Flexibilität und Mobilität ist die Antwort auf wirtschaftliche, technologische und gesellschaftliche Veränderungen. Die moderne Streit-Arbeitswelt in Gengenbach zeigt anschaulich, wie Streit selbst mit der eigenen Belegschaft das Konzept New Work an den Arbeitsplätzen umsetzt.

Am neuen Firmenstandort wurde die Bürokultur von Streit zudem konzeptionell und technisch weiterentwickelt. Die Arbeitswelt von Streit steht Firmen seit einigen Jahren zur Besichtigung offen und dient seither vielen von ihnen als inspirierende Blaupause für eigene Einrichtungsprojekte. Auch am neuen Standort in Gengenbach wird Streit Besucher einladen und sein Einrichtungskonzept anhand der Ausstattung der eigenen Arbeitsplätze demonstrieren.

Streit hat ein nahezu emissionsfreies Gebäude ohne Gasnutzung, dafür mit einer Wasser-Wasser-Wärmepumpe und Fotovoltaik gebaut. Für E-Autos und E-Bikes sind Ladestationen auf dem Gelände vorgesehen. Eine hohe Energieeffizienz des neuen Gebäudes, umweltfreundliches Bauen und Energieautarkie waren in den Planungen bestimmend.

www.streit.de



Die Streit Firmenzentrale in Gengenbach mit neuer Arbeitswelt setzt Maßstäbe.



FOREST DEER DUSTY MINT



ACTIVE AIR FLX



Active Air FLX ist ein innovativer Rucksack, der hervorragende Funktionalität und Tragekomfort besitzt. Das Rückensystem basiert auf einer Kombination aus Luft und Schaumpolsterung. Dadurch wird die Luft verteilt, und es entsteht eine größere Kontaktfläche zwischen Rucksack und Rücken, was für eine bessere Stütze und Stabilität sorgt. Durch das FLX-System kann das Volumen des Rucksacks bei Bedarf um ca. 5 Liter erweitert werden.



Expansion um ca. 5 Liter



Schräge Öffnung für eine gute Übersicht



Wasserdichtes Fach für Brotdose und Trinkflasche



Wendbare Vordertasche 2 in 1



Praktische und smarte Raumaufteilung



Tragesystem basierend auf einer Kombination aus Luft und Polsterung

UNSERE DESIGNS



PASSEND FÜR KÖRPERGRÖÙE: 116-140 CM

MAÙE: H39xB26xT22 CM

GEWICHT: 1000 GRAMM

VOLUMEN: 20-25 LITER

SPECIAL AWARD ERGONOMICS 2021

IGR Institut für Gesundheit und Ergonomie

INNOVATIONSPREIS ERGONOMIE 2021

IGR Institut für Gesundheit und Ergonomie

€239

6-teiliges Set, bestehend aus Schulrucksack Active Air FLX, Sport- / Tagesrucksack, einfache Federmappe, ovales Schlumperetui, Regenüberzug und Mini Rucksack mit Buttons.



TIGER RACE

Bürologistik mit Dreierspitze

Die Geschäfte der Bürologistik GmbH & Co. KG werden nun von einer Dreierspitze geführt. Die Geschäftsführung wurde um Katja Küster und Julian Dräger ergänzt. Dirk Ohlmer verantwortete seit Gründung des Unternehmens 1996 alleinverantwortlich die Geschäfte der Bürologistik. „Es sind herausfordernde Zeiten, die für Unternehmen ein Höchst-

maß an Agilität in der Ausrichtung und Steuerung erfordern. Gemeinsam werden wir nun in der Dreierspitze sowohl den Übergang der Verantwortlichkeiten als auch in Zusammenarbeit mit den Gesellschaftern die zukünftige strategische Ausrichtung der Bürologistik gestalten“, sagt Dirk Ohlmer.



Die Geschäftsführung der Bürologistik GmbH & Co. KG (v.l.): Katja Küster, Dirk Ohlmer und Julian Dräger.

Die Gesellschafter bestellten die langjährige Prokuristin und Bereichsleiterin Rechnungswesen/Finanzen & Controlling, Katja Küster, sowie den Bereichsleiter Einkauf/Sortimentsmanagement, Julian Dräger, als weitere Geschäftsführer. Nach dem Übergang der Verantwortlichkeiten wird Katja Küster darüber hinaus als Geschäftsführerin die Bereiche Logistik, IT und Personal und Julian Dräger als Geschäftsführer zusätzlich die Sparten Vertrieb, Marketing und Qualitätsmanagement/Projekte übernehmen.

www.bueroboss.de



Despec verabschiedet sich vom Markt

Der fast 30 Jahre etablierte Markenname Despec verabschiedet sich zum 1. Oktober 2022 vom Markt. Alle Aktivitäten werden in gewohnter Qualität und mit bekanntem Personal von der UFP Deutschland GmbH fortgeführt.

Seit der Gründung der Despec Supplies GmbH im Jahr 1997 hat das Unternehmen als Teil der item-Holding mit Hauptsitz in Linz/Österreich den Supplies-Markt entscheidend geprägt. In 2009 sicherte sich die item-Gruppe durch die Akquisition des Großhändler Micro-Elektronik GmbH für die folgenden Jahre eine zentrale Marktposition. Im Zuge der Marktveränderungen entschied sich Gerald Dobusch (Inhaber und Gründer) die item-Gruppe an die UFP International zu verkaufen. Über die letzten vier Jahre hinweg, wurde die Verschmelzung der beiden Unternehmen schrittweise umgesetzt.

Torsten Schnutz, Geschäftsführer der UFP Deutschland GmbH: „Durch die Übernahme der Despec Supplies wird UFP Deutschland an Potenzial gewinnen. Im Focus stehen Produkt- und Serviceleistungen mit Mehrwert, die den Kunden helfen, ihre Geschäfte erfolgreich zu führen. Die Despec Supplies bringt umfassendes Fachwissen und starke Umsetzungskompetenz mit.“

www.ufp.de

von Busch baut Geschäft aus

Die von Busch GmbH aus Bielefeld hat zum 1. Juli 2022 den Handel mit Großformatdruckern, -kopierern und Verbrauchsmaterial sowie den Service für diese Geräte von der Rosenberger GmbH & Co. KG übernommen und baut damit ihr Geschäft im Large Format Printing aus. Für diesen Schritt im Rahmen eines Assetdeals haben sich beide Unternehmen aus strategischen Gründen entschieden. Für die von Busch GmbH bedeutet dieser Schritt eine op-

timale Ergänzung im professionellen Paper Output Management. Mit den vorhandenen Ressourcen und den zusätzlich neuen Mitarbeitenden wird das Unternehmen Synergien nutzen, um das Wachstum des Geschäftsfeldes weiter voranzutreiben. Die Großformatdrucker der Hersteller Canon, Hewlett Packard und Rowe bieten eine sehr gute Plattform für exzellenten Service und runden das von Busch-Portfolio perfekt ab. Auch andere Bereiche der von Busch GmbH werden von dem Zukauf profitieren. Die von Busch GmbH ist neben ihrem Kerngeschäft „POM“ erfolgreicher Anbieter von DMS, Enterprise-WLAN und Printmanagement Software. Die Digitaldruckerei NightRider, die gerade gegründete HXNWRK GmbH (IT-Sicherheit) und die JUST.IN Software GmbH & Co.KG. sind gleichfalls erfolgreiche Unternehmungen im Familienverbund.

www.vonbusch.eu



Andreas Boenke (Rosenberger), Stefan von Busch, Victor von Busch (v.l.)



HBS mit Stand auf der Orgatec

Für den Fachhandel ist die Orgatec, die Leitmesse für Ausstattung und Einrichtung von Büro und Objekt, gerade in Zeiten von New Work von immenser Bedeutung, da hier die Arbeitswelt von morgen gezeigt wird. Der Handelsverband Büro und Schreibkultur (HBS) wird vom 25. bis 29. Oktober 2022 mit eigenem Stand auf der Fachmesse in Köln vertreten sein. Zu den Schwerpunkten der internationalen Leitmesse unter dem Motto „Arbeit neu denken“ werden sowohl neueste Entwicklungen für die hybride und flexible Arbeitswelt als auch smarte Technologien und umweltschonende Materialien gehören.

Christian Haeser, Geschäftsführer des Handelsverbands Büro und Schreibkultur, erläutert: „Wir freuen uns die Orgatec zu besuchen, um uns live die neuesten Trends und Innovationen der Hersteller anzuschauen und empfehlen unseren Mitgliedern der Messe beizuwohnen. Nach der 'kommunikativen Durststrecke' ist es dem Fachhandel extrem wichtig, endlich wieder in direktem Kontakt mit den Produkten und Vertretern der Industrie zu kommen.

Die Orgatec ist für uns der Ankerpunkt, wo wir gemeinsam mit den Branchenakteuren das Leitthema New Work erleben und weiter gestalten können.“

Der Geschäftsführer des Handelsverbands Büro und Schreibkultur empfiehlt während der Orgatec den Besuch der neuen Eventfläche „Inspired Hybrid Office“. Auf diesem Areal werde anschaulich und interaktiv der Weg in einen neuen Arbeitsalltag unter folgender Fragestellung aufgezeigt: „Wie kann eine sichere Rückkehr ins Büro funktionieren und vor welchen Aufgaben und Möglichkeiten stehen Unternehmen in einer Arbeitswelt, in denen der Ort der täglichen Arbeit längst nicht mehr nur das reine Büro oder zu 100 Prozent das Homeoffice ist?“ Die kollaborative Ausstellung gebe einen Ausblick, welche Möglichkeiten der Organisation und Koordination hybrider Bürowelten möglich seien und „gibt dem Fachhandel somit wichtige Trends und Informationen für die zukünftige Ausrichtung des eigenen Geschäfts an die Hand.“

www.hwb.online

Wechsel in der Geschäftsführung

Seit Mitte August haben Bert Janssen und Stefan Warkalla die Geschäftsführung bei Colibri System GmbH in Düsseldorf übernommen. Gleichzeitig ist Alexander Brand in bestem gegenseitigem Einvernehmen aus der Geschäftsführung ausgetreten. Bert Janssen, langjähriger Geschäftsführer der Groupe Hamelin, übernimmt diese Verantwortung bei Colibri noch zusätzlich zu seinen Funktionen in Benelux, Schweiz und Deutschland und ist ab sofort erster Ansprechpartner für alle Partner der Colibri Systems GmbH.

Zum 1. September 2022 wird Marcus Bechtel, ein erfahrener Experte im Vertrieb von Dienstleistungskonzepten, als Sales Director bei Colibri starten. Seine Aufgabe ist es, gemeinsam mit den Han-

delsvertretern und einem größeren eigenen Außendienst-Team den Vertrieb weiter auszubauen.

Die Groupe Hamelin will mit zusätzlichen Investments konsequent ihr strategisches Ziel verfolgen, die Marke Colibri und das damit einhergehende Dienstleistungskonzept am deutschen Markt weiter zu etablieren. Dazu soll im Co-Branding die in der Zielgruppe bekannte Premium Marke Oxford genutzt werden, die ebenfalls von der Groupe Hamelin als Marke erfolgreich am deutschen Markt platziert wurde. Das aktuelle operative Geschäft und Liefersituation im Schulanfang seien nach Unternehmensangaben von diesen Maßnahmen nicht betroffen und abgesichert.

www.colibrisystem.de



Be the difference!

15x  aus recycelten PET-Flaschen

1 kg MEERES PLASTIK
bergen wir mit Plastic Free Planet für den Kauf eines neoxx Active Schulrucksacks

neoxx

www.neoxx-schulrucksack.com



SIMBA · DICKIE · GROUP



Danilo Frasiak, Mitglied des Vorstandes der Böttcher AG (links) und Udo Böttcher (Mitte) übernehmen symbolisch von Silvio Kölling (Firma Bremer Leipzig GmbH) den Schlüssel für das neue Büro- und Logistik-Gebäude. Gefeierte wurde am 19. August 2022 mit einem Tag der offenen Tür - gemeinsam mit Gästen u. a. aus der PBS-Branche.

Neuer Firmenstandort feierlich eröffnet

Die Böttcher AG hat am 19. August 2022 mit einem Tag der offenen Tür für Lieferanten, langjährigen Kunden*innen und Anwohner*innen ihren neuen Firmensitz in Jena-Zöllnitz eingeweiht. Der E-Commerce-Spezialist plant von hier aus künftig bis zu 120 000 Pakete pro Tag zu versenden.

580 Millionen Euro Umsatz erwirtschaftete die Böttcher AG im zurückliegenden Geschäftsjahr - so viel wie nie zuvor in der 31-jährigen Unternehmensgeschichte. Parallel errichtete der Onlinehändler mit einem Investitionsvolumen von rund 100 Millionen Euro in weniger als zwei Jahren Bauzeit an der Stadtrodaer Landstraße einen hochmodernen Büro- und Logistikkomplex. Bis zu 150 Arbeiter aus acht Gewerken waren in der Spitze an dem Prozess des Neubaus beteiligt.

Udo Böttcher, Vorstand und Gründer der Böttcher AG: „Dieser Tag ist sicher einer der bedeutendsten in unserer über 30 Jahre andauernden, erfolgreichen Unternehmensgeschichte. Der neu eröffnete moderne Unternehmensstandort mit seinen zahlreichen Vorzügen hebt unsere Leistungsfähigkeit noch einmal auf ein neues Level und bildet die ent-

scheidende Grundlage für die weitere Wachstumsstory der Böttcher AG. Wir sind dank der hochmodernen Technik, unseren motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und der starken Lieferantenpartnerschaften für die Zukunft hervorragend aufgestellt.“

Die Ausmaße und Ausstattung des Gebäudes machen diese Stärke deutlich. 420 Meter lang, 28 Meter hoch, eine Logistikfläche von rund 90 000 m² verteilt auf drei Etagen und ein vollautomatisches Hochregallager mit Stellplätzen für bis zu 30 000 Paletten. Über insgesamt elf Kilometer intelligente Förderbandtechnik werden die Waren vollautomatisch im Gebäude transportiert. Durchschnittlich benötigt eine Bestellung des Kunden vom Eingang, bis sie versandfertig im Paket verpackt ist, nur eine Stunde. Um Technik und Anlagen zu

prüfen, lief in den vergangenen Wochen ein ausgiebiger Testbetrieb. Vor wenigen Tagen verließ schließlich das erste Paket das Logistikzentrum in Richtung Münster. Zukünftig sollen von Jena-Zöllnitz aus bis zu 120 000 Pakete pro Tag versendet werden.

Zusammen mit dem bisherigen und auch weiter bestehenden Standort in Jena-Lobeda ist die Böttcher AG in der Lage, insgesamt bis zu 150 000 Pakete am Tag zu versenden.

Im Rahmen von Hausführungen erhielten Besucher während des Tages der offenen Tür eindrucksvolle Einblicke in den Logistik-Bereich sowie den direkt angrenzenden, rund 7 000 m² großen Bürokomplex, bei dessen Entwicklung die Belegschaft ganz bewusst aktiv eingebunden wurde. Der-



zeit sind bei der Böttcher AG 680 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt. Ihnen wird am neuen Standort einiges geboten: Ein Fitnessstudio, ein integrierter Friseursalon, Cafeteria und Mitarbeiter-Bistro, ansprechend gestaltete Ruhe- und Pausenräume, zahlreiche Spielecken mit Konsolen, Tischtennisplatten, Dartscheibe oder Billard-Tisch. Eine großzügige Dachterrasse mit Sitzmöglichkeiten sowie Strandkörben und verschiedene Lounge-Bereiche

laden obendrein in den Pausen zum Verweilen ein.

Die Erfolgsgeschichte um Firmengründer Udo Böttcher und die Böttcher AG begann bereits im Jahr 1990 mit einem Kopierer in der eigenen Wohnung, in der Udo Böttcher als selbstständiger Unternehmer zunächst Kopien für jedermann anbot. Bereits um die Jahrtausendwende erkannte er die Chancen, die der aufkommende Onlinehandel bot und entschloss sich, seinen ersten Onlineshop

zu starten. Mit viel Akribie, Enthusiasmus und Innovationswillen wurde der Webshop zum Treiber des Erfolgs und Motor der Böttcher AG. Derzeit zählt das Unternehmen mehr als sieben Millionen Kunden, davon allein rund drei Millionen Geschäftskunden. Damit gilt der Onlinehändler als Deutschlands Nummer eins für B2B-Kunden im Commerce. Mit einem Gesamtumsatz von zuletzt 580 Millionen Euro rangiert die Böttcher AG nahe der Top 10 des deutschen E-Commerce. www.bueromarkt-ag.de

CARRY FRIENDSHIP

[f](#)
[@](#)
[▶](#)
coocazoo.com

COOCAZOO



Fokusthema beim duoSymPos im neuen Auditorium des Hotels Estrel: „Fachhandel neu positionieren“.

duoSymPos mit neuem Konzept

Nach über zwei Jahren Pandemie präsentierte duo schreib & spiel das neue Konzept des duoSymPos. Die Berliner vereinten ihre Gesellschafterversammlung mit einer öffentlichen Hauptversammlung, der Messe im Hotel Estrel sowie der legendären duo-Abendveranstaltung.

Die Versammlungen fanden im neuen Auditorium des Hotel Estrel statt. Das duoSymPos wurde mit der duo-Gesellschafterversammlung eröffnet. Da im letzten Jahr die Gesellschafterversammlung im Umlaufverfahren abgehalten wurde, entschieden sich die Gesellschafter, die turnusmäßige Beiratswahl auf die Gesellschafterversammlung 2022 zu verschieben.

In diesem Jahr konnte nun der Beirat in der Präsenzversammlung gewählt werden. In den beiden Pandemie Jahren legten, wie geplant, die beiden Duo-Händler-Beiräte Bernd-Rüdiger Hinz und Fritz Simon ihre Beiratsämter nieder. Zur

Wahl stellten sich die amtierenden Beiräte: Steffen Messedat, Sabine Asmus, Silvia Rossmann und Klaus Müller. Als fünfte Kandidatin wurde Frau Jeannette Terrling-Rohde in den Händlerbeirat für zwei Jahre gewählt.

Im Anschluss an die duo-Gesellschafterversammlung startete die öffentliche Hauptversammlung mit dem Fokusthema „Fachhandel neu positionieren“. Hier präsentierten die drei duo-Geschäftsführer Hans Jörg Iden, Gabriele Lubasch und Thorsten Paedelt neue Ideen, wie die duo-Zentrale ihre Händler mit neuen Technologien, Konzepten und Strategien neu positionieren möchten.

Gastredner war in diesem Jahr Ilja Grzeskowitz, er startet seine Karriere mit nur 26 Jahren als jüngster Karstadt-Geschäftsführer mit einer Personalverantwortung für 2.500 Mitarbeiter. Grzeskowitz präsentierte beeindruckende Techniken, wie die Teilnehmer in Zeiten von Corona, Ukrainekrieg und steigender Inflation sich selbst motivieren, um sich auf notwendige Veränderungen einzulassen.

Am Dienstag und Mittwoch konnten dann wieder rund 100 Industriepartner und Dienstleister ihre Neuheiten auf der duo-Messe zeigen. Rund 1000 Besucher nutzten die Messetage zum Einkaufen.



Duo-Geschäftsführung und Beirat (v. links): Hans Joerg Iden, Klaus Müller, Steffen Messedat, Sabine Asmus, Silvia Roßmann, Gabriele Lubasch, Thorsten Paedelt sowie neu im Beirat: Jeanette Teerling-Rode (kleines Foto).





Zum Highlight der Messe im Hotel Estrel zählte das neue Format „duo-BrandSlam“ (Abb. oben).

Kommunizieren und um die neuesten Brancheninformationen zu erfahren.

Das Highlight der Messe im Hotel Estrel war das neue Format „duo-BrandSlam“. Die Bühne dazu befand sich direkt hinter dem duo-Messestand und bestand aus einer zentralen Leinwand und Sitzmöglichkeiten für die Zuhörer. Hier präsentierten die Aussteller, ähnlich wie bei einem Speed-Dating, in 15 Minuten den interessierten Besucher*innen Firmenporträts, Produktideen und Marktstrategien. Insgesamt eine interessante und für die Anwesenden eine individuelle Vortragsreihe, die beim nächsten duoSymPos weiter ausgebaut werden soll.

Um den Teilnehmer*innen einen Überblick über die zahlreichen Aktivitäten des duoSymPos zu ermöglichen, wurde eine eigene App eingerichtet. Damit konnten die Besucher*innen ihren Aufenthalt auf der zweitägigen Veranstaltung digital planen und steuern. Gleichzeitig stand eine Teilnehmerliste zur Verfügung, mit der die Möglichkeit geboten wurde, via Chat direkt mit anderen in die Kommunikation einzusteigen.



Am Dienstagabend lud die duo-Zentrale die Gäste in den Atrium Tower am Potsdamer Platz Quartier zu einem Get-together zwischen Industrie, Dienstleistern und Händlern ein. Der Atrium Tower überzeugt durch seine Architektur und das israelische Restaurant Weilands sowie das urbane Flair direkt am Potsdamer Platz inmitten Berlins. Höhepunkt war Andreas Weitersagen als Marius Müller-Westernhagen-Double. Fazit: Insgesamt zwei sehr gelungene Tage, auf denen deutlich zu spüren waren, dass Handel und Industrie das Bedürfnis hatten, sich nach zwei Jahren Pandemie endlich wieder aktiv zu begegnen und auszutauschen.

www.duo.de



An zwei Tagen zeigten rund 100 Industriepartner und Dienstleister ihre Neuheiten auf der duo-Messe. Knapp 1000 Fachhändler nutzten das Event in Berlin zum Ordern.



scooli

Mit Scooli wird mein Schulstart pferdestark!

EasyFit

Der passgenaue Schulranzen



Angesagte & umsatzstarke Motive:
Bibi & Tina, Harry Potter, Super Mario, Hot Wheels



Zertifiziert mit dem Siegel
„Ergonomisches Produkt“ der IGR



Sichtbar: **Reflektorflächen von ORALITE**



www.scooli.com
Jetzt Fan werden!



40. Jahre Fachhandelskooperation: Das Hotel Kameha Grand in Bonn und eine Fahrt auf dem Rhein boten Ende Juni den Mitgliedern reichlich Gelegenheit - nach zwei Jahren Pause - wieder zu kommunizieren und Kontakte zu pflegen.

Prisma tagte am Rhein

Die Wiedersehensfreude war groß, als sich die Mitglieder der Prisma zu ihrer Jubiläumsveranstaltung trafen. Anlässlich des 40. Geburtstags waren rund 220 Gäste zum Event der Fachhandelskooperation nach Bonn gekommen, um das besondere Gemeinschaftsgefühl hochleben zu lassen.

Die Corona-Krise hat in wirtschaftlicher, gesellschaftlicher und kultureller Hinsicht tiefe Spuren hinterlassen. Handelsunternehmen standen schlagartig vor der Herausforderung, große Veränderungen in kürzester Zeit umzusetzen, die bislang eher theoretisch ins Auge gefasst wurden. Ob agile Arbeitsprozesse, Digitalisierung oder die Rückbesinnung auf eine regionale Produktion: In vielen Bereichen zeigte sich die Covid-19 Pandemie als Motor des Wandels. Als Christian Schmidt, Vorstand der Prisma AG, bei der Fachtagung den offiziellen Teil eröffnete, waren es besonders „das außerordentliche Engagement der Mitglieder“ und „die schnelle Reaktion auf neue Rahmenbedingungen“, die er bei den Mitgliedern der Prisma lobte. „Es ist uns gelungen, uns flexibel auf neue Situationen einzustellen, festgefahrene

Arbeitsweisen schnell über Bord zu werfen und Strukturen nach Bedarf umzustellen. Nur so konnten wir die letzten beiden Jahre leichter überstehen als Unternehmen, in denen bereits kleine Veränderungen mit langen Entscheidungswegen und hohem organisatorischem Aufwand verbunden sind.“

Und weiterhin erläuterte Christian Schmidt: „Viele unserer Mitglieder durften während der Pandemie weiterhin ihr Geschäft geöffnet lassen. Eine Abwanderung der Kunden Richtung online war da nicht festzustellen. Ganz im Gegenteil: Die noch geöffneten Geschäfte haben vor Ort eine soziale Funktion übernommen, weil die Menschen zu Hause isoliert waren. Dadurch wurde die Kundenbindung intensiviert und auch neue Kunden konnten gewonnen werden.“

Christian Schmidt hob in seiner Ansprache auch hervor, dass sich die Mitglieder nicht auf den Staat verlassen, sondern sich teils neu erfunden hätten.

Und so war es auch nicht verwunderlich, dass Christian Schmidt für das Geschäftsjahr 2021 trotz Rückgängen im PBS-Markt eine positive Umsatzentwicklung und ein gutes Ergebnis verkünden konnte. Die Mitglieder konnten ihre Umsätze auf 136,4 Millionen Euro steigern und somit das Jahr mit einem Umsatzplus von 2,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr abschließen. Positiv entwickelten sich auch die ausgezahlten Boni, die mit insgesamt 2,8 Millionen Euro wieder auf dem Niveau von 2019 lagen. „Auch der Bilanzgewinn hat mit mehr als 500.000 Euro das bereits gesteigerte Vorjahresergebnis noch einmal deutlich

DEUTSCHLANDS PBS- MESSE

5. – 7. Okt 2022
Nürnberg



Prisma-Vorstand Christian Schmidt mit seinem Vorgänger Michael Purper (oben). Gastreferent Stefan Müller-Schleipen erörterte in seinem Beitrag die Initiative „Stadtretter“, bei der sich auch die Prisma beteiligt.

übertrafen. Bereits im Jahr 2020 wurde beschlossen, die Dividende für die Mitglieder zu verdoppeln. Aufgrund des hervorragenden Ergebnisses soll auch im Jahr 2021 daran festgehalten werden“, ließ Christian Schmidt wissen.

Auch in der Zentrale der Prisma gab es Veränderungen: So wurde beispielsweise ein neuer Internetauftritt gestartet, eine Präsenz bei Facebook eingerichtet, Erfahrungs-Tagungen und Aufsichtsratssitzungen virtuell durchgeführt und Onlineseminare zum Thema „Überbrückungshilfe“ angeboten. Der finale Teil des offiziellen Programms bildete der Fachvortrag von Stefan Müller-Schleipen, Mit-Initiator und Geschäftsführer der Initiative „Der Stadtretter“, der die Initiative vorstellte und die Möglichkeiten zur Belebung der Innenstädte auf-

zeigte. Auch Prisma engagiert sich als Unterstützer dieses Netzwerks.

Bei der Arbeit im Team geht es vor allem um eines: Zusammenarbeit. Getreu dem Motto „Gemeinsam mehr erreichen“ strebt die Prisma auch weiterhin ein Höchstmaß an Dienstleistung und Service für ihre Mitglieder an. Die Prisma präsentiert sich einmal mehr als Wegbereiter, Problemlöser und Sparringspartner für die angeschlossenen Fachhandelsgeschäfte. Die beiden vergangenen Jahre haben gezeigt, dass die Gruppe viele aktive Mitglieder hat, die Krisen trotzen und sich schnell auf neue Marktgegebenheiten einstellen können. „Die Krise hat uns noch mehr zusammenschweißt und gezeigt, wie wichtig unsere Verbundgruppe ist“, sagte Christian Schmidt abschließend.

www.prisma.ag



#welovestationery

Celine, Junior Digital Marketing Manager



www.insights-x.com



(v.l.): Kai-Uwe Heuer, Carsten Voigt, Christine Hilbert-Wolff, André Rogge, Axel Hennemann, Thomas Grzanna und Frank Mecklenbrauck.

Zurück zu Wachstum und Erfolg

Die Büroring eG in Haan will seine Marketing- und Händler-Gruppen wiederbeleben und im Markt künftig mehr „Biß“ zeigen. Welche ersten Schritte die beiden Vorstände Axel Hennemann und Kai-Uwe Heuer dazu eingeleitet haben, berichten Sie im Gespräch mit dem PBS Report.

Herr Hennemann, Ihr Vorstandsmandat begann mit der Pandemie - ein denkbar ungünstiger Zeitpunkt für Ihren Start beim Büroring. Jetzt sind Geschäftsreisen wieder möglich. Welches Fazit können Sie nach Ihren zahlreichen Mitgliederbesuchen im Sommer ziehen?

Hennemann: Meine wichtigste Erkenntnis: Die Mitglieder brauchen ihre Genossenschaft und schätzen deren Nähe und das persönliche Gespräch. Außerdem sind die Mitglieder unisono erleichtert, dass wir zu der notwendigen Geschlossenheit zurückgefunden haben und nun ganz die Sacharbeit und die Mitglieder im Fokus stehen.

Herr Heuer, Sie haben auf der Generalversammlung auch von einer „hohen Loyalität und Identifikation“ der Mitarbeiter mit „ihrem Büroring“ gesprochen. Wie hoch ist die Loyalität der Mitglieder zum Büroring und ist Ihrer Meinung nach die Genossenschaft heute noch die richtige Unternehmensform für eine Handelskooperation?



Axel Hennemann, Vorstand Vertrieb und Marketing.

Vor einigen Wochen haben Sie das Ergebnis der Mitgliederbefragung vorgestellt. Welche wichtigen Erkenntnisse konnten Sie davon ableiten und welche Sofortmaßnahmen haben Sie seither ergriffen?

Hennemann: Als besonderes Defizit wurde durch die Mitglieder die Betreuung und Beratung benannt. Hier setzen wir mit unseren Marketing- und Händler-Gruppen an, die wir mit „neuen Köpfen“ besetzt haben. Ziel ist eine Wiederbelebung der Gruppen nach der schwierigen Pandemie-Zeit.



Kai-Uwe Heuer, Vorstand für Finanzen, Logistik und IT.

Heuer: Eindeutig ja! Gäbe es sie nicht, müsste die Genossenschaft erfunden werden. Gerade für den mittelständischen Handel. Nur muss die Genossenschaft ihrer Aufgabe auch gerecht werden, sonst ist der Vortritt, den die Mitglieder der eigenen Genossenschaft gewähren, schnell gefährdet und die Loyalität stößt an Grenzen. So gesehen muss sich die Genossenschaft täglich neu beweisen.

Nicht zuletzt ist auch der Büroring auf eine gute Partnerschaft mit Lieferanten und Herstellern angewiesen. Wie sehen hier Ihre Planungen in den einzelnen Sparten aus - auch mit Blick auf die Marketinggruppen?

Hennemann: Die Marketing-Gruppen sind nicht nur wichtig für unsere Mitglieder, sondern auch für unsere Partner auf Lieferanten- und Herstellerseite, denn sie schaffen mit ihrer erhöhten Homogenität eine wichtige Voraussetzung für Fokussierung und Verbindlichkeit. Dies ermöglicht die Entwicklung tragfähiger Partnerschaften zwischen Mitgliedern, Büroring und Industrie, in deren Rahmen kurzfristige Aktionen ebenso entwickelt werden können wie langfristige wirkende strategische Kooperationen.

Gibt es in diesem Zusammenhang bereits eine Agenda der drei Branchenexperten Jan L. D. Kamlade, Thomas Meurers und Stefan Bosbach, die Sie als Verstärkung für die Händlergruppen ins Haus geholt haben und wann startet das erste Händlertreffen?

Hennemann: Wir haben uns bewusst dafür entschieden, für jede Marketing-Gruppe einen eigenen Verantwortlichen einzusetzen, da sich die jeweiligen Themen ja doch teils deutlich unterscheiden und spezielles Know how gefragt ist. Und ja, natürlich hat jeder der drei Verantwortlichen bereits eine Vorstellung von der Agenda „seiner“ Gruppe, die nun mit den Mitgliedern abzustimmen ist. Hierzu haben sich die Herren bereits den Gruppen vorgestellt, die ersten virtuellen Treffen haben stattgefunden und Händlergruppen-Treffen in persönlicher Präsenz sind geplant

und werden in den nächsten Wochen stattfinden.

Das erste Halbjahr liegt nun hinter uns. Die wirtschaftspolitischen Aussichten für den Herbst/Winter sehen nicht rosig aus. Wie bereiten Sie den Büroring auf die vor uns liegenden Herausforderungen vor?

Heuer: Corona hat - mit all ihren Folgewirkungen - ihre Spuren hinterlassen; bei unseren Mitgliedern wie bei uns selbst. Nun gilt es zurück zu finden zu Wachstum und Erfolg. Was wir brauchen, ist eine Erstarkung des Bürorings von Innen. Mit der Initiative „BRuno“ sind wir - die gesamte Führungsmannschaft des Bürorings - deshalb in einen Prozess eingetreten, in dessen Rahmen wir Maßnahmen entwickeln, die auf Wachstum und Erfolg des Bürorings einzahlen.

Herr Heuer, bitte verraten Sie uns zum Abschluss, was genau steckt hinter der neuen Initiative „BRuno“?

Heuer: Unser „BRuno“ ist eine englische Bulldogge; inspiriert durch den Film „Comeback“. Im Film boxt der Held unter dem Namen „The Bulldog of Bergen“ und erlebt nach Niederlagen sein Comeback. Das wollen auch wir. Außerdem steht die Bulldogge für Kraft, Energie und eine gewisse Aggressivität, die uns bislang hier und da fehlte. Nicht zuletzt lässt sich ‚BRuno‘ auch interpretieren als „Büroring uno“. Stehend für den einen, den geeinten und den eigenständigen Büroring. Sind wir also ein bisschen mehr ‚BRuno‘!

Herr Hennemann, Herr Heuer - vielen Dank für Ihre Ausführungen.

www.bueroring.de



Metal Heftklammern.
GESCHÄRFTE QUALITÄT.

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

 **ZENITH**
VERLIEBT IN QUALITÄT SEIT 1924.
www.zenith.it



Papier Liebl ist eine feste Institution im Raum Regensburg. Seit dem Umbau der Bastel- und Kreativabteilung ist der Bereich noch mehr zur Anlaufstelle für alle DIY-Fans geworden.

Gutes noch besser machen

Seit mehr als 80 Jahren agiert Papier Liebl aus Regensburg im Sinne seiner Kunden. Erst kürzlich erfolgte als weitere Modernisierungsmaßnahme der Umbau der Bastel- und Kreativabteilung, der besonders eindrucksvoll die Innovationskraft der Unternehmensgruppe zeigt.

Tradition leben, aber neue Wege gehen, das ist oft das Ziel von alteingesessenen Unternehmen im Wandel. Auch das Familienunternehmen Papier Liebl passt sich immer wieder aufs Neue den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden an. Gerade im Fachmarkt für Bürobedarf und Schreibwaren in der Hermann-Geib-Straße hat sich in den letzten Jahren viel getan. 2018 wurde die alteingesessene Fachbuchhandlung Wolf lesen und lernen integriert, 2019 wurde die Schulranzenabteilung umgebaut und neu organisiert.

Mit dem Umbau der Kreativ- und Bastelabteilung wurde der Fachmarkt nun ein weiteres Mal modernisiert. „Durch die Pandemie hat sich das Freizeitverhalten der Menschen verändert. Viele haben in den vergangenen Monaten angefangen, ihre kreative Ader wieder aufleben zu lassen. Malen, Zeichnen und Basteln erleben einen Boom wie noch nie.“, erklärt Geschäftsführer Wolfgang Doll. „Hier wollten wir erneut ein Zeichen setzen und unseren Kun-



Knapp 50 Gäste, darunter Industriepartner und Kunden, kamen zu Papier Liebl nach Regensburg, um die Fertigstellung der Kreativabteilung zu feiern.

den ein besonders schönes Einkaufserlebnis bieten.“ Die Öffnung der Fas-

sade und das Einsetzen von großflächigen Fenstern sorgen für natürliches



Zu dem besonderen Event wurde auch die Schriftkünstlerin Ute Gräber geladen. Jeder Besucher konnte sich live von ihren Schriftkreationen begeistern lassen.

Licht in der Abteilung, das die neu arrangierte Produktauswahl erst recht hervorhebt. Der Fokus der neuen Kreativabteilung liegt vor allem auf den Bereichen Malen, Zeichnen, Kalligraphie/Handlettering. Besonderer Blickfang ist der Kreativ-Tisch, an dem zukünftig nicht nur regelmäßig Workshops stattfinden sollen, sondern der die Kunden auch zum Verweilen und Ausprobieren der Produkte einlädt. Durch das feinere Sortiment finden die Künstler*innen zukünftig alles, um sich in die Welt der Farben und Kunst entführen zu lassen. Wer seine Kreativität bis jetzt noch nicht entdeckt hat, wird es nach einem Besuch der neuen Kreativabteilung im Fachmarkt ganz bestimmt tun.

Mit knapp 50 geladenen Gästen, bestehend aus Herstellern und Kunden, wurde der Umbau Ende Mai dieses Jahres in entspannter Atmosphäre gefeiert. Besonderes Highlight war hier eine Vernissage und Live-Vorführung der Neumarkter „SchriftKraft“-Künstlerin Ute Gräber sowie eine Kaffee- und Weinverkostung durch die Regensburger Traditionsrösterei Rhetorik.

Mit der Veränderung des Sortiments fragen sich inzwischen natürlich viele Bastelfreunde, wo sie zukünftig ihre Materialien beschaffen sollen. Aber auch hier liegt Veränderung in der Luft. Da für Papier Liebl der Begriff Stillstand ein Fremdwort ist, können sich die Kunden, die gerne basteln, schon in diesem Herbst auf eine neue Bastelabteilung freuen. Mehr wollten Geschäftsführer Wolfgang Doll und Fachmarktleiter Jörg Ritter bisher aber noch nicht verraten.

www.liebl.de

ambiente
the show

3.–7. 2. 2023
FRANKFURT/MAIN

Willkommen zuhause.

Die Branche ist im Umbruch. Die Konsumgütermessen gestalten sich neu. Die drei Erfolgsformate Ambiente, Christmasworld und Creativeworld finden 2023 erstmals zeitgleich statt. Erleben Sie das innovative Konzept mit dem weltweit umfassendsten Angebot und den vielfältigsten Synergien – live in Frankfurt.

Entdecken Sie die Messen der Zukunft:
ambiente.messefrankfurt.com
christmasworld.messefrankfurt.com
creativeworld.messefrankfurt.com

creativeworld

4.–7. 2. 2023
FRANKFURT/MAIN

christmasworld

3.–7. 2. 2023
FRANKFURT/MAIN

Insights



Countdown für den Neustart

Zwei Jahre nach der Pandemie-Pause kehrt die Insights-X im Herbst zurück in die Nürnberger Messehallen. Christian Ulrich, Sprecher des Vorstands der Spielwarenmesse eG und Veranstalter der Expo, erklärt uns im Interview, was die Besucher der PBS-Fachmesse erwartet.

Nach einer zweijährigen Pandemie-Pause kehrt die Insights-X vom 5. bis 7. Oktober 2022 wieder auf das Nürnberger Messegelände zurück. Welche Neuerungen wird es geben?

Ulrich: Zum Re-Start der Insights-X haben wir uns für eine neue Messelaufzeit von Mittwoch bis Freitag entschieden. Damit setzen wir einen Wunsch unserer Aussteller nach einem optimalen Verhältnis aus Messenutzen und -dauer um. Neu ist ebenfalls die Hallenbelegung. Mit den Hallen 10.0, 11.0 und 12.0 nutzen wir erstmals den westlichen Bereich des Nürnberger Messegeländes, der für Aussteller sowie Fachbesucherinnen und -besucher zentral erreichbar ist.

Von welchem Mehrwert können die Besucher in diesem Jahr profitieren?

Ulrich: Für den Handel haben wir unser maßgeschneidertes Messekonzept weiter optimiert. Zur siebten Ausgabe ergänzen wir die stationäre Expo um die neue Business-Plattform Insights-X Digital. Dank multimedialer Produktpräsentationen sowie verschiedener Networking- und Kommunikationstools erleichtern wir Einkäuferinnen und Händlern damit die Planung des Messebesuchs. Auf der Veranstaltung selbst spiegeln wir mit unseren sechs bewährten Produktkategorien die vielfäl-

tige PBS-Welt kompakt wider: von „Schreibgeräte und Zubehör“, „Papier und Registratur“, „Künstlerisch und Kreativ“, bis hin zu „Schreibtisch und Büro“, „Taschen und Accessoires“ sowie „Papeterie und Schenken“.

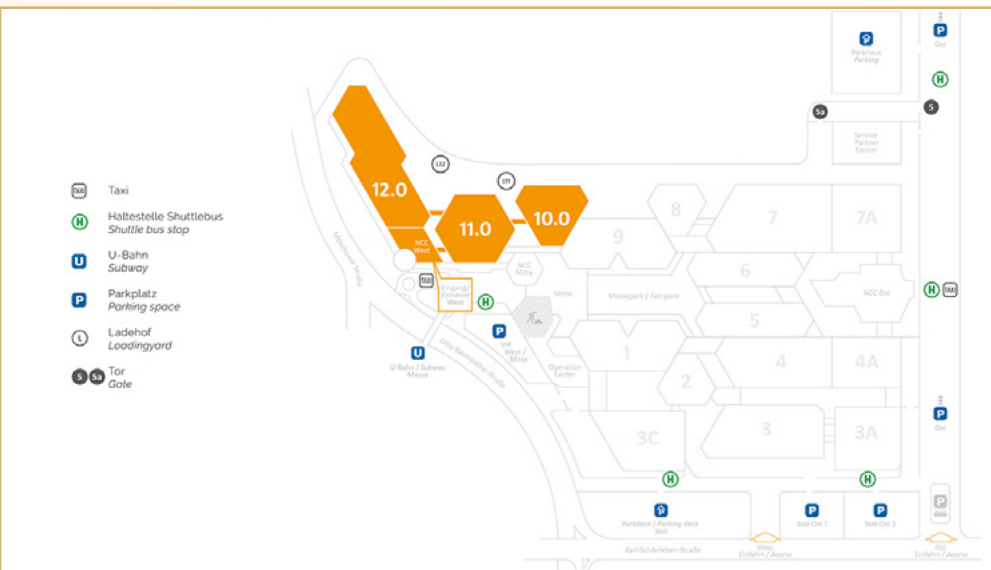
Was können Sie uns heute schon über das Rahmenprogramm der Insights-X erzählen?

Ulrich: Die Vermittlung von aktuellem Handelswissen steht auf der kommenden Veranstaltung im Fokus. Das Vor-

tragsareal in der InsightsArena bietet dafür ein ideales Ambiente. An allen Messetagen geben Expertinnen und Experten im Rahmen der InsightsTalks spannende Einblicke in die Bereiche Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Online-Marketing sowie Trends aus dem Handel und der PBS-Branche. Ergänzt werden die Präsentationen erstmals um die LicenseTalks, die sich den Besonderheiten und aktuellen Entwicklungen im Lizenzgeschäft widmen. Dabei werden wir vom Dachverband Licensing In-



Christian Ulrich, Sprecher des Vorstands der Spielwarenmesse eG



Mit den Hallen 10.0, 11.0 und 12.0 nutzt die Messe erstmals den westlichen Bereich des Nürnberger Messegeländes, der für Aussteller sowie Fachbesucherinnen und -besucher zentral erreichbar ist.

ternational intensiv unterstützt. Und schließlich veranstalten wir am ersten Messeabend mit der bisher immer äußerst beliebten AfterHour ein großes Get-together für die PBS-Branche.

Welchen Service bieten Sie den Besuchern 2022 - sowohl im Vorfeld als Vorbereitung als auch während und nach der Veranstaltung?

Ulrich: Die Insights-X App ist bereits für die Vorbereitung des Messebesuchs ein äußerst hilfreiches Tool. Sie ist mit dem persönlichen Profil auf der Business-Plattform Insights-X Digital synchronisiert. Das Ausstellerverzeichnis und die Hallenpläne ermöglichen Fachbesucherinnen und -besuchern eine einfache und schnelle Planung. Außerdem lassen sich die ausgewählten Firmen in Favoritenlisten speichern. Dank der Chat- und Networkingfunktionen können Gesprächstermine im Vorfeld vereinbart und neue Business-Kontakte gefunden werden. Die Nutzung von Insights-X Digital ist im Messticket bereits inkludiert - genauso wie die kostenlose Fahrkarte für den ÖPNV.

Auch in diesem Herbst wird uns Corona noch beschäftigen. Welche Maßnahmen wird es vor Ort geben?

Ulrich: Derzeit sind keine Restriktionen von behördlicher Seite aus vorgesehen.

Wir passen unsere Schutzmaßnahmen laufend an die aktuelle Situation vor Ort an. Vor allem durch die Luft in den Hallen, die mehrfach stündlich komplett ausgetauscht wird, aber auch erhöhten Reinigungsintervallen und Desinfektionsmittelspendern sorgen wir für einen möglichst sicheren Messebesuch. Darüber hinaus empfehlen wir, die allgemeinen Hygienemaßnahmen zu beachten, wie z. B. das Tragen einer medizinischen Maske, die Wahrung des Mindestabstands von 1,5 Metern und die Durchführung eines Selbsttests vor Messeantritt.

Welche Highlights sollten die Besucher auf keinen Fall verpassen, wenn Sie die Insights-X besuchen?

Ulrich: Neben den innovativen Produktideen der Aussteller und dem vielfältigen Angebot der InsightsArena ist natürlich auch die AfterHour am Mittwochabend ein absolutes Highlight. Bei Livemusik bietet sie den Messteilnehmern einen entspannten Rahmen, um mit langjährigen und neuen Business-Kontakten ins Gespräch zu kommen. Zu diesem Get-together lade ich schon jetzt ganz herzlich ein!

Herr Ulrich, vielen Dank.

www.insights-x.com



target

KOPIER- UND BÜROPAPIER
AUS EUKALYPTUS-ZELLSTOFF

TARGET PROFESSIONAL
75 bis 80 g/qm

TARGET EXECUTIVE
80 bis 160 g/qm



Das Zeichen für verantwortungsvolle Waldwirtschaft

Gestochen scharf, mit intensiven Kontrasten sowie hohem Volumen – durchdachte Entscheidungen perfekt übergebracht. Ob mit gekonnter Leichtigkeit dank TARGET Professional oder mit TARGET Executive für besonders hohe Ansprüche, beste Laufeigenschaften auf allen gängigen Bürodrucksystemen sind garantiert. Noch mehr Nachhaltigkeit? Die Papiere werden ressourcenschonend aus ökologischen Eukalyptus-Zellstoff hergestellt.



Ein Papier produziert von **NAVIGATOR**
Office Paper Solutions

berberich-papier.de

Perfekt übergebracht auf



Handelsthemen live vor Ort

Die Insights-X ist nicht nur die Networking- und Businessplattform der PBS-Branche, sondern auch Wissensvermittler. Mit dem Vortragsprogramm InsightsTalks bietet die Fachmesse vom 5. bis 7. Oktober 2022 wieder spannende Präsentationen zu Themen, die den Handel bewegen.

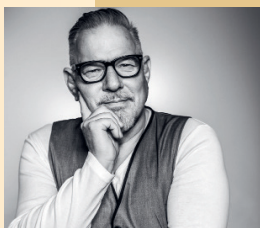
In angenehmer Atmosphäre geben hochkarätige Referenten bei den InsightsTalks in der InsightsArena in Halle 10.0 Einblicke zu relevanten Themen. Ob Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Online-Marketing oder Trends im Handel - hier bekommen Messebesucher*innen an allen drei Messetagen praxisnahe Ratschläge von Experten aus der Branche. Auch

das Thema Lizenzen steht in der InsightsArena im Mittelpunkt. Die LicenseTalks liefern Industrie und Handel spannendes Know-how aus dem Bereich Licensing. Die Teilnahme an den Vorträgen ist für Fachbesucher*innen der Insights-X kostenfrei. Das gesamte Programm ist online abrufbar unter: www.insights-x.com/insightstalks

Mittwoch, 5. Oktober 2022, 13 bis 13:30 Uhr

Frank Rehme, Mittelstand-Digital Zentrum Handel Düsseldorf
Der Sinneswandel zum Sinneshandel: Erfolgreich handeln in einer sich verändernden Gesellschaft

Der Shopper hat sich zu einem Professional entwickelt; dieser Vortrag zeigt, wie man durch praktische Anwendung von Neuromarketing Kunden begeistern kann. Alle reden von mehr Erlebnis am PoS, vom Retailtainment! Aber was bedeutet das genau? Wie entstehen Kaufentscheidungen und was beeinflusst diese?



Frank Rehme, Unternehmer, Strategieberater und Speaker zeigt und erarbeitet praxismgerechte Antworten auf die Fragen der Zukunft. Er ist Mitgründer des Informationsdienstes zukunfdeiseinkaufens.de für Innovationen im stationären Handel und Geschäftsführer des Mittelstand-Digital Zentrums Handel.

Mittwoch, 5. Oktober 2022, 13:30 bis 14 Uhr

Cornelia Schambeck, Schambeck Consulting, Buchenberg Green Retail - Wie grün ist der PBS-Handel bzw. wie sollte er sich aufstellen, um grün zu sein/werden?

Wie muss sich der Handel aufstellen, um aus der Beschäftigung mit dem Thema Nachhaltigkeit den größtmöglichen Nutzen zu ziehen? Alle reden von Nachhaltigkeit, aber was bedeutet das für den jeweiligen Betrieb in der Umsetzung? Die wichtigsten Themenfelder im PBS-Handel lauten Supply Chain, Verpackung, Belieferung und der eigene Standort. Mit einer CO₂-Bilanz kann man sich einen ersten Überblick verschaffen. Wie geht man es an, um aus den Herausforderungen Chancen zu entwickeln?



Cornelia Schambeck studierte Lehramt an beruflichen Schulen. Nach einem Zusatzstudium Energie- und Umweltmanagement war sie zunächst 23 Jahre als Umwelt-, dann als Nachhaltigkeitsmanagerin bei Kaut-Bullinger tätig. 2020 machte sie sich mit Schambeck Consulting selbstständig und berät seither mittelstän-

dische Familienunternehmen bei der Orientierung hin zu einer nachhaltigeren, kreislauffähigen Geschäftsausrichtung.

Mittwoch, 5. Oktober 2022, 14 bis 14:30 Uhr

Patrick Hünemohr, 5H Capital, Köln
Die wichtigsten Tipps und Tricks für mehr lokal digitale Sichtbarkeit im Internet

Jede zweite Suchanfrage bei Google ist eine lokale Suchanfrage. Während der Corona-Krise ist jeder Zehnte zum Social Shopper geworden. Patrick Hünemohr vertritt in seinem Vortrag die wichtigsten Tipps und Tricks, wie Sie Ihre lokal digitale Sichtbarkeit deutlich verbessern können, neue lokale Kunden gewinnen und den Abverkauf steigern können.

Patrick Hünemohr ist Online-Marketingexperte, Business Angel, Startup Investor und Autor des Bestsellers "Lokal Digital Unschlagbar". In mehr als 5.000 Digitalprojekten hat er mittelständischen Unternehmen Impulse gegeben und sie auf den Weg zum digitalen Erfolg geführt.



Mittwoch, 5. Oktober 2022, 14:30 bis 15 Uhr

Andreas Oberländer, YourWayUp, München
Wie werde ich als Händler einzigartig?

Heute reicht es als Händler nicht mehr, Kunden zufrieden zu stellen. Nur, wenn Ihre Kunden begeistert von Ihren Waren, Dienstleistungen und Mitarbeitern sind, kaufen sie gerne mehr und empfehlen Sie weiter. Im diesem Vortrag erfahren Sie, wie Sie Ihre Einzigartigkeit erlebbar machen, Mitarbeiter motivieren und ein einzigartiges Kundenerlebnis definieren.

Der studierte Betriebswirt Andreas Oberländer ist nach umfangreichen Aus- und Weiterbildungen seit 2007 als Trainer und Coach tätig. Er leitet das Trainerteam der Vertriebsberatung „YourWayUp“ mit 25 kompetenten Trainern für Vertriebs- und Führungskräfte mit jeweils unterschiedlichem Bran-



chen-Fokus. YourWayUp zählt zu den führenden deutschen Unternehmen für Vertriebsentwicklung bei Konsumgütern im Handel.

Mittwoch, 5. Oktober 2022, 15 bis 16 Uhr



Christian Fortmann, Fortmann Tegethoff Patent- & Rechtsanwälte, München

Wie funktioniert Licensing? Die rechtlichen Basics
Christian Fortmann gibt einen Einblick in die rechtlichen Grundlagen des Licensing/Merchandising, die Rechte, die dabei eine Rolle spielen, sowie die Dos and Don'ts bei der Gestaltung von Lizenzverträgen.



Christian Fortmann hat fast 30 Jahre Erfahrung im IP Sektor. Sein Hauptfokus liegt auf dem strategischen Management multinationaler IP Rechteportfolios für europäische Gesellschaften unterschiedlichster Größen. Er ist ein gefragter Vortragender zu allen Fragen des Licensing/Merchandising.

Donnerstag, 6. Oktober 2022, 13 bis 13:30 Uhr
Svenya Scholl, socialPALS GmbH, Holzkirchen
#NiceToMeetYou - Social-Media-Marketing für stationäre Händler

Sichtbarkeit in Social Media ist für stationäre Händler unverzichtbar - und dennoch stehen nach wie vor viele Händler vor entscheidenden Fragen: Wo fange ich an? Wie komme ich an guten Content? Was ist mein Ziel? Svenya Scholl, Account Managerin bei socialPALS GmbH, beantwortet diese und beleuchtet praxisnahe Möglichkeiten sowie Tipps zur Social-Media-Nutzung für kleine stationäre Einzelhändler.



Als Account Managerin bei socialPALS zeigt Svenya Scholl Marken, wie sie ihre Handelspartner bei der Aktivierung ihrer Zielgruppen unterstützen können. Zuvor war sie als Projektmanagerin mit der Unterstützung kleiner Händler im Bereich Social Media betraut.

Donnerstag, 6. Oktober 2022, 13:30 bis 14 Uhr
Gabriela Kaiser, TRENDagentur Gabriela Kaiser, Landsberg am Lech

Wie wirken sich die Megatrends auf den PBS Bereich aus?

Was sind eigentlich Megatrends und welche Bedeutung haben diese für Produkte und Dienstleistungen? Wie sehen Produkte und Shop-Dekorationen aus dem Bereich Schreibwaren, Bürobedarf sowie Kreativ aus, die den Megatrends folgen? Nach einer kleinen Einführung in die Welt der Megatrends werden die verschiedenen Trends anhand von Beispielen veranschaulicht.

Gabriela Kaiser ist seit 20 Jahren den Trends auf der Spur. Die übergeordneten Megatrends, der Blick auf den gesamten Lifestyle und die Bedürfnisse des Konsumenten sind ihr dabei wichtig. Durch ihre langjährige Erfahrung hat sie ein gutes Gespür entwickelt, was kommt, und berät diesbezüglich ihre Kunden.



Donnerstag, 6. Oktober 2022, 14 bis 14:30 Uhr
Simone Brett-Murati, Eskimos mit Kühlschränken, Hamburg & Florian Lindner, BTR Office, Wald-Michelbach
Social Media professionell anwenden

Wie positionieren sich regional verankerte Fachhändler im nationalen Wettbewerb gegenüber großen Marken? Der Vortrag erläutert anhand von Praxisbeispielen, wie PBS-Fachhändler Social Media, speziell LinkedIn, aber auch Kanäle wie Instagram zur Ansprache von B2B Geschäftskunden und Endverbrauchern nutzen.

Simone Brett-Murati ist Gründerin der Agentur Eskimos mit Kühlschränken. Die Expertin für digitales Vertriebsmarketing sowie Personal Branding von Geschäftsführern und Unternehmern ist zudem Autorin des Amazon E-Books „Social Selling Praxishandbuch - Werde zum LinkedIn-Influencer für deine Kunden“.



Als Inhaber von BTR Office mit Sitz im Odenwald hat Florian Lindner zwei Prioritäten: Bestellprozesse für Kunden durch innovative Prozesse zu vereinfachen und persönliche Kundenbetreuung. Mit dieser Philosophie wurde er 2017 von der Zeitschrift PBS Report zum Fachhändler des Jahres ausgezeichnet.



Donnerstag, 6. Oktober 2022, 14:30 bis 15 Uhr
Lukas Waidelich, Cauliflower GmbH & Co. KG, Hamburg
Tausenden Kunden gleichzeitig zuhören - die Forschungsmethode „Opinion Mining“ macht es möglich

Die Meinungen von Kunden sind individuell. „Opinion Mining“ hilft zu verstehen, was der Tenor ist, wenn tausende Kunden gleichzeitig sprechen. Wir stellen die Methode vor und zeigen, welche Insights sich für die PBS-Branche mit Opinion Mining ableiten lassen.

Lukas Waidelich ist Gründer und Geschäftsführer von Cauliflower. Er studierte Psychologie in Hamburg, beriet als Senior Consultant Unternehmen in der digitalen Transformation von Consumer Research Prozessen und ist Taskforce-Leiter Ethik & Bias im KI Bundesverband.



Insights Talks



Donnerstag, 6. Oktober 2022, 15 bis 15:45 Uhr



Peter Hollo, Ph - International Consultants für Licensing International Inc., Ottobeuren
Basics im Licensing

Licensing ist einer der Hidden Giants im internationalen Geschäft - ein 315 Milliarden US-Dollar Markt international und davon mehr als elf Milliarden in Deutschland. Erfahren Sie in diesem Vortrag mehr darüber, was Licensing ist, was es im Inneren zusammenhält und was Licensing für Ihre Marke oder Ihr Produkt tun kann - unabhängig davon, ob Sie als Lizenzgeber, Lizenznehmer oder im Handel agieren.



Peter Hollo gilt als ausgewiesener Spielwarenkennner und ist Brancheninsidern durch seine elf Jahre dauernde Tätigkeit für Müller in Ulm bekannt. 2012 gründete er „Ph - International Consultants“ und berät seitdem internationale Big-Player aber auch den Mittelstand, in den Bereichen Personalmarketing, Employer Branding oder Organisationsdesign. Seit 2016

ist er verantwortlich für Licensing International in Deutschland.

Freitag, 7. Oktober 2022, 13 bis 13:30 Uhr

Gabriela Kaiser, TRENDagentur Gabriela Kaiser, Landsberg am Lech
REthink PBS - Produkte mit Nachhaltigkeitsaspekt aus den Branchen PBS und DIY

Nachhaltigkeit ist einer der wichtigsten globalen Megatrends unserer Zeit. Reduce - Reuse - Recycle sind dabei die Keywords. Nachhaltigkeit hat aber sehr viel mehr Facetten, die in diesem Vortrag angesprochen werden sollen.



Gabriela Kaiser ist seit 20 Jahren den Trends auf der Spur. Die übergeordneten Megatrends, der Blick auf den gesamten Lifestyle und die Bedürfnisse des Konsumenten sind ihr dabei wichtig. Durch ihre langjährige Erfahrung hat sie ein gutes Gespür entwickelt, was kommt, und berät diesbezüglich ihre Kunden.

Freitag, 7. Oktober 2022, 13:30 bis 14 Uhr

Sabine Gauditz und Hans Schmidt, Arte Perfectum GbR, Nürnberg

Green Point of Sale

„Fridays for Future“ ist am POS angekommen! Vom Ladenbau bis zum Produkt hat sich die Frage der Nachhaltigkeit zu einem entscheidenden Kaufkriterium herauskristallisiert. Die Kunden der Generation Z stellen Marken und Händler auf dem Prüfstand. Mit einigen gekonnten Handgriffen lässt sich im Verkaufsraum ein nachhaltiges Einkaufserlebnis kommunizieren und ein stimmiges Gesamtbild schaffen.



Sabine Gauditz ist Expertin für visuelles Marketing im Handel und Autorin des Buches „Schaufenster als Spiegel der Geschäfte“. Mit Ihrer Beratungsfirma für visuelles Marketing, Arte Perfectum, legt sie Wert auf praxisnahe Lösungen bei Vorträgen, Seminaren, Workshops und In-house-Beratungen.



Hans Schmidt, Buchhändler, Wirtschaftsfachwirt, City Manager und seit mehr als 50 Jahren im engen Dialog mit dem Käufer, legt seine Schwerpunkte vor allem auf das Marketing vor Ort in Inszenierungen, Kundenfaszination und Mitarbeiterführung. Seit 2002 arbeitet er mit Sabine Gauditz zusammen.

Freitag, 7. Oktober 2022, 14 bis 14:30 Uhr

Anne Liesenfeld, Mittelstand- Digital Zentrum Handel, Köln
Social Commerce für Händler

Kunden nutzen Social Media Plattformen nicht nur zur Kommunikation oder für den Zeitvertreib. Sie suchen dort auch gezielt nach Produkten. Umso wichtiger für Händler, sich mit dem Produktverkauf über Social Media Plattformen zu beschäftigen. Wie Sie mit „Shoppable Posts“ bei ihrer Community punkten und was Kunden davon halten, erfahren Sie im Vortrag „Social Commerce für Händler“.



Anne Liesenfeld hat über mehrere Jahre Praxiserfahrung in der Handelsbranche und studierte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) in Stuttgart. Sie ist Projektreferentin am Mittelstand- Digital Zentrum Handel und beschäftigt sich vor allem mit Social Media Themen.

Egal ob im Büro, im Homeoffice, am PC, über das Smartphone oder am Tablet.
Mit einem Klick bleiben Sie immer auf dem neusten Stand.

**REGISTER
NOW**

○ Hier scannen und kostenlos anmelden:



Der PBS Report Newsletter

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

Sie möchten den Newsletter für Werbezwecke nutzen?

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

Mediaberatung:

Armin Schaum

Telefon: 0 69/42 09 03-55

armin.schaum@zarbock.de



Arbeitsplatzexperten sind im Handel gefragt

Novus Dahle beschäftigt sich seit 20 Jahren mit ergonomischen Produkten. Die Pandemie und „New Work“ haben diese Entwicklung weiter beschleunigt. Frank Indenkämpen und Dominique Fanta ziehen im Gespräch mit uns Bilanz. Der Handel spielt dabei auch eine entscheidende Rolle.

Die Pandemie hat die Art der Arbeit langfristig verändert. Was von den Veränderungen bleibt, was wird wieder verschwinden und sind „Future of Work“ und „New Work“ nur Schlagworte?

Indenkämpen: Ich denke, wie wir arbeiten hat sich bereits vor der Pandemie begonnen zu verändern. Die Corona-Zeit hat diese Veränderungen allerdings enorm beschleunigt. Somit sind die genannten Begriffe „Future of Work“ und „New Work“ keine bloßen Schlagworte, sondern benennen mehr oder weniger griffig einen Themenkomplex, in dem versucht wird, die aktuellen und künftigen Anforderungen an die Gestaltung von Arbeit neu zu definieren. Wesentlicher Treiber für die neue Ausgestaltung von Arbeit ist die Digitalisierung. Diese schreitet mit großer Geschwindigkeit voran und wird bleibende Veränderungen bewirken. Was von dem bleibt, was sich im Zuge der Pandemie verändert hat, ist spekulativ. Das Homeoffice - während dieser Zeit in aller Munde und

geradezu als Heilsbringer gefeiert, wird heute bereits deutlich kontroverser diskutiert. Was man sicherlich sagen kann: Die Veränderung der Kommunikation und des Datenaustausches führt allein schon zu einer erheblichen Abwandlung der Arbeitsprozesse. Das wird sich auf die Aufbau- und Ablauforganisation sowie auf die räumliche Strukturierung von Arbeit auswirken. Das veränderte Wertgefüge. Themen wie purpose economy sind da noch gar nicht berücksichtigt.

Wie haben Sie als Novus Dahle auf die Veränderungen reagiert oder besser gesagt, wie fügen sich Ihre Produkte in die neue Arbeitswelt ein?

Fanta: Die erste Frage hierbei ist: Wie sieht die neue Arbeitswelt denn aus? Homeoffice, Shared Desk und Videokonferenzen sind sicherlich nur einige Punkte der Veränderung. Bereits seit mehr als zwei Jahrzehnten beschäftigt sich Novus mit ergonomischen Produkten und Lösungen rund um den Arbeits-

platz. Gerade in den vergangenen drei Jahren haben sie massiven Zuwachs verzeichnet. Mit Neuentwicklungen wie den Monitorhalterungen Clu und Clu Plus konnten wir diese erfolgreich ergänzen. Bereits vor der Pandemie erwei-



Frank Indenkämpen, Geschäftsführer Novus Dahle in Lingen.



Das Homeoffice - produktives Arbeiten in den eigenen vier Wänden. Novus Dahle bietet dazu zahlreiche Lösungen aus allen Sortimentsbereichen an.

terten wir das Portfolio um moderne Arbeitsplatzleuchten, die sowohl beim Desksharing als auch im ergonomischen Homeoffice Anwendung finden. Und ganz neu kam in den vergangenen Wochen in Hinblick auf das Thema Videokonferenzen der Activity Indicator hinzu, eine optische Statusanzeige. Damit lässt sich für Außenstehende schnell und auf einen Blick erkennen, ob der Kollege bzw. die Kollegin gerade beschäftigt oder ansprechbar ist.

Auf der Dahle Seite haben wir schon zu Pandemiebeginn unser Sortiment an



Dominique Fanta, Sales Director Global Accounts & Europe und Brand Manager bei Novus Dahle

Aktenvernichtern komplett erneuert und die optimalen Produkte für das Homeoffice eingeführt. Gerade hier spielt Datenschutz noch einmal eine andere Rolle; kaum vorstellbar, was passiert, wenn wichtige Geschäftsdokumente im Hausmüll landen! Darüber hinaus ist im Homeoffice aber auch die aktive Beschäftigung des Nachwuchses bedeutend. Hier hat Dahle ebenfalls die passenden Produkte im Markt, damit sich die Kleinen kreativen Tätigkeiten wie dem Basteln widmen können.

Co-Working-Spaces, Homeoffice und betriebliches Büro sollen sich künftig ergänzen. Wie hoch schätzen Sie den Bedarf ein, insbesondere zu Hause den Arbeitsschutz und betriebsmedizinische Angebote zu adaptieren?

Indenkämpfen: Heute wird häufig noch von mobiler Arbeit gesprochen, obwohl es in den meisten Fällen um die Arbeit von zu Hause aus geht. Die Gründe für diese Sprachregelung setze ich als bekannt voraus. Wenn das Homeoffice auch in rechtlicher Hinsicht thematisiert wird, muss es zwangsläufig zu einer Adaption des Regelwerkes, welches für den Büroarbeitsplatz gilt, kommen. Hier sind jedoch gewisse Herausforderungen zu bewältigen. Ist der Arbeitgeber verpflichtet, für die ergonomische Ausgestaltung des Arbeitsplatzes und

die Erfüllung der berufsgenossenschaftlichen Anforderungen zu sorgen, ergibt sich daraus beispielsweise die Frage, ob er dann auch das Recht zur Begehung der Arbeitsstätte hat. Das Thema ist somit auch von rechtlicher Seite offenbar komplex. Letztendlich wird aber eine vermehrte Arbeit von zu Hause dazu führen, dass die bekannten Anforderungen an ein gesundes und belastungsarmes Arbeiten zu berücksichtigen sind, will man nicht mit deutlich erhöhten Krankenständen und abnehmender Produktivität leben.

Wie gehen Sie als mittelständisches Unternehmen selbst mit flexiblen Arbeitszeiten und mobilen Arbeitsplätzen um?

Indenkämpfen: Bereits vor der Pandemie gab es ein Inhouse-Projekt „Zeitreich“ mit dem Ziel zu ergründen, wie die Flexibilisierung von Arbeit in unserem Hause umgesetzt werden kann und welche Effekte das z. B. auf die Produktivität haben würde. Die Ergebnisse mündeten schon vor der Corona-Pandemie in eine Betriebsvereinbarung, die aufgrund der während der Pandemie gemachten Erfahrungen im Nachgang nochmals deutlich weiter gefasst wurde. Heute wird den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern unter Berücksichtigung des Stelleninhaltes und der betrieblichen Erfordernisse ermöglicht, an zwei Wochentagen vom Homeoffice aus zu arbeiten.

Daraus ergeben sich ganz neue Ideen, um die Arbeitsplätze der Zukunft im Büro oder zu Hause noch besser zu gestalten. Wo sehen Sie weitere Ansatzpunkte und Chancen - auch mit Blick auf den Handel?

Fanta: Themen wie Ergonomie, Vereinbarkeit von Beruf und Betreuung, Schaffung von ablenkungsfreien Räumen während der Homeoffice-Tätigkeit sowie Datenschutz sind mit Sicherheit nur einige Ansatzpunkte, in denen der Handel sich profilieren kann. Gerade bei der mobilen Arbeit liegt die Verantwortung der Einrichtung eines Homeoffice-Arbeitsplatzes bei den Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern. Das heißt, diese benötigen eine entsprechende Beratung für die richtige Ausstattung - egal, ob digital oder vor Ort. Hier kann der

Handel insgesamt punkten. Wir für unseren Teil bieten in diesem Jahr bereits zum zweiten Mal mit unseren Kooperationspartnern die Weiterbildung zum Geprüften Arbeitsplatzexperten an.

Zudem spielt die Frage, wie der Arbeitsplatz im Unternehmen zukünftig gestaltet wird, eine gewichtige Rolle und bietet den Profis im Handel ausreichend Potenzial, mit gezielter Beratung die richtigen Lösungen für Unternehmen zu finden.

Sie gehören als Unternehmen zur Emco Group - Hersteller von Gebäude- und Befestigungstechnik sowie Elektromobilität. Welche Synergieeffekte ergeben sich daraus, die Sie bereits heute nutzen?

Indenkämpen: Die Fertigungstechnologien unseres Hauses drehen sich im Wesentlichen um die Metallverarbeitung sowie das Kunststoffspritzen. Genau daraus leiten sich die produktionsseitigen Synergien ab. Beispielsweise fertigt unsere Kunststofftechnik hochqualitative Teile für alle Emco-Töchter. Gleichzeitig ermöglicht uns der Geschäftsbereich Elektromobilität erhebliche Synergien im Bereich Akku-Technologie verbunden mit dem Aufbau entsprechenden Know-hows.

Das Thema Nachhaltigkeit beherrschen Sie schon seit vielen Jahren aus dem Effeff. Welche Schwerpunkte setzen Sie dabei und wo sehen Sie noch Aufklärungsbedarf bei der Vermarktung nachhaltiger Produkte?

Fanta: Wir setzen dort, wo es möglich ist, konsequent auf die Verwendung von Rezyklaten, also Kunststoffe, die bereits ein „anderes Leben“ hinter sich haben. Diesen Weg verfolgen wir stetig weiter und ergänzen unser Sortiment regelmäßig. Ein kommender Schwerpunkt für alle Novus Dahle Sortimente ist die kunststofffreie Verpackung. Diesem Thema widmen wir uns bereits seit geraumer Zeit. Es wird uns aber noch eine Weile begleiten, da es technisch nicht immer ganz einfach umzusetzen ist. Der Punkt Aufklärungsbedarf geht definitiv an das Transparentmachen der genauen Zusammensetzung von Produkten, welche Rezykla-



te beinhalten. So wird das Vertrauen auf der Seite der Nutzer in diese Produkte gestärkt.

Die re+new Range von Novus umfasst nun auch Blockheftgeräte, die mühelos Ordnung schaffen. So kann der Hefter Novus B 50 re+new bis zu 140 Blatt Papier auf einmal verarbeiten. Das Beste: 81 Prozent des insgesamt eingesetzten Kunststoffs bestehen aus wiederverwertetem Rezyklat. Und mit der Möglichkeit, die Geräte am Ende eines langen Produktlebens zu demontieren und sortenrein zu trennen, schließt Novus den Recycling-Kreislauf.

te beinhalten. So wird das Vertrauen auf der Seite der Nutzer in diese Produkte gestärkt.

Welche Schwerpunkte setzen Sie bei Ihren Marketingaktivitäten für den Handel im kommenden Herbst/Winter?

Fanta: In Zeiten von stetig teurer werdenden Produkten ist es wichtig, dem Handel die entsprechenden Argumente zur Qualität und Wertigkeit der Produkte zu geben. Getreu dem Motto „Wer billig kauft, kauft zweimal“ geht es uns vornehmlich darum, unsere Qualitäts-

unterschiede zum Wettbewerb deutlich herauszustellen. Zusätzlich werden wir rund um die kommenden Messen immer wieder Produktneueinführungen entsprechend begleiten und unterstützen. Neben der Orgatec und der Light + Building werden wir Anfang Februar 2023 sowohl auf der Ambiente als auch auf der Creativeworld vertreten sein und hier entsprechende Themen platzieren. Eine starke Rolle wird dem Thema Social Media zukommen.

Vielen Dank!



Weltweit bekannt sind die blauen Schneidemaschinen von Dahle. Nutzerinnen und Nutzer schätzen und vertrauen auf die sichere Anwendung und die exakten Schnitte der Geräte. Durch die hohe Qualität und Langlebigkeit sind diese häufig jahrzehntelange Begleiter in der Umsetzung professioneller oder privater Projekte.

Ambiente liefert neue Synergien

Der neue Bereich der Ambiente bietet attraktive Zusatzangebote, damit das Fachpublikum vom 3. bis 7. Februar 2023 auf Entdeckungsreise nach zukunftsweisenden Innovationen gehen kann. Die Messe Frankfurt hat dazu den Bereich „Working“ in die neue Konsumgüterwelt integriert.

Ambiente Working erweitert die bestehenden Bereiche Living, Giving und Dining der internationalen Konsumgüterfachmesse, die somit alle Lebenswelten abdeckt. Home und Office verschmelzen, New Work und Lifestyletrends wachsen weiter zusammen: Es entstehen neue Synergien und Potenziale, die durch einen veränderten Blick auf die Produktwelten des Konsumgütermarktes spannende Chancen und Absatzmöglichkeiten eröffnen.

Wertvolle Synergien in der Halle 3.1

Ein Teil von Ambiente Working ist „Future of Work“ in der Halle 3.1, dort verbindet sich die moderne Arbeitswelt mit dem Angeboten des Ambiente Living-Bereichs Interior Design und Contract Business. Gemeinsam bilden sie eine Inspirationsquelle im Crossover von Home und Office und schaffen wertvolle Anknüpfungspunkte zu Hotellerie und Objektgeschäft. Die Wohnkonzepte, Möbel, Leuchten, Wohntextilien sowie Wohn- und Designaccessoires im Living-Bereich befinden sich in direkter Nachbarschaft zu dem Angebot für Büroeinrichtung und -design als auch Accessoires für den Arbeitsplatz zu Hause, im Büro oder für das mobile Arbeiten. Büroausstatter:innen und -planer:innen, (Innen)architekt:innen, Facilitymanager:innen und Office-Einkäufer:innen ermöglicht diese Synergie in der Halle 3.1 ganz neue Möglichkeiten der Kundenbeziehungen.

„Future of Work“-Area

Das neue Ambiente-Highlight ist die Sonderschau „Future of Work“ in der Halle 3.1, die Konzeptpräsentationen zu den Themen Office Space, Collaboration und Homeoffice umfasst. Dort werden kuratierte Produkte von Ausstellern zum jeweiligen Thema in einem zukunftsweisenden Setting zusammengestellt und Modern Workspaces präsentiert. Ergänzt werden diese durch



Der Ambiente Bereich Working schafft sowohl für bestehende als auch für neue Zielgruppen attraktive Angebote.

die „Future of Work Academy“, wo sich ebenfalls alles um die Fragestellungen dreht, wie das moderne Arbeiten heute aussieht, wie es in Zukunft sein wird und welche Räume bzw. Ausstattungen dazu benötigt werden.

Direkt an „Future of Work“ schließen sich gestalterisch an die Sonderschau angepasste und ausgestattete Kontakt-Lounges von 12 und 24 Quadratmetern der kuratierten Future of Work-Teilnehmer sowie individuelle Präsentationen von Lösungsanbietern für Office, Co-Working Spaces und Homeoffice an.

Neue Office-Heimat in der Halle 4.2

Die neue Office-Heimat mit Produkten rund um Bürobedarf, -ausstattung und -technik ist 2023 die Halle 4.2 bei Ambiente Working. Dort haben sich Firmen wie Herma, HSM und Novus Dahle bereits einen Platz gesichert und präsentieren ihre Produktneuheiten in einem internationalen PBS-Umfeld. Ebenfalls in der Halle 4.2 befindet sich das Sonderareal

„Office Heroes“, auf dem sich renommierte deutsche Markenhersteller auf einer einheitlich gestalteten Fläche mit Marktplatzatmosphäre vorstellen.

Das Office-Segment wird ideal ergänzt durch den Ambiente Giving-Bereich Urban Gifts & Stationery, wo Besucher:innen Papier- und Schreibwaren, Schreibgeräte zum Beispiel von Caran d'ache, Kaweko und Diplomat, Grußkarten von AvanCarte und trendorientierte, dekorative Geschenkartikel sowie Taschen und persönliche Accessoires finden.

Mit der Struktur von Ambiente Working profitieren Händler:innen von einem unvergleichlichen Crossover an Produktgruppen, Themen, Segmenten und Synergien. So findet der Fachhandel für Papier, Bürobedarf und Schreibwaren künftig alle relevanten Anbieter für sein Sortiment - egal ob klassischer Bürobedarf und -technik oder Schreibwaren und trendorientierte Geschenkartikel in der Halle 4.2.

Congress Center als Plattform für Remanexpo und Remanexpo Academy

Der Produktbereich Remanexpo bildet den Markt ab, auf dem Wiederverwendung ebenso wie Vertrieb, neue Produkte, Technologien und Dienstleistungen zu Hause sind. Wiederaufbereitete Druckerprodukten, Toner und Kartuschen, Services und Verbrauchsmaterialien, OEM-, wiederaufbereitete und neuen Nicht-OEM-Produkte, Druckersoftware, 3D-Druck sowie neue Technologien findet ihre Heimat bei Ambiente Working im Congress Center der Messe Frankfurt (CMF), direkt neben der Halle 5. Diese Platzierung bietet dem gesamten Segment Remanexpo mehr Raum sowie der Remanexpo Academy passende Kongress-Einrichtungen für die täglichen Fachvorträge.

[ambiente.messefrankfurt.com](https://www.ambiente.messefrankfurt.com)



Die Konsumgüter-Show hat sich als B2B-Veranstaltung etabliert. Der nächste Termin steht bereits fest: 11. bis 13. Februar 2023. Fotos: Trends Up West

Hoher Trendfaktor in Düsseldorf

Rund 1900 Besucher und 150 Lifestyle-Marken lockte die Sommer-Ausgabe der Trends Up West auf das Areal Böhler. Trotz Bombenentschärfung und Autobahnsperrung herrschte beste Osterstimmung. Die Veranstalter wollen ihr Konzept im nächsten Jahr weiter verbessern.

„Es ist immer was los während der Trends Up West in Düsseldorf. Offenbar bringen wir die Region in Wallung“, sagt Veranstalter Willo Blome (Firma Blomus) scherzhaft. Denn nach zwei Orkanen während der Februar-Ausgabe wurden die vom 12. bis 14. August 2022 stattfindenden Show Days für Großhandel und

Händler dieses Mal durch einen anderen Zwischenfall beeinträchtigt. Eine Bombenentschärfung im Stadtteil Pempelfort am Starttag der Veranstaltung führte nicht nur zur Evakuierung von 17000 Einwohnern, sondern machte auch die Sperrung der A44 erforderlich, was die Anreise für viele Besucher verkomplizierte.

Bis zu diesem Punkt konnten Willo Blome und seine Trends Up West-Mitstreiter Florian Burghard (Firma Sompex) und Marco Hübecker (Firma Fleur Ami) einen sehr gelungenen Auftakt der vierten Ausgabe konstatieren. Doch mit der ungewollten „Bombenstimmung“ am Freitagnachmittag setzte ein Zwischentief ein, das auch den Samstag beeinflusste, an dem nur 450 Besucherinnen und Besucher den Weg in das hochsommerliche Düsseldorf fanden. Der Sonntag konnte dann mit 900 Gästen wieder an die gewohnte Form anknüpfen. In Summe zählte die Konsumgüter-Show 1900 Händler aus allen Bereichen.



150 Lifestyle-Marken präsentierten den Fachbesucher*innen auf der Trendset Up West ihre Neuheiten.

Die Gemengelage aus Bombenentschärfung, tropischer Hitze und schwacher Konsumstimmung führte zu einem Drittel weniger Besucher auf dem Areal Böhler als bei der vorherigen Trends Up West. „An dem Format gibt es jedoch nichts zu rütteln“, erklärten die Veranstalter, denn die Einzigartigkeit der Veranstaltung zeige sich in der Schmiede-



halle, der neuen, voll klimatisierten und größeren Ausstellungshalle umso deutlicher. Das Marken-Set-up war mit vielen internationalen Labels hochwertig wie nie, die Auswahl kuratiert und das Engagement der Aussteller energiegeladen. Insgesamt waren es 150 Marken, die in den wesentlichen Konsumgüterbereichen ihre Produkte für Herbst, Winter und Frühjahr zeigten - Wohn- und Küchenaccessoires, Kochgeschirr, Gedeckter Tisch, Kerzen, Lampen, Heimtextilien, Papeterie, Geschenkartikel, Spielwaren, Klein elektrogeräte, Fashion und Food.

Deshalb stimmte auch dieses Mal die Qualität der Besucher, die allen relevanten Einzelhandelszweigen zugeordnet werden konnten. Sie ließen sich in entspannter Atmosphäre von den Produkten mit hohem Trend-Faktor zum Ordern verführen. Einige Aussteller vermeldeten auf weniger Fläche sogar mehr Umsätze als auf den bisherigen Konsumgüter-

ter-Sommernessen. „Die Trends Up West hat viele Fans gewonnen und gehört inzwischen für entscheidende Einkaufsgruppierungen fest auf den Jahreskalender. Das positive Feedback von den Besuchern sehen wir als Bestätigung, das Format kontinuierlich weiterzuentwickeln“, sagt Florian Burghard (Firma Sompex).

Einen Wermutstropfen gab es dennoch: Dass bei über 2700 Vorregistrierungen mehr als 800 Personen nicht erschienen waren, führte zu einem organisatorischen Problem. Schließlich hatten die Veranstalter ein Catering in entsprechender Größenordnung disponiert. Um zukünftig besser und nachhaltiger planen und die gestiegenen Energiekosten teilweise kompensieren zu können, soll ab der nächsten Ausgabe der Trends Up West eine geringe Eintrittsgebühr bei der Registrierung fällig werden. Auf der Veranstaltung können die Gäste dann

wie gewohnt nach Bedarf parken, essen und trinken.

Schon jetzt werden die Weichen für die nächste Ausgabe gestellt, schließlich sei die Winter-Edition traditionell, „wie man mittlerweile sagen darf, besonders stark“. Die Trends Up West-Veranstalter haben deshalb für den Jahresstart vom 11. bis 13. Februar 2023 wieder die 8500 Quadratmeter große Schmiedehalle gebucht und setzen damit weiterhin auf ein kuratiertes Ausstellerportfolio.

„Die Trends Up West hat sich als B2B-Qualitätsveranstaltung etabliert und schafft es wirklich allen Gewalten zu trotzen - mit dem höchsten Trendfaktor im Westen. So machen wir auch im kommenden Jahr weiter, denn unsere Branche empfindet viel Freude mit dieser Show“, blickt Marco Hübecker (Firma Fleur Ami) nach vorn.

www.trendsupwest.com

Kreative Kalender mit großem Potenzial

Am Anfang stand eine klare Vision. Seit der Gründung 1991 hat sich Burde zum bedeutendsten Player im skandinavischen Kalendermarkt entwickelt. Mit seiner feinen und kreativen Designsprache möchte das schwedische Unternehmen nun auch den deutschen Markt erobern.

In den Wäldern Smålands, wo das Unternehmen Burde seine Wurzeln hat, sind es die Menschen gewohnt, neue Wege zu gehen. Die Provinz in Südschweden steht bei vielen für Pippi Langstrumpf, Feen, Kobolde, Nymphen, Gnome, Lindwürmer und Drachen. Die Leute haben gelernt, wie wichtig es ist, nach oben zu schauen und niemals wie alle anderen zu handeln, nur um der Sache willen. „Wir tun dies von ganzem Herzen“, sagt Firmenchef Marc Burde

dazu und ergänzt: „Und es hat sich gelohnt, denn heute sind wir der größte Kalenderlieferant in den nordischen Ländern.“

Obwohl die Anfänge des Kalenderanbieters alles andere als einfach waren, stand allem voran eine klare Vision. „Nirgendwo fanden wir Kalender, die die Persönlichkeiten, Träume und Ziele unserer Freunde und Familien widerspiegeln“, erläutert Marc Burde. „Alles

war braun oder schwarz oder sah gleich aus. Aber Träume sind nicht nur braun oder schwarz“, dachten sich die Pioniere. „Also haben wir die Sache selbst in die Hand genommen und einen Kalender entworfen, den die Welt noch nie zuvor gesehen hat. Er war rosa.“

Das war der Beginn einer Erfolgsgeschichte, die bis heute anhält. „Wir brachten unsere selbstentworfenen farbenfrohen Kalender auf den Markt und begannen mit berühmten Illustratoren zu arbeiten. Plötzlich wurden wir interessant, und die Verkäufe begannen zu steigen. Wir bauten eine eigene Design- und Produktionsentwicklungsabteilung auf, sind in die Welt hinausgegangen und haben Trends aus der Modebranche gescoutet“, schildert Marc Burde. Dieses Vorgehen entwickelte sich zum Kern des Unternehmens, das Burde dazu gebracht hat, die nordischen Länder im Sturm zu erobern. „Es ist unser Antrieb, ständig neue aufregende Produkte mit feinem und kreativem Design zu entwickeln. Jetzt möchten wir noch mehr Menschen auf der ganzen Welt die Möglichkeit geben, an den Produkten teilzuhaben, die so viele in den nordischen Ländern schätzen.“

Qualität und Design stehen bei Burde immer ganz oben auf der Agenda, die Nutzer sollen immer von den Produkten begeistert sein. Die gesamte Design- und Produktentwicklung findet am Hauptsitz des Unternehmens in Växjö in Südschweden statt. „Wir produzieren viel in unserer eigenen Fabrik, aber auch mit Subunternehmen in Europa und Asien“, sagt Marc Burde und ergänzt: „Was



Marc Burde: „Um der Nachfrage im deutschsprachigen Raum entsprechen zu können, suchen wir Einzelhändler, die sich unserer Reise anschließen möchten.“



Bei Burde ist das Designteam das Zentrum des Erfolgs. Auch die neuen Kalender- und Organizermodelle 2023 wurden mit viel Liebe zum Detail kreiert.

ich am meisten schätze, ist der Weg von der Idee bis zum fertigen Produkt in den Händen des Benutzers. Es gibt so viele Teile, die gut sein müssen.“

Es ist ein langer kreativer Prozess, in dem das Team aus drei Grafikdesignern und vier Produktentwicklern die kommende Auswahl an Designs und brandneuen Produkten zusammenstellt. Zu den aktuellen Highlights 2023 zählt der Life Planner Pink, der Life Organizer und der Kalender Yoga. Der Life Planner Pink von Burde ist mehr als nur ein Kalender - er spiegelt das Leben wider. Indem man Prioritäten setzt, plant und organisiert, kann man mit dem Life Planner Pink den Überblick bewahren und hat die Möglichkeit, sich die Zeit so einzuteilen, dass man sich auf die wirklich wichtigen Dinge konzentrieren kann.

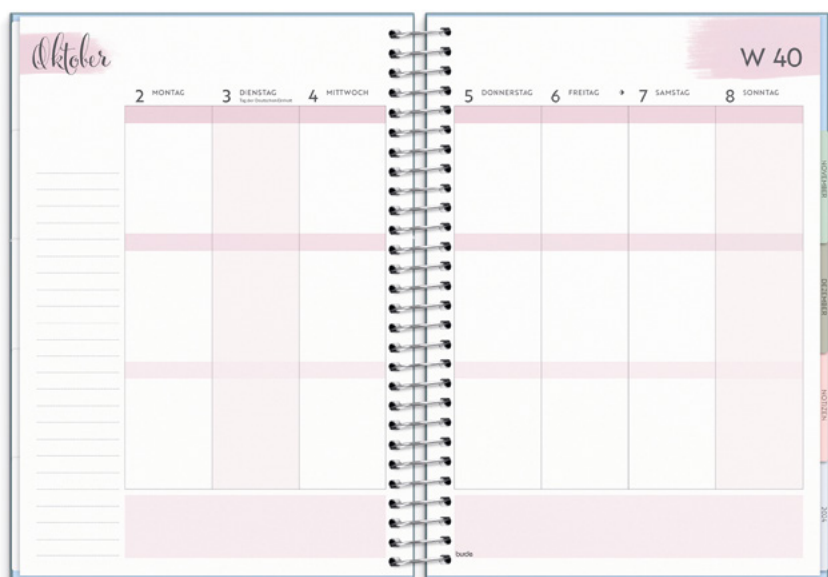
Mit seinem Jahresplaner sowie der Monats- und Wochenübersicht ist der Kalender 2023 Life Organizer von Burde ein smarter Begleiter für alle Vielbeschäftigten, die einen praktischen Taschenkalender zur einfachen Organisation und Strukturierung von Wochentagen und Wochenenden benötigen. Hier findet man genügend Platz für die Planung, To-do-Listen und alle anderen Arten von Notizen. Getreu dem Motto „Atme tief ein und heiße das Jahr 2023 mit einem neuen Kalender willkommen“ dient der neue Yoga Kalender von Burde als tägli-

che Inspirationsquelle für einen gesünderen Lebensstil sowie eine bewusster Gestaltung des täglichen Lebens.

Wer die Verfügbarkeit der Produkte für die kommende Saison bereits jetzt sicherstellen möchte, kann die Produkte direkt über die Libri GmbH bestellen. „Es ist auch möglich, uns direkt über sales@burde.com zu kontaktieren, um Lösungen zu besprechen“, sagt Marc Burde dazu. „Wir arbeiten hart daran, die Möglichkeit zu bekommen, alle Handelspartner persönlich kennenzuler-

nen. Unser Verkaufsleiter Mattias Helin arbeitet gemeinsam mit unserem deutschsprachigen Verkäufer Martin Mayer intensiv an der Planung von Treffen, um uns und unsere Produkte vorzustellen. Zudem werden wir 2023 auf der Buchmesse in Frankfurt ausstellen. Aber das Allerbeste wäre natürlich, wenn wir die Gelegenheit hätten, die Kunden hierher zu uns mitten in den Wäldern Smålands einzuladen. So können wir zeigen, woher wir kommen und was wir können.“

www.burde.com/de



Bei der Gestaltung wird nichts dem Zufall überlassen. Alle Kalendarien sind übersichtlich und anwenderfreundlich konzipiert.

Nachhaltige Schreibtisch-Accessoires

Die Schreibtisch-Accessoires „Zenith“ aus dem Hause Balma, Capoduri & C. werden aus Metall gefertigt und zeichnen sich durch ihr einzigartiges und ungewöhnliches Design aus. Einfache und elementare Linien bestimmen die charakteristischen Merkmale der Organisationsmittel und Alltagshelfer, die ganz im Zeichen der Qualitätsgarantie „Made in Italy“ hergestellt wurden.

Der magnetische Klammerspender Art. 821 ist eine Kombination aus einem Metallsockel und einem Zylinder aus gezeugtem Stahl, vernickelt und poliert. Die magnetisierte Gummischeibe hält die Büroklammern fest am Boden. Der Schreibtisch-Briefhalter Art. 825 beeindruckt durch seine einfache Linienführung, bei gleichzeitiger Stabilität durch seine robuste Metallkonstruktion. Die Briefablage Art. 830, dessen innovative Form als Gebrauchsmuster geschützt ist, verbindet Funktionalität und Design in optimaler Weise mit dem originellen



Die Linie der Zenith-Accessoires aus dem Hause Balma, Capoduri & C., Voghera/Italien.

vernickelten Träger, der den drei Ablagen besondere Stabilität garantiert.

Die Lackierung besteht aus bleifreien Emaillen, verschleiß- und korrosionsbeständig. Mit Ausnahme der Briefablage (weiß oder schwarz) sind alle anderen

Produkte in vier Farben erhältlich: burgunderrot, schwarz, weiß und blau. So kann der Benutzer ein komplettes Set in seiner Lieblingsfarbe zusammenstellen, für einen Schreibtisch in unverwechselbarem Zenith-Stil.

www.zenith.it

Toolbox Loft - die Antwort auf New Work

Mobile und hybride Arbeitsmodelle sind Resultate aus der Modernisierung und Digitalisierung der Arbeitswelt. Mit der Toolbox Loft reagiert der Hersteller HAN-Bürogeräte nun auf diese Veränderungen und sorgt für mehr Flexibilität am Arbeitsplatz - Zuhause und im Büro. Der Wandel hin zu einer neuen Lebens- und Arbeitskultur, mit wichtigen „New Work“ Trends, wie zum Beispiel Desk Sharing und Clean Desk Modelle sind Initiator und Treiber für Produktentwicklungen wie die Toolbox im Hause Han.

Organisation, Ablage und Transport von Arbeitsmitteln, persönlichen Gegenständen und kleinen Utensilien wird so ganz einfach. Die Toolbox ist in fünf verschiedenen Farben erhältlich - Snow White, Jet Black, Granite Grey, Lime Green und Flamingo Rose. In den unterschiedlich großen Fächern lassen sich Büromaterialien, Schminkutensilien und



Die Toolbox Loft ist ein wahres Organisationstalent.

Handarbeitszeug ebenso gut organisieren wie Künstlerbedarf, Arzneimittel oder Zubehör für die Küche. Damit wird die Toolbox Loft zu einem wahren Orga-

nisationswunder, das sich harmonisch in jedes Wohn- und Arbeitsumfeld integriert, und zusätzlich beim Style punktet.

www.han-online.com

Bunt- und Bleistifte aus Zeitungspapier

Stifte aus Altpapier für Jung und Alt - das sind die Produkte, die das Ehepaar Marković gemeinsam entwickelt hat und in Serbien produziert. Ihr Unternehmen NewPen steht für eine nachhaltige Fertigung. Für den deutschsprachigen Raum hat Karl Kallinger die Stifte auf den Markt gebracht. NewPen zeigt seine innovativen Schreibgeräte auf der Insights-X in Nürnberg vom 5. bis 7. Oktober 2022, in Halle 10.0, Stand 40.

Das Start-up verwendet für seine Schreibgeräte statt Holz ein Materialgemisch aus recycelten Zeitungen. Dragan Marković, Geschäftsführer von NewPen, hat sich dabei vom Disneyfilm „Das wundersame Leben von Timothy Green“ inspiriert lassen und schließlich diese nachhaltigen Schreibgeräte gemeinsam mit seiner Frau Slavica zu entwickeln.

Mit der Fertigung startete das Unternehmen vor zwei Jahren. „Wir haben unsere Stifte im Anahem Laboratory



Altes Zeitungspapier ist der Rohstoff aus dem neue Blei- und Buntstifte entstehen.

und dem Institute of Public Health testen lassen. Für die Buntstifte war es besonders wichtig, den europäischen Standard der Produktkonformität EN71-3 zu

erfüllen. Und das erfüllen sie“, betont Dragan Marković stolz. In Deutschland sind die Produkte bereits erhältlich. www.newpen.rs

Charmante Abdrucke im XXL-Format

In diesem originellen Holzstempel steckt viel Liebe zum Detail. Der Mammoth versteht sich als perfekte Komposition aus

höchster Handwerkskunst und formvollendetem Design. Mit Hilfe des ergonomisch gestalteten Griffs gelingt ein

makelloser Abdruck mit einer einzigen, geschmeidigen Wiegebewegung. Das Stempelmotiv an sich lässt viel Raum für Fantasie. Ob Geschäftslogo oder Kreativabdruck - so können selbst Kleinunternehmen kosteneffizient und platzsparend ihre Verpackungsmaterialien individualisieren.



Ob Geschäftslogo oder Kreativabdruck - so können selbst Kleinunternehmen kosteneffizient und platzsparend ihre Verpackungsmaterialien individualisieren.

Der Trodat Mammoth wird in Deutschland per Hand hergestellt. Vom Vorsatz der Beständigkeit und des Umweltbewusstseins getrieben, sind sowohl das Holz (PEFC & FSC) als auch der Lack mit Zertifizierungen (DIN EN71) ausgestattet. Auch in das Verpackungsdesign wurde viel Zeit und Liebe investiert. Die smarte Kartonbox bietet nicht nur ausreichend Platz für den Stempel selbst, sondern darüber hinaus auch für ein passendes Handstempelkissen in einer von fünf satten Farben (Schwarz, Blau, Rot, Grün, Violett).

www.trodatt.de



If it's broken, fix it - dies ist das Motto, das hinter der Produktidee von Sugru steckt. Doch die Einsatzmöglichkeiten der Klebmasse sind weit vielfältiger.

Der formbare Alleskleber

Mit Sugru lassen sich Alltagsgegenstände schnell und einfach reparieren und verschönern. Nicht umsonst hat die formbare Klebmasse, seit 2018 Teil der Tesa Produktwelt, eine millionenstarke Fangemeinde und mischt die DIY-Bewegung gründlich auf.

Ein stoßsicherer Schutz für die Kamera, eine Ummantelung für das brüchige Smartphone-Ladekabel, ein Haken für Handtücher: All das kann aus Sugru werden - und 1000 Dinge mehr. Sugru ist in vielen Farben erhältlich, die Einsatzmöglichkeiten sind quasi unendlich: Sie reichen vom Befestigen und Verbinden bis zum Abdichten, Isolieren, Schließen von Rissen und Löchern sowie Schützen oder Markieren. Übrigens, der Markenname Sugru ist vom irischen Wort für „spielen“ abgeleitet. Das passt, denn der Fantasie sind im Umgang mit der formbaren Spezialklebmasse keine Grenzen gesetzt.

Wenn Sugru aus der Packung genommen wird, bleibt es etwa 30 Minuten lang formbar. Danach braucht es 24 Stunden, bis es ausgehärtet ist und eine gummiartige Oberfläche entwickelt hat. Dann ist es formstabil, elastisch und wasserfest und hält Temperaturen von -50°C bis +180°C stand. Ausgezeichnete Eigenschaften, das fand auch das „Time“ Magazin, als es 2010 Sugru auf Platz 22 der 50 weltweit besten Erfindungen setzte (das iPad landete damals übrigens auf

Platz 34). Und auch das Europäische Patentamt (EPA) sah, dass Sugru eine bahnbrechende Erfindung ist und zeichnete es 2018 mit dem Europäischen Erfinderpreis aus.

Über 2,5 Millionen Nutzer weltweit sind inzwischen Teil der Sugru Fan-Bewegung. Kein Wunder, denn die smarte Masse passt perfekt in ein neues Bewusstsein von Nachhaltigkeit. Dinge zu reparieren oder selbst zu machen, ist kein schnellleibiger Trend, sondern Bestandteil eines bewussten Umgangs mit Ressourcen.

Die Flexibilität und Einsatzmöglichkeiten von Sugru überzeugten auch Tesa. Im Mai 2018 erwarb das Unternehmen die FormFormForm Ltd. mit Sitz in London und damit das Produkt Sugru. Eine Win-win-Situation für beide Unternehmen: Tesa erweitert sein Sortiment im Bereich der intelligenten Befestigungslösungen um ein vielseitig einsetzbares Produkt, das vor allem auch junge Zielgruppen anspricht. Und die FormFormForm Ltd. profitiert von der Infrastruktur und der internationalen Marke Tesa.

www.tesa.de



Die Klebmasse aus der Packung nehmen und kneten. Sugru wird dadurch flexibel, weich und superformbar.



Formen und gestalten: Jetzt kann Sugru reparieren, dichten, dämpfen, kleben, verbessern, verschönern u.v.m.



24 Stunden trocknen und jahrelang benutzen. Sugru wird zu einem strapazierfähigen, aber dennoch flexiblen Gummi.



Die zweifarbige Tragetasche aus Papier zeichnet sich durch ihren Recycling-Charakter aus.



Die stilvollen Kartonverpackungen von ELCO gibt es in vielseitigen Variationen. Größen und Farben.

Weihnachten liegt in der Luft

Wer freut sich nicht über ein liebevoll eingepacktes Geschenk mit persönlicher Weihnachtspost? Egal ob Sie eine praktische oder kreative Geschenkidee haben, gewinnt die Verpackung und der persönliche Weihnachtsgruss immer mehr an Bedeutung und bleibt in Erinnerung.

Mit den neuen ELCO Produkten und den Geschenkidee der Konsumenten wird die Geschenkübergabe in diesem Jahr zu einem stilvollen Highlight.

Elegante Papiertaschen

Die Papiertasche hat Recycling-Charakter. Die besondere Optik entsteht aus der braunen und weißen Kraftpapier-Kombination mit Baumwollgriffen und silbernen Ösen. Die Taschen sind perfekt geeignet für die großen, kleinen sowie unförmigen Geschenke und das Beste, der Beschenkte kann die Tragetasche wiederverwenden. Damit hinterlassen die Kaufenden mit den hochwertigen Papiertaschen einen eleganten Eindruck.

ELCO Geschenkboxen

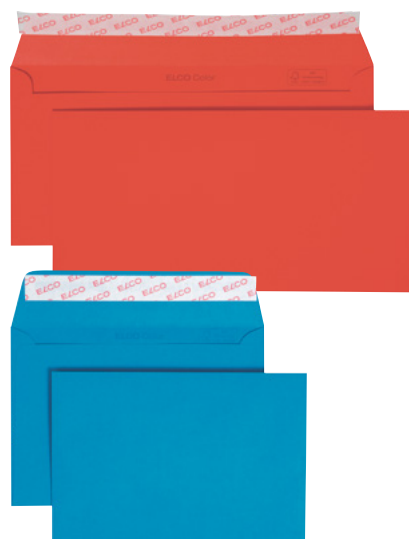
Perfekt verpackt - mit den stilvollen Elco Geschenkboxen kann künftig auf das Geschenkpapier und -band verzichtet werden. Die Kartonverpackungen gibt es in vielseitigen Variationen und Größen in der Farbe Schwarz- und Weiss-Matt. Sollen die Beschenkten einen ersten Blick auf die Geschenke erhaschen dürfen? Dann empfiehlt ELCO die Geschenkbox mit Sichtfenster für die ansprechende Präsentation. Sofern die erwartungsfrohe Stimmung bis

zum Schluss erhalten bleiben soll, steht natürlich die klassischen Geschenkverpackungen zur Auswahl. Ob Konfekt, Pesto oder eine gute Flasche Wein - die geräumige Geschenkbox mit Deckel bietet genug Platz für größere Geschenke. Der magnetische Würfel sorgt für die extra Portion Exklusivität und ist durch die Wicklung sehr stabil und dank des Magnetverschlusses einfach zu öffnen oder zu verschließen.

ELCO Kuvert-Sets

Die persönliche Botschaft macht ein Präsent vollkommen. Mit den vollfarbigen Kuvert-Sets oder den modern designten Prestige-Sets der bekanntesten Schweizer Kuvertmarke können die Kund*innen ihre besinnlichen, herzlichen oder lustigen Weihnachtsgrüße versenden.

www.geschenkbox.elcoag.ch
www.mylco.ch



Die persönliche Botschaft zur Weihnachtszeit erhält mit den Kuvert-Sets Colour (oben) und Prestige (rechts) von ELCO noch mehr Glanz.





Das Magische Wachsmal Kreativ Set beinhaltet vier Wachsmalendreiecke, ein glitzerndes Wachsmalendreieck sowie fünf Schablonen aus Papier. Der Kreativität sind damit keine Grenzen gesetzt.

Magischer Malspaß für alle Altersklassen

Wachsmalfarben sind beliebte Farben für Groß und Klein, Hobby und Kunst. Ihre hohe Deckkraft sorgt für leuchtende Farben auf verschiedensten Untergründen. Das neue Wachsmal Kreativ Set von Lulubug sorgt besonders bei Einsteigern für magische Momente.

Wachsmalstifte sind das ideale Zeichenmaterial für Kinder, und sie wecken bei Erwachsenen schöne Erinnerungen: „Das habe ich als Kind geliebt.“ Diesen Satz hört Angela Koch, Gründerin von Lulubug oft, wenn er das erste Mal das Magische Wachsmal Kreativ Set präsentiert. „Früher haben wir im Wald Blätter, Blumen und Farne gesammelt und sie mit unseren Wachsmalern durchgepaust.“

Jetzt gibt es ein Set, mit dem man dieses magische Malen wieder erleben kann. Egal, ob man die beiliegenden Schablonen verwendet, Blätter oder zum Beispiel Münzen, man erzielt sehr schnell wunderschöne Bilder.

Kinder lieben die tolle Handlichkeit der Wachsmalendreiecke. Egal, ob man die lange Seite verwendet, um schnell große Flächen zu malen oder die Spitzen zum Schreiben verwendet, es macht einfach

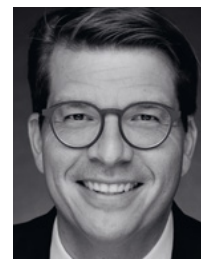
wahnsinnig Spaß. Das magische Wachsmal Kreativ Set eignet sich als toller Kinderspaß unter anderem für den Kindergeburtstag, auf Reisen oder auch im Restaurant.

Es besteht aus fünf hochwertigen Wachsmalendreiecken, die in Italien mit echtem Bienenwachs hergestellt wurden. Zusätzlich im Set enthalten sind fünf verschiedene, kindgerechte Schablonen aus Papier. Spielend leicht lassen sich die Schablonen je unter ein Papier gelegt, durchpausen und mit dem Metallic Dreieck effektiv verschönern.

Der „magische“ Effekt wird erzielt, indem man nach dem Durchpausen mit der glitzernden, magischen Kreide noch einmal komplett über das Bild malt. Danach kann man einfach mit einem Taschentuch polieren. Je mehr man reibt, umso „magischer“ wird das Bild. Alternativ

kann man mit einem Tropfen Speiseöl auf einem Taschentuch durch Reiben eine Aquarell-Optik erzielen. Das Set von Lulubug ist einfach ein magischer Spaß für alle Altersklassen. Es ist in vier Motivwelten erhältlich: „Blumenwiese“, „Unter Wasser“, „Fahrzeuge“, „Wald“. Alle wurden nachhaltig hergestellt in Deutschland.

www.bell-trade.de



Angela und Matthias Koch sind die Gründer des neuen Labels Lulubug und Loveria. Ihre Leidenschaft ist es, neue Trends im kreativ Bereich zu entdecken und diese dann als Sets mit Gelinggarantie anzubieten.



Geschenktaschen haben immer Saison: Die neue Geschenktaschenkollektion der Edition Gollong besticht durch ihre Motivvielfalt und hochwertige Verarbeitung.

Geschenke schön verpacken

Das Brackenheimer Unternehmen Edition Gollong bietet ein umfassendes Papeterieprogramm an, das durch seine Vielfalt und Qualität überzeugt. Neu unter den Herbstnovitäten sind Geschenktaschen in trendigen Designs und eleganter Aufmachung für jeden Anlass.

Oft kommt es vor, dass man jemandem ein Geschenk schenken möchte und es jedoch nicht wirklich schön präsentieren kann. Viele Gegenstände sind nicht rechteckig und das elegante Einpacken mit Geschenkpapier daher fast unmöglich. Eine geschickte Lösung für das nette Präsentieren von Geschenken sind die schönen und zugleich praktischen Geschenktaschen, die das Sortiment der Edition Gollong ab sofort erweitern.

Die Taschen sind absolute Eyecatcher und in attraktiven Variationen erhältlich. Wie Geschäftsführerin Melanie Gollong in diesem Zusammenhang betont, handelt es sich um eine brandneue Geschenktaschenkollektion. „Unsere Geschenktaschen stellen schon immer eine perfekte Ergänzung zu unserem bewährten Karten- und Papeteriesortiment dar. Es sind Produkte, die durch ihre Aufmachung und Qualität überzeugen.“

Die Edition Gollong bietet Geschenktaschen mit unterschiedlichen Motiven für den ganzjährigen Gebrauch an. Ein besonderes Highlight stellen die Weihnachtsmotive dar, die durch ihr liebevolles Design bestechen. Die Geschenktaschen wurden korrespondierend zu den Kartenmotiven kreiert, - eine schöne Ergänzung des Sortiments. Wer auf der Suche nach besonderen Geschenktaschen oder feinen Geschenktüten ist, wird hier fündig.

www.edition-gollong.de



Geschenktaschen sind besonders an Weihnachten beliebt. Gleich drei mit viel Liebe zum Detail kreierten Weihnachtsmotive warten darauf, entdeckt zu werden.



Active Air FLX ist ein innovativer Schulrucksack für für Erstklässler, der hervorragende Funktionalität und Tragekomfort vereint.

Luftkissen bietet noch mehr Tragekomfort für Kinder

Der Schulrucksack Active Air FLX mit dem preisgekrönten Air Flow Luftkissen von Beckmann ist eine Innovation auf dem Schulranzenmarkt. Kinder erhalten durch das neue Rückensystem - eine Kombination aus Luft und Polsterung - eine bessere Stütze und mehr Stabilität beim Tragen.

Seit 1946 produziert Beckmann Schulrucksäcke und zählt heute zu Skandinavien's führenden Schulrucksack-Marken. Das Hauptaugenmerk gilt dabei von der ersten Stunde an dem Tragekomfort. Anlässlich des 75-jährigen Bestehens im vergangenen Jahr präsentierten die Norweger ihre umfangreichste Kollektion und stellten gleichzeitig eine Weltneuheit vor - den Active Air FLX.

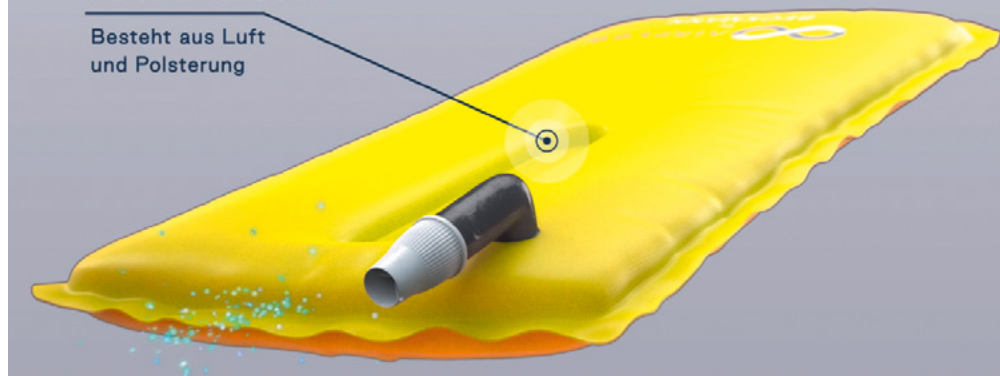
Der Active Air FLX ist ein vollkommen neues Produkt mit äußerst viel Funktionalität und hohem Tragekomfort. Das Rückensystem besteht aus einer Kombination aus Luft und Polsterung - dadurch kann sich die Luft verteilen und bietet eine größere Kontaktfläche zwischen Rücken und Rucksack. Das wiederum sorgt für eine bessere Stütze und Stabilität. Das Volumen im Rucksack lässt sich bei Bedarf leicht erweitern.

Das preisgekrönte Rückensystem mit dem Air Flow Luftkissen im Rücken füllt sich automatisch mit der empfohlenen Luftmenge. Bei Bedarf lässt sich die Luftmenge kinderleicht über das Ventil regulieren. Die Luft verteilt sich im

Luftkissen und füllt somit Hohlräume zwischen Rucksack und Rücken optimal aus. So wird die Wirbelsäule entlastet und Belastungen werden reduziert. Damit verteilt der Active Air FLX den Druck gleichmäßiger auf einen größeren Teil

SELBSTAUFBLASBARES RÜCKENKISSEN

Besteht aus Luft und Polsterung



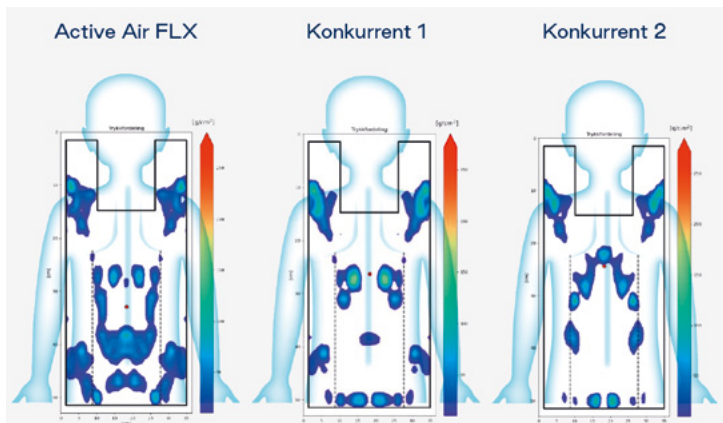
SPECIAL AWARD
ERGONOMIE 2021

IGR Institut für Gesundheit und Ergonomie Insights



Zertifiziert durch
IGR Institut für Gesundheit und Ergonomie
www.igr-ev.de

Beckmann ist Gewinner des Innovationspreises für Ergonomie 2021. IGR (Institut für Gesundheit und Ergonomie).



Wie die Illustrationen zeigt, bewirkt das Luftpolster an der Rückseite des Active Air FLX, dass sich der Druck gleichmäßig über größere Bereiche des Rückens verteilt und eine größere Kontaktfläche zwischen Rucksack und Rücken entsteht. Das sorgt für eine bessere Stütze und Stabilität. Weiter ist ebenfalls zu erkennen, wo sich im Laufe des Tests der Schwerpunkt des Rucksacks befindet. Dies wird durch einen roten Punkt auf der Mitte der Wirbelsäule angezeigt. Verglichen mit den Konkurrenzprodukten hat der Active Air FLX einen niedrigeren Schwerpunkt. Somit müssen die Schultern weniger tragen und ein großer Teil des Gewichts wird auf die Hüfte verlagert.

des Rückens und passt sich seinem Träger individuell an.

Durch das FLX-System kann das Volumen des Rucksacks bei Bedarf von 20 auf 25 Liter erweitert werden. Der Active Air FLX wird zu 100 Prozent aus 37 recycelten PET-Flaschen hergestellt.

Beim Special Award Ergonomie der Insights-X in Zusammenarbeit mit dem Institut für Gesundheit und Ergonomie im Bereich (Schul-)Taschen und Rucksäcke belegte der Active Air FLX von

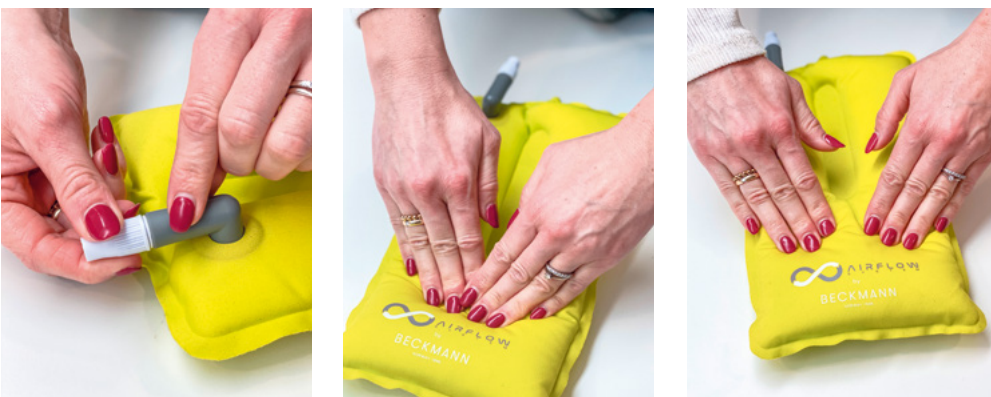
Beckmann of Norway im vergangenen Jahr den ersten Platz. Bereits in 2019 wurde der norwegische Rucksackhersteller mit dem Innovationspreis „Ergonomie 2019“ vom Institut für Gesundheit und Ergonomie e. V. ausgezeichnet.

Seit dem 1. Juli 2022 hat Martin Tordsson die Geschäftsführung bei Beckmann AS übernommen. Zuvor war der Branchenexperte vier Jahren als globaler Vertriebsleiter bei dem norwegischen Schulrucksack-Hersteller tätig. Wäh-

rend er den internationalen Vertrieb verantwortete, konnte das norwegische Unternehmen den Umsatz verdoppeln.

Unter seiner Führung als CEO soll die Strategie des Unternehmens unverändert fortgeführt werden. „Wir setzen auf Wachstum, sowohl in bestehenden als auch in neuen Märkten. Dabei soll die DACH-Region weiterhin ihre Top-Priorität behalten. Wir wollen hier in den kommenden Jahren weiter investieren“, sagt Martin Tordsson.

www.beckmann-norway.com



Das innovative Rückensystem von Beckmann basiert auf einer Kombination aus Luft und Polsterung. Das Luftkissen im Rücken füllt sich automatisch mit der empfohlenen Luftmenge. Bei Bedarf lässt sich die Luftmenge kinderleicht über das Ventil regulieren.





Nachhaltige Schulrucksäcke

Der Rucksackpionier Deuter hat mit Cotogy und Scula zwei hoch funktionale, nachhaltige „bluesign“ Schulrucksäcke mit dem bewährten ergonomischen Tragekomfort auf den Markt gebracht. Der Hersteller bekennt sich so klar zur eigenen Verantwortung und zur Nachhaltigkeit.

Mit dem Wechsel in eine weiterführende Schule steigt die Anzahl der Fächer, Bücher, Hefte und anderer notwendiger Utensilien. Auch Tablet oder Laptop gehören in der aktuellen Situation dazu. Neben diesen praktischen Gründen ist es für viele Kids auch symbolisch wichtig, in der neuen Schule nicht mehr mit dem alten Schulranzen aus Grundschulzeiten unterwegs zu sein. So steht der Kauf eines brandneuen Schulrucksacks an.

Die Gesundheit der nächsten Generation liegt allen Eltern am Herzen. Daher heißt es auch bei dieser Entscheidung Verantwortung für die Zukunft zu übernehmen. Ein ökologisch nachhaltiges Produkt, rückschonender Tragekomfort und funktionale Vielseitigkeit sind die wichtigsten Elemente eines langlebigen Schulbegleiters. Speziell nach diesen Vorgaben wurden die beiden neuen Deuter Schulrucksäcke Cotogy und Scula entwickelt. Die „bluesign“ Produkte erfüllen dank des Hauptmaterials aus 100 Prozent recycelten PET Flaschen und 100 Prozent umweltfreundlich Materialien hergestellten, ressourcen-

schonenden Bestandteilen höchste Standards. Zur Herstellung des Scula werden 41,6 PET Flaschen [0,5 Liter] verwendet, für den Cotogy 18,8. Damit reduziert sich der Verbrauch von Wasser und Rohöl für diese Modelle deutlich und sie setzen so ein klares Statement in Sachen Nachhaltigkeit.

Um die sich noch im Wachstum befindliche Wirbelsäule maximal zu entlasten, überträgt das trapezförmige Lumbalpad die Last gleichmäßig auf den Bewegungsapparat. Dadurch wird zeitgleich die Bewegungsfreiheit des Beckens ermöglicht. Ergonomisch geformte Schulterträger, ein stufenlos verstellbarer



Der Cotogy mit seinen vielseitigen Organisationstaschen ist aus 100 Prozent recycelten Materialien gefertigt.



Brustgurt, ein abnehmbarer Bauchgurt und Lageverstellriemen sichern das Gewicht der Bücher und Hefte körpernah und sorgen zusätzlich für rüchenschonenden Tragekomfort. Dank der durchdachten Ausstattung, vielseitigen Organisationstaschen, Fächer und Aufbewahrungseinheiten finden Schulunterlagen, persönliche Gegenstände und

Wertsachen in den funktionalen Rucksäcken genug Platz.

Neben den elementaren Gemeinsamkeiten unterscheiden sich die beiden Modelle Cotogy und Scula deutlich im Design und den avisierten Zielgruppen. Während der Cotogy durch seinen robusten, funktionalen Aufbau und die

praktische Helmhalterung alle Features für sportliche Heranwachsende bereithält, richtet sich der Scula mit seinem geräumigen Toploader-Zugang und dem urbanen Retro-Look an alle Kids, die mit ihrem trendigen Rucksack auch in ihrer Freizeit ein Zeichen setzen wollen.

www.deuter.com



Für mehr Tragekomfort sind die Schulterträger des Rucksackes Scula gepolstert. Durch den verstellbaren Brustgurt und den Hüftgurt wird der Rücken entlastet. Das trapezförmige Lumbalpad, die gepolsterten, beweglichen Schulterträger und die ergonomisch geformten Rückenpolster sorgen für leichtes und komfortables Tragen der oftmals schweren Schulsachen.



Mit dem Roll-Top Rucksack Vibe erweitert neoxx seine Produktrange: „nite“ (links) und „candy“ rechts..



Be cool - die neue Kollektion

Undercover präsentiert in 2023 mit neoxx die stylische Active Sneaker Edition in drei verschiedenen Designs. Alle Designs sind auch als Fly Schulrucksack erhältlich. Das passende Zubehör - Catch Schlamperbox und Champ Sporttasche - runden die Kollektion ab.

In der kommenden Saison präsentiert neoxx den Active Rucksack in der stylischen Sneaker Edition. Sie bestehen aus einem girly Design in knalliger Beere, einem Mix aus Mesh und Neon und einem Rucksack in hellem grau. Alle Muster sind auch als Fly Schulrucksack erhältlich. Das passende Zubehör, bestehend aus Catch Schlamperbox und Champ Sporttasche, runden die Kollektion ab.

Das Mädchen Design mit der Bezeichnung „Crazy in Mesh“ bietet aus der Kombination aus Pink und Mesh Stoff einen Rucksack mit Understatement und Coolness. Die pinken Verschlüsse auf dem schwarzen Mesh leuchten be-

sonders gut auf dem dunklen Untergrund auf und machen ihn zu einem absoluten Hingucker.

Der „All about Neon“ ist der Eyecatcher der Saison. Neon kommt nie aus der Mode und der coole schwarze Mesh Stoff bringt die neongelben Details noch mehr zum Leuchten. Brust- und Hüftgurt sind in Neongelb gehalten und gut sichtbar, sodass Style und Funktion ineinander übergehen. Weicher Knit und cleaner Style sind die Schlagworte des Unisex Rucksacks „Wool the world“. Die klaren Linien und das klassische Design passen zu jedem Outfit und wirken kuschelig und angenehm. Ein absolutes Must-have.

den Vibe Rucksack werden ca. neun recycelte 0,5 Liter PET-Flaschen verwendet.

Be the difference!

Die Marke neoxx kooperiert seit Anfang Januar 2021 mit der Organisation Plastic Free Planet. Die angestellten Mitarbeiter von „Plastic Free Planet“ befreien in Südostasien den Ozean von Plastikmüll und führen diesen einen Recyclingkreislauf zu. Plastic Free Planet und neoxx holen gemeinsam für jeden verkauften Active Schulrucksack ein Kilogramm Plastikmüll aus dem Ozean. Mit dieser Kooperation baut die Schulrucksack-Marke neoxx das Engagement gegen Plastikverschmutzung aus.

www.undercover-germany.de



„Crazy in Mesh“ kombiniert Pink und Mesh Stoff.

Allrounder: Der neue Rucksack Vibe

Mit dem Roll-Top Rucksack Vibe erweitert neoxx seine Produktrange. Der Vibe ist ein super stylischer Begleiter für jeden Anlass. Egal ob zur Schule, zum Sport oder zur Uni, der Vibe hat dank dem Roll-Top einen erweiterbaren Stauraum. Schnell griffbereit sind alle Utensilien durch den praktischen Organizer und das Laptopfach im großen Hauptfach. Der Vibe Rucksack ist nicht nur ein stylisches Accessoire, sondern auch ein funktioneller Begleiter mit wasserabweisendem Material und Reißverschlüssen. Wie auch die anderen neoxx Produkte besteht das Innenfutter des Vibe Rucksacks aus 100 Prozent recycelten PET-Flaschen. Für



„Wool the world“ wirkt kuschelig und angenehm



Die Neue Oxford Recycling Produktlinie.



Nachhaltig schreiben

Nachhaltigkeit und Komfort - die Recycling-Linie von Oxford vereint das Beste aus zwei Welten. Die Produkte mit dem Blauen Engel werden aus Optik Paper recycled gefertigt. Für die Umschlagseiten der My Rec'Up Notizbücher nutzt Oxford das innovative Cupcycling Material.

Mit ihrem modernen und zurückhaltenden Produktdesign sind die Oxford Recycling-Produkte perfekt geeignet für den Gebrauch in Schule, Studium oder zu Hause. Die Serie umfasst verschiedene Blöcke, Collegeblöcke und Schulhefte, alle mit Optik Paper 100 Prozent recycled und demselben nachhaltigen Design und Look. Ein optimaler Start in die Schullaufbahn gelingt mit einem Heft aus dem umfangreichen Sortiment der neuen Recycling-Serie für die Grundschule und alle weiterführenden Schulen, darunter verschiedene Schulhefte, Hausaufgaben-, Vokabel- und Oktavhefte.

Das speziell von Oxford entwickelte Optik Paper auf Recyclingbasis überzeugt durch eine seidenglatte Oberfläche und den höchstmöglichen Weißegrad gemäß der Blaue Engel-Richtlinien. Auf dieser Oberfläche lässt sich ein besonders weiches und flüssiges Schreiberlebnis erzielen, unabhängig vom verwendeten Schreibgerät.

Die Oxford Blöcke eignen sich zum Schreiben, Malen oder Zeichnen. Sie verfügen über einen robusten Kartondeckel und bieten damit ein dauerhaft gepflegtes Erscheinungsbild. Ergänzt wird das Block-

Sortiment durch die beliebten Collegeblöcke, die aufgrund ihrer hochwertigen Verarbeitung so vielseitig einsetzbar sind wie kein anderer Schreibblock. Mitschriften aus dem Unterricht, Zeichnungen, Notizen oder Hausaufgaben finden im Collegeblock den idealen Träger. Dank der App Scribzee können alle Notizen dann auch schnell digitalisiert, verwaltet oder weitergegeben werden.

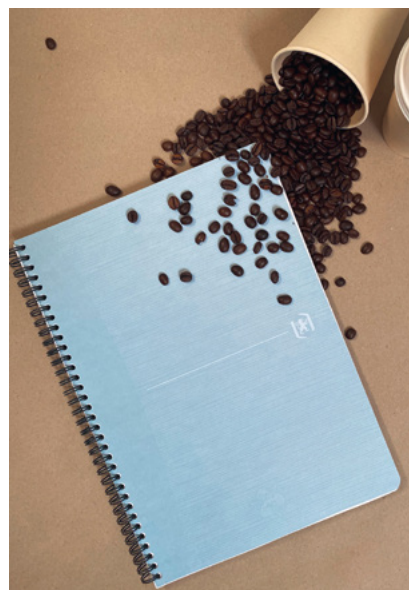
Oxford My Rec'Up: die nachhaltige Notizbuchserie

Für die Umschlagseiten der My Rec'Up Notizbücher nutzt Oxford das innovative Cupcycling Material. Die Cover bestehen zu 100 Prozent aus recyceltem Karton, ein großer Anteil davon besteht aus recycelten Papierfasern aus Cupcycling, einem Verfahren zur Wiederaufarbeitung von Einweg- Pappbechern, in denen Kaffee und andere Getränke in Kaffeehäusern, Cafés oder Restaurants serviert werden. Diese Becher bestehen aus Papierfasern, die mit einer dünnen Kunststoffschicht überzogen sind, um das Auslaufen von Flüssigkeiten zu verhindern. Die verwendeten Papierfasern sind von hoher Qualität und können daher zu neuen und nützlichen Alltagsgegenständen aufgearbeitet werden. Die

Notizseiten selbst bestehen aus Optic Paper Recycled, einem 100-prozentigen Recyclingpapier in naturweiß, das speziell für die Marke Oxford entwickelt wurde.

Die Notizbücher in A4 und A5 sind mit der kostenlosen Scribzee Anwendung kompatibel.

www.hamelinbrands.com



Oxford verwendet bei der Notizbuchserie „Oxford My Rec'UP“ innovative Recycling- Materialien.



Ergonomisch und nachhaltig durch die Grundschulzeit

Von der Idee, einen modernen, ergonomischen Schulranzen auf den Markt zu bringen, der sich durch Funktionalität und Design abhebt, bis zum etablierten Player im Schulranzen-Segment: Seit 20 Jahren ist die Marke Step by Step ein erfolgreicher Begleiter für Kinder.

Gegründet von der Hama GmbH & Co KG im Jahr 2002 in Monheim als Premiummarke für den Schulbereich, stellt diese höchste Ansprüche an Ergonomie, Qualität, Sicherheit und Nachhaltigkeit und verliert dabei nie den für Kinder so wichtigen Spaßfaktor aus den Augen.

Innovationstreiber mit Trendespür

Immer auf Augenhöhe mit der jungen Zielgruppe entwickelte Step by Step mithilfe innovativer Technologien und Ideen erste Meilensteine, wie beispielsweise das Erfolgsmodell Touch im Jahr 2007. Seitdem werden diese fortwährend optimiert und in neue Modelle überführt. 2010 kam der Schulranzen

Flexline in den Handel, dessen Rückenlänge zum ersten Mal verstellbar war.

2015 bekam die Innovation einen Namen: Mit der modellübergreifenden Einführung des Easy Grow System revolutionierte Step by Step den Markt. Da der Ranzen ab jetzt einfach mit dem Kind mitwächst, ist ein ergonomisch einwandfreier Sitz über die gesamte Grundschulzeit hinweg gesichert. Neben der Wahl aus verschiedenen Modellen und farbenfrohen Designs bietet Step by Step seit 2017 die Möglichkeit, die Schulranzen mit wechselbaren Motiven, den Magic Mags, jederzeit nach eigenen Vorlieben optisch anzupassen.

Mittlerweile bilden die vier Schulranzen-Modelle Space, Cloud, Zin1 Plus und Giant mit ihren unterschiedlichen Eigenschaften und den gemeinsam mit starken Kooperationspartnern entwickelten Special und Limited Editions das Kern-Sortiment, ergänzt durch den Freizeittrucksack Kid und umfangreiches Zubehör.

Nachhaltig in Richtung Zukunft

Angesichts der Herausforderungen des Klimawandels sieht sich Step by Step in der Pflicht, einen Beitrag zu einem lebenswerteren Planeten zu leisten. „Schon vor Jahren haben wir begonnen, uns mit ökologischen Materialien und ressourcenschonenden Ferti-



gungsprozessen auseinanderzusetzen. Das Kriterium der Nachhaltigkeit bestimmt heute daher sowohl die Konzeption als auch die Produktion unserer Schulranzen“, erklärt Frank Wäsler, Leiter Bereich Schule & Freizeit. Ein Zeichen setzt die Marke zum Beispiel mit dem Modell Cloud Ocean aus 100 Prozent Up-cycled Marine Plastic. Außerdem werden die bei der Produktion nicht vermeidbaren Emissionen aller zu 100 Prozent kli-

maneutral ausgeglichen, was die Marke nicht davon abhält, den eigenen CO₂-Fußabdruck zukünftig noch weiter reduzieren zu wollen.

Kinderbunter Start in die Jubiläumssaison

Zum 20. Jubiläum hat Step by Step viel vor. Die langjährige und erfolgreiche Zusammenarbeit mit dem Fachhandel, die Step by Step sehr schätzt und fördert,

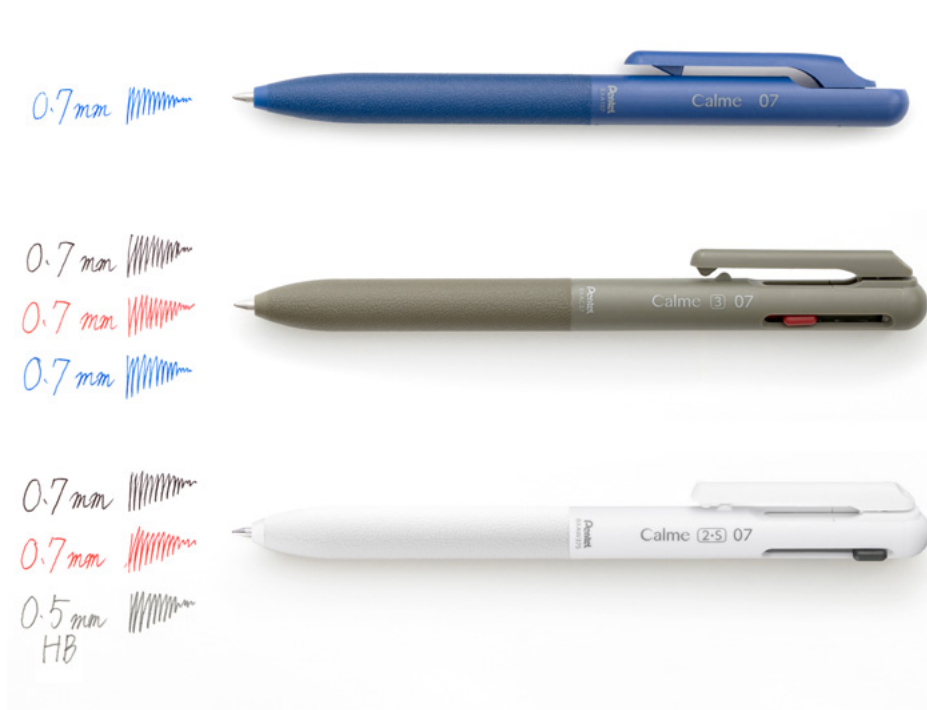
wird weiter intensiviert. Auch Kooperationen mit Hilfsorganisationen, wie zum Beispiel mit humedica, sollen weiter ausgebaut werden. Durch die Verwendung genderneutraler Sprache wird das Bestreben, die Marke nach innen und außen hin diverser zu gestalten, auch in der Kommunikation mit der Kundschaft verankert. Wie schon zu Beginn der Reise, stehen auch weiterhin die Wünsche und Bedürfnisse von Kindern und Eltern ganz im Mittelpunkt der Aktivitäten. Die neue kinderbunte Kollektion, die den Start in die Jubiläumssaison begleiten wird, vereint schließlich all das, was man wohl als das Erfolgsrezept von Step by Step bezeichnen kann: Herzblut, Innovation und Expertise.

www.stepbystep-schulranzen.com

Calme - Kugelschreiber neuester Generation.

Pentel stellt mit dem Calme Kugelschreiber ein neues Produkt vor, das mit ausgefeilter Technik „Made in Japan“ überzeugt. Für eine komfortable Verwendung wurde die Lautstärke des Klick-Geräusches der Druckmechanik um 66 Prozent gedämpft (verglichen mit anderen Pentel Kugelschreibern). Des Weiteren beeindruckt Calme mit soft zurückgleitenden Vorschubtasten, die weniger Vibration erzeugen. Der japanische Produktdesigner Kazunari Miyake entwarf Calme mit griffiger Oberfläche, die an einen Lederbesatz erinnert und kombinierte dazu ein mattes, samtiges Finish im Bereich der Druckmechanik, damit schmeichelt der Kugelschreiber jeder Hand. Ebenso wurde die Kugelschreibertinte weiterentwickelt und ihre positiven Eigenschaften verfeinert. Dadurch wird vermieden, dass Calme Kugelschreiber klecksen und Schrift auf dem Papier verschmiert.

Calme wird in drei Modellvarianten angeboten. Das Basismodell in drei Standard Schaft-/Schreibfarben Schwarz, Rot und Blau. „Calme 3“ Mehrfarb-Kugelschreiber mit drei Standardfarben in



Der Kugelschreiber Calme von Pentel wird in drei Modellvarianten angeboten.

zwei Schaffarben: in klassischem Schwarz und dezentem Khaki. „Calme 2S“, ein Zweifarben-Kugelschreiber in elegant weißem Schaft mit zusätzlicher Druckbleistift-Funktion. Calme

Kugelschreiber schreiben in der Strichstärke 0,35 mm (medium), sind nachfüllbar und sind in sortierten POS-Displays erhältlich.

www.pentel.de



Mit neuen, starken Lizenzen in die Schulranzen-Saison

In der großen Auswahl an starken Brands und beliebten Motivklassikern der Scooli Schulranzen-Kollektion finden angehender Erstklässler ihr Lieblingsmotiv. Undercover erweitert in der kommenden Saison das Brand-Portfolio des beliebten Bestseller EasyFits um weitere Themen.

Zu den neuen Brands gehören: Bibi&Tina, Hot Wheels sowie Harry Potter. Der Erfolgsgarant Harry Potter wird durch das scharlachrot des Hauses Gryffindor in Szene gesetzt und spricht sowohl Mädchen wie auch Jungen an. Verziert ist er mit verschiedenen bekannten Motiven rund um die Geschichten und Charaktere der Wizarding World.

Der Hot Wheels Schulranzen fällt durch den populären Schriftzug auf lodender Flamme auf. Ein starkes Blau und ein actionreiches Automotiv machen ihn zu einem Must-have für Hot Wheels Fans.

Rein ins Pferdeabenteuer geht es mit einer der Bestseller-Brands Bibi&Tina. Die rosa Hauptkomponente mit ver-

schiedenen Motiven zum Thema Reiterhof wurde mit Liebe zum Detail umgesetzt. Für Pferdemädchen der perfekte Schulbegleiter im neuen Schuljahr.

Zu dem umfassenden Brand-Portfolio der Scooli Schulranzen gehören weiterhin die Top-Lizenzen Frozen, Spider-Man, Star Wars und Co.



Harry Potter wird durch das scharlachrot des Hauses Gryffindor in Szene gesetzt.



Bibi&Tina - für Pferdemädchen der perfekte Schulbegleiter.

Das Schulranzen-Modell EasyFit Schulranzen ist für sein ergonomisches Konzept mit dem Siegel „Ergonomisches Produkt“ der IGR ausgezeichnet. Sein atmungsaktives Rückenpolster passt sich der Anatomie von Kindern an. Mit einem Leergewicht von ca. 1000 Gramm ist der Schulranzen leicht und trägt nicht zusätzlich zum Gewicht auf. Der Brustgurt sorgt für eine gleichmäßige Gewichtsverteilung auf beiden Schultern. Durch Lageverstellriemen wie auch höhenverstellbare, breit gepolsterte Träger kann das Gewicht des befüllten Schulranzens nah an den Rücken positioniert werden und verhindert so ein Hohlkreuz.

www.undercover-germany.de



Sortiment für Profis und Heimwerker

Selbermachen, DIY und Home Improvement - Schlagworte, die während der Corona-Krise an Bedeutung gewonnen haben. Die PenTools Produktreihe von Pentel umfasst robuste und langlebige Produkte, die Anwender*innen bei allen Projekten unterstützen..

Das eigene Heim wurde in der Pandemie zum Rückzugsort, zum Ort der Entspannung, denn Draußen-Aktivitäten wurden zu Drinnen-Aktivitäten. Während das Virus ihren Schrecken verloren hat, begleitet uns der Home Trend weiterhin.

Und Dank des DIY-Home-Trends sind Produkte aus Bau- und Gartenfachmärkten auch bei der jüngeren Generation angekommen. Mit neuer Lust an Kreativität, Selbstbauen, Verschönern und Gestalten. Kreativität als Gemeinschaftserlebnis, gern geteilt mit Freunden in Social-Media-Kanälen und inspiriert von Influencern und deren Empfehlungen für Bau- und Bastelprojekte, die mit Leichtigkeit, Esprit und Lifestyle umgesetzt werden.

Qualitätsprodukte für Projekte mit Anspruch

Schreiben, planen, markieren, messen - Projekte, die eine eigene Handschrift tragen, sind immer etwas Besonderes. Für individuelle Projekte und spezifische Anforderungen stellt Pentel die neue Produktreihe „PenTools by Pentel“ vor. Produkte höchster Qualität zum Schreiben und Markieren, gepaart mit extremer Langlebigkeit, unterstützen jeden ambitionierten Heimwerker bei der erfolgreichen Projektumsetzung sowie Industrieunternehmen, Handwerker und das Baugewerbe.

Die PenTools Produktreihe unterstützt bei individuellen Herausforderungen und bietet in nahezu jeder Arbeitsumgebung das passende Produkt - für Projekte im privaten Umfeld oder auf Baustellen, für Materialien wie Metall, Kunststoff, Holz oder Papier.

PenTools Schreib- und Markierprodukte zeichnen sich durch kräftige, leuchtstarke Farben aus und sind verwendbar auf vielen Oberflächen des Alltags sowie auf Oberflächen in Industrie und Gewerbe. Unabhängig davon, ob PenTools Produkte in herausfordernden Arbeitsum-

gebungen verwendet werden oder klassisch auf Papier und Karton. Jederzeit profitieren Verwender von höchster Qualität, Verlässlichkeit und individueller Unterstützung bei ihrem Projekt.

Für die Produktverpackung wurde auf Kunststoff verzichtet, stattdessen besteht die kompakte, blisterähnliche Verpackung aus FSC-zertifiziertem Papier. Für die Integration in den POS wird das gesamte PenTools Sortiment in einem Bodendisplays präsentiert.

www.pentel.de
pentel-pentools.eu/de/



Die PenTools Produktreihe unterstützt bei individuellen Herausforderungen und bietet in nahezu jeder Arbeitsumgebung das passende Produkt.

Sichere und nachhaltige Drucklösungen

Mit den neuen LaserJet Pro Geräten mit HP+ und HP Instant Ink für kleine Firmen sparen Kleinunternehmer Zeit und Geld, eine optische Statusanzeige, zu präsentieren. Die Geräte werden im Laufe des Jahres in Europa verfügbar sein.

Im Rahmen des HP Amplify Executive Forum, der jährlichen Partner-Roadshow von HP Inc., präsentierte das Unternehmen den neuen LaserJet Pro mit HP+, der die Technologieverwaltung kleiner Unternehmen vereinfacht sowie HP Instant Ink für kleine Unternehmen. In Kombination mit den erweiterten Funktionen des neuen LaserJet Pro mit HP+ hilft ein Instant Ink-Abonnement Firmen dabei, Zeit und Geld zu sparen und das Recycling von Druckerpatronen zu vereinfachen. Darüber hinaus werden Wälder auf der ganzen Welt geschützt und wiederaufgeforstet. Mit einem einzigen Instant Ink-Konto erhalten kleine Unternehmen automatisch gerätespezifische Verbrauchsmaterialien (Tinte oder Toner) für mehrere Geräte an verschiedenen Standorten.



Antworten auf die Bedürfnisse von Kleinunternehmen

Um sich in einer zunehmend schwierigen Wirtschaftslage zurechtzufinden und ein langfristiges Wachstum zu erzielen, benötigen Kleinunternehmer neue Prozesse, Arbeitsweisen und Technologien, die ihre Produktivität steigern. Laut einer gemeinsam mit Morning Consult durchgeführten Umfrage unter Kleinunternehmern sind mehr als 80 Prozent auf Drucker angewiesen, um ihr Geschäft zu betreiben. 55 Prozent gaben jedoch an, dass sie keine Zeit haben, sich um die Technologie zu kümmern.

So sagte ein befragter Kleinunternehmer: „Die Verwaltung von Druckern ist keine effiziente Nutzung von Zeit und Energie“. Ein zweiter kommentierte: „Alles wird mehr und mehr automatisiert. Vielleicht könnte dies auch auf Drucker übertragen werden - es wäre schön,



Die HP LaserJet Pro 4000 Serie ist auf Geschwindigkeit ausgelegt und liefert hochwertige Drucke bis zu 40 A4-Seiten pro Minute, die HP LaserJet Pro 3000 Serie bietet eine maximale Druckgeschwindigkeit bis zu 33 A4-Seiten pro Minute. Mit dem HP+ Smart Admin Dashboard, das speziell für Kleinunternehmen entwickelt wurde, sollen Anwender wertvolle Zeit sparen.

wenn die Geräte selbständig Tinte und Toner bestellen könnten.“

Die Befragten gaben darüber hinaus an, dass sie einen Multifunktionsdrucker benötigen, der einfach einzurichten und mühelos zu verwalten ist. Zusätzlich sollte das Gerät über eine automatische Tinten- und Tonerstanderrinnerung ver-

fügen und nahtlos mit mehreren Geräten zusammenarbeiten.

Die LaserJet Pro 3000- und 4000-Serie mit HP+ und HP Instant Ink für kleine Unternehmen sind ab sofort in den USA und Kanada erhältlich und werden im Laufe des Jahres auch in Europa verfügbar sein. www.hp.com

Mobiler Lifestyle-Drucker

Die neueste Entwicklung des österreichischen Stempelherstellers Colop ist einer der kompaktesten und am einfachsten zu bedienenden mobilen Drucker am Markt. So hat der e-mark go bereits den renommierten German Innovation Award 2022 in Gold gewonnen.

Basierend auf Inkjet-Technologie ermöglicht der e-mark go den Benutzer*innen mehrfarbige Abdrücke auf nahezu jeder saugfähigen Oberfläche, wie etwa Papier, Karton, Kork, Holz, Stein, Leder und vieles mehr. Gesteuert wird der kreative Begleiter, der in jede Handtasche passt, über eine völlig neu entwickelte, intuitiv bedienbare App, in der individuelle Motive gestaltet werden können. Sowohl der Drucker als auch die e-mark go App wurden mit dem klaren

Ziel entwickelt, dem preisbewussten Konsumenten eine äußerst intuitive Handhabung zu bieten welche gleichzeitig höchste Kreativität und Individualität zulässt.

Das Besondere an dem erstaunlich kleinen und angenehm handlichen Gerät ist, dass nicht wie herkömmlich erst ein Blatt Papier eingelegt werden muss, sondern man es einfach auf die Unterlage aufsetzt. Das macht die Benutzung außerordentlich komfortabel und schafft zudem völlig neue Möglichkeiten bei der Anwendung. Der LED Lightguide zur idealen Positionierung des Abdrucks und die Personalisierungsmöglichkeit über das Wechseln der Griffetikette runden das innovative Produkt ab. Ein praktisches Tool für jedermann, das ein-



Der e-mark go ist ein elektronisches Gerät, das hilft, Emotionen und Kreativität auszudrücken

fach zu bedienen ist und perfekt in den DIY-, Handmade-, Crafting-, und Bullet Journaling Trend passt.

www.colop-digital.com

Ballendat Lounge-Kollektion vorgestellt



Der Designexperte Martin Ballendat hat eigens für Köhl eine vielseitige Lounge-Serie entwickelt.

Speziell für Köhl hat der renommierte Designexperte Martin Ballendat seine erste Lounge-Serie mit verkettbaren Modulen entwickelt. Die neue Lounge-Serie bietet eine Kollektion an elegant und zeitlos gehaltenen Sitzmodulen, die bereits heute wirken wie Klassiker der Moderne. Neben der bestechenden Sti-

listik überzeugt die Serie auch durch große Flexibilität und hervorragenden Sitzkomfort, ein besonderes Augenmerk für den Ergonomie-Spezialisten Köhl. Die Module mit zwei Rückenhöhen oder ganz ohne Rückenteil lassen sich mit elegant designten Arbeitstischen kombinieren oder mit Abstelltischen fest verketteten. Zusammen mit eigens konzipierten modularen Trennwänden können Open Space Büroflächen flexibel gegliedert und zu optisch attraktiven Mittelzonen konfiguriert werden, die zum gemeinsamen Arbeiten oder Entspannen einladen.

Ergänzend zur Modulserie hat der vielfach ausgezeichnete Designer ein attraktives Sessel-Sortiment kreiert, das mit unterschiedlichen Rückenhöhen eine Vielzahl an Gestaltungs- und Nutzungsmöglichkeiten zulässt. In Kombination mit schwenkbaren Schreibtislarben schafft Ballendat hier individuelle Rückzugsorte zum Lesen oder konzentrierten Arbeiten.

Sessel sowie Sitzmodule sind in hochwertigen Stoffen oder Leder erhältlich, de-



Die neue Kollektion besticht mit raffinierten Kombinationsmöglichkeiten.

ren Farbwahl die elegante, repräsentative Erscheinung unterstützt. Damit ist die neue Lounge-Serie funktional und optisch eine Bereicherung fürs Office-Leben, die Lounge-Serie fördert sowohl Motivation als auch Kommunikation der Mitarbeiter und lädt zum Aufenthalt ein. Die Lounge-Serie wird auf der diesjährigen Messe Orgatec im Oktober vorgestellt. Die Markteinführung erfolgt zum Jahresende.

www.koehl.com



Mit Ideal-Aktenvernichtern souverän zum Sieg. Beim Vernichten brisanter und hochsensibler Daten sind die Geräte „made in Germany“ absolute Favoriten. Da hat kein Gegner so schnell eine Chance.

Mit Sicherheit Weltmeister

Zur Dokumenten-Archivierung gehört das sichere Vernichten aussortierter Unterlagen. Dazu bietet Ideal zum Jahresende Profi-Geräte für verschiedene Sicherheitsanforderungen. Die Handelspartner können dabei mit verschiedenen Goodies beim Endkunden punkten.

Dokumenten-Archivierung ist gerade zum Jahresende immer wieder das aktuelle Thema. Dazu gehört auch das sichere Vernichten von aussortierten Unterlagen. Ideal Aktenvernichter bezwingen dabei jeden Gegner. Das Sortiment umfasst dabei ein umfassendes Portfolio an Profi-Geräten für verschiedene Sicherheitsanforderungen. Im Zuge der Jahresendaktion 2022 können die Handelspartner des Balinger Unternehmens neben einer verlängerten Garantie von fünf Jahren ebenfalls mit weiteren Goodies beim Endkunden voll punkten.

vor dem Zugriff Unbefugter geschützt werden müssen. Es kann sich aber auch um interne Daten handeln, die nicht in falsche Hände gelangen sollten - wie Geschäftsberichte, Steuerbescheide oder Kontoauszüge. Datenmissbrauch kann schwere wirtschaftliche und persönliche Folgen haben. Nur eine sichere,

datenschutzgerechte Aktenvernichtung beugt solchem Missbrauch vor.

Jahresendaktion „Mit Sicherheit Weltmeister“

Dafür bietet Ideal eine Vielzahl an Aktenvernichtern „Made in Germany“ für verschiedenste Sicherheitsanforderun-

Dank Ideal Aktenvernichtern jedes Sicherheitsproblem souverän lösen

Oft wird die Zeit zum Jahresende dazu genutzt, um den Arbeitsplatz und auch das Büro ganz allgemein auszumisten sowie unnötige Dokumente und Unterlagen zu vernichten. Doch diese Unterlagen nur über den Papierkorb zu entsorgen, geht keinesfalls. Denn darunter befinden sich sehr häufig vertrauliche Daten. Dies können personenbezogene Angaben sein, die besonderen Datenschutzbestimmungen unterliegen und



Alle Aktions-Modelle können zu Sonderkonditionen geordert werden. Neben enormer Stärke und Schnelligkeit überzeugen die Ideal Shredder zudem durch ihre extreme Ausdauer und Langlebigkeit.



Die Ideal Handelspartner werden wieder mit einem breiten Angebot an Verkaufsförderungs-Aktivitäten und vielfältigen Print- und Online-Medien unterstützt.

gen an. Ausgewählte Bestseller umfasst hierbei die Ideal Jahresendaktion 2022. Alle Ideal-Aktionsmodelle erfüllen die Empfehlung der ISO/IEC 21964 (DIN 66399), personenbezogene Daten auf Papier in der Sicherheitsstufe P-4 oder P-5 zu vernichten. Mit einem Ideal-Shredder ist man dabei datenschutztechnisch auf der sicheren Seite. Mit der Jahresend-Aktion unterstreicht Ideal den hohen Qualitäts-Anspruch der Shredder „Made in Balingen“ nochmals und bietet für alle Aktions-Modelle eine Garantieverlängerung auf fünf Jahre an. Dies liefert den Handelspartnern ein wichtiges zusätzliches Argument, um den Endkunden zu überzeugen, seine papierbasierten Prozesse mit Ideal

Shreddern DSGVO-konform zu gestalten. Alle Aktions-Modelle können die Fachhändler hierbei zu Sonderkonditionen ordern. Neben enormer Stärke und Schnelligkeit überzeugen die Ideal Shredder zudem durch ihre extreme Ausdauer und Langlebigkeit.

High-Security-Shredder: Stressfrei - auch bei ganz harten Gegnern

Auch wenn der Schutzbedarf deutlich höher ist und streng vertrauliche Unterlagen garantiert sicher und zuverlässig vernichtet werden müssen, bietet Ideal dafür die passende Datenschutz-Lösung: Die Ideal High-Security-Shredder. Geheimdienste, Ministerien, Botschaften und höchste Regierungsstellen ar-

beiten täglich mit streng vertraulichen Daten. Aber auch bei Unternehmen, Behörden und Verwaltungen gehen regelmäßig hochsensible Dokumente über den Tisch. All diese Daten müssen zuverlässig geschützt und im Anschluss absolut sicher und nicht rekonstruierbar vernichtet werden. Dafür sind Ideal High-Security-Shredder seit über 70 Jahren im Markt führend, denn sie sorgen auch bei allerhöchsten Sicherheitsanforderungen für lückenlosen Datenschutz. Denn damit werden nicht nur Daten, sondern vor allem auch Menschen und Werte geschützt. Kurzum: Bei höchsten Sicherheitsanforderungen kommt man an den High-Security-Shreddern von Ideal keinesfalls vorbei.

Mehrere Goodies warten auf den Endkunden

Ideal Aktenvernichter überzeugen - unabhängig von der Geräteklasse - mit Top-Qualität „Made in Germany“. Dies unterstreicht Ideal mit einem besonderen Goodie im Rahmen der Jahresendaktion: Auf alle Aktionsmodelle gewährt der Hersteller nicht nur eine zweijährige Garantie, sondern verlängert diese kostenlos auf fünf Jahre. Beim Kauf eines Ideal Aktenvernichters ist der Kunde damit (datenschutz-)technisch auf der sicheren Seite - und das Supersorglosgefühl gibt's inklusive. Die Endkunden belohnt Ideal im Rahmen der Jahresendaktion noch zusätzlich: Beim Kauf eines Shredder-Aktionsmodells während des Aktionszeitraums und der Registrierung auf der entsprechenden Landingpage erhalten die Endkunden ein sechsteiliges WM-Fanpaket gratis dazu. Damit lässt sich die deutsche Mannschaft bei der anstehenden Weltmeisterschaft perfekt unterstützen.

Verkaufsförderung - individuell und crossmedial

Seinen Händlern bietet Ideal ein crossmediales Verkaufsförderungs-Paket. Dazu zählen u. a. professionell gestaltete Print- und Online-Angebote, gezielte Pressearbeit sowie Anzeigenvorlagen. Auf dem Händlerbereich im Internet unter www.ideal.de kann die Jahresendaktion bequem online bestellt und von den Handelspartnern individuell gestaltet werden.

www.ideal.de



Auf alle Aktionsmodelle gewährt der Hersteller nicht nur eine zweijährige Garantie, sondern verlängert diese kostenlos auf fünf Jahre. Damit sowie mit weiteren Goodies können die Handelspartner beim Endkunden voll punkten.

Dem Müll nachhaltig einen Korb geben

Robust, verschleißbar, mit ausreichend großem Fassungsvermögen, leicht zu transportieren, entleeren und reinigen: Das sind die Hauptanforderungen an Abfallbehältnisse in Restaurants, Kantine, Produktion und öffentlichen Einrichtungen. Klar, dass Kunststoff das bevorzugte Produktmaterial ist, da es alle Anforderungen erfüllt. Aber: Wie sieht es mit der Nachhaltigkeit aus? Der deutsche Markenhersteller Durable ist einer der ersten Anbieter im Markt, der nun Abfallbehältnisse aus „Blauer Engel“ zertifiziertem Kunststoff anbietet. Die neuen Durabin Eco Abfalleimer bestehen zu mindestens 80 Prozent aus recyceltem Kunststoff. Durable setzt bei der Herstellung der Produkte auf Wiederverwertung im Sinne einer verantwortungsvollen Kreislaufwirtschaft.

Die rechteckigen Mülleimer mit einem Fassungsvermögen von 60 Litern gibt es in den Farben Schwarz und Grau, wahlweise mit oder ohne Deckel. Durabin Eco

Mithilfe der robusten Tragegriffe können die Durabin Eco Eimer leicht transportiert werden



wartet mit den vielen bewährten Vorteilen der Durabin Abfallbehälter-Reihe auf. Dank des hochwertigen Materials und der sorgfältigen Fertigung sind die Mülleimer besonders widerstandsfähig und langlebig. Die Abfallsäcke lassen sich rutschfest in Klemmschlitzen fixie-

ren. Auf der Bodenunterseite befinden sich Haltevertiefungen für sicheres Zupacken bei der Leerung. Die Deckel sind mit Griffmulden versehen und lassen sich so unkompliziert abnehmen und wieder aufsetzen.

www.durable.de

Gaming Marke „Mountain“ im Vertrieb

„Mountain“ entwickelt innovative Premium-Peripherie mit einem Design, das den User in den Mittelpunkt stellt und Gamern sowie Content Creators hilft, ihr Bestes zu geben. Der Hersteller hat es sich zur Aufgabe gemacht, Gamer und Content Creator die Werkzeuge zu geben, die sie brauchen - mit kompromissloser Innovation, modernem Design, herausragender Qualität und maximaler Flexibilität.“

„Mountain“ hat zahlreiche Auszeichnungen für seine innovativen „Mountain“ Everest Max- und Everest 60 Keyboards erhalten, ebenso für die ergonomische Makalu 67 Maus. Tobias Brinkmann, Founder und CEO von „Mountain“: „Wir freuen uns sehr, mit dexxIT einen herausragenden Partner in der DACH-Region zu haben. Ein solch starker, erfahrener und verlässlicher Distributionspartner ist elementar,



dexxIT: Ergonomische und robuste Mäuse wie das Modell Makalu 67 sind in Gamerkreisen stark nachgefragt.

um unsere Marktposition zu stärken, die Marke auf das nächste Level zu bringen und den Channel für ‚Mountain‘ gemeinsam weiter auszubauen.“ Judith Oechsner, Vertriebsleitung dexxIT, ergänzt: „Gamingprodukte ha-



„Mountain“ Everest Max- und Everest 60 Keyboards ab sofort bei dexxIT.

ben in den letzten Jahren enorm an Bedeutung gewonnen. Umso mehr freut es uns mit professionellem Gamingzubehör unser Sortiment abrunden zu können.“

www.dexxit.de

Mobiles Kennzeichnungsgerät

Reiner präsentiert sich vom 27. bis 29. September in Nürnberg auf der Fach-Pack 2022, der europäischen Fachmesse für Verpackungen, Prozesse und Technik in Halle 5, Stand 476. Vorgestellt wird das umfangreiche Produktportfolio für die Verpackungsbranche. „Die Fachpack zählt zu unseren jährlichen Highlights. Wir freuen uns deswegen bereits jetzt auf alle Besucher und Gäste, denen wir spannende Neuheiten vorstellen werden“, sagt Gerolf Heldmaier, Director Sales and Marketing.

Alles rund um die Kennzeichnungsgeräte: Im Fokus steht in diesem Jahr der Jetstamp 1025 sense mit dem Sensor 1D/2D Code Reader. Dieser macht aus dem Kennzeichnungsgerät einen vollwertigen Barcode-Reader, der Daten verarbeitet und so Arbeitsschritte innerhalb von Transportketten verkürzt. Darüber hinaus wird das umfangreiche Zubehör - von Tischstation über Andruckschablonen bis zum Fußschalter - vorgestellt.

www.reiner.de



Mobiles Kennzeichnungsgerät Jetstamp 1025: Das integrierte Display zeigt das eingestellte Druckbild jederzeit gut lesbar an.

Ergonomie auf Augenhöhe

Mit Laptop und Tablet am Küchentisch, im Café, Coworking Space, an der Uni oder unterwegs - Computerarbeit und Streaming finden heutzutage überall statt. Was dabei oftmals auf der Strecke bleibt, ist die Ergonomie. Der Tisch ist zu tief, die Haltung verkrümmt und die leidigen Rücken- und Nackenverspannungen lassen nicht lange auf sich warten. Durable bringt jetzt mit dem Laptop Stand „Rise“ eine Lösung auf den Markt, die nicht nur für die jeweils perfekte Höhe sorgt, sondern auch das ergonomische Arbeiten mit externer Tastatur und Maus oder einem zweiten Monitor ermöglicht. Der stufenlos höhenverstellbare Ständer ist ab sofort erhältlich. Ebenso neu sind mit dem Laptop Stand „Fold“ ein zusammenklappbares, mobiles Modell und mit dem Tablet Stand „Rise“ ein flexibel verstell-

barer Ständer für Tablets verfügbar. Alle Modelle zeichnen sich durch eine hochwertige Verarbeitung aus Aluminium und ein modernes Design made in Germany aus.

Laptop Stand „Rise“

Der Durable Laptop Ständer „Rise“ ist für alle Laptops von 10 bis 17 Zoll sowie andere mobile Geräte mit einem Gewicht bis zu fünf Kilogramm geeignet. Er ist aus 3,5 mm dickem Aluminium gefertigt und damit besonders robust. Sowohl der Höhen- als auch der Lesewinkel sind individuell stufenlos einstellbar.

Laptop Stand „Fold“

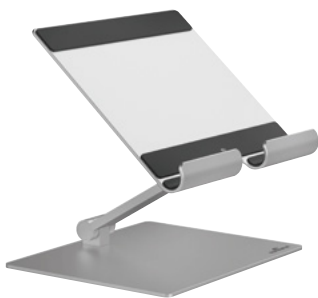
Als Leichtgewicht ist der Durable Laptop Ständer „Fold“ ideal für unterwegs geeignet. Klein und oho - der Ständer

trägt auch große Geräte bis zu 15 Zoll mit einem Gewicht von bis zu zehn Kilogramm ohne Probleme. Zusammengeklappt und im praktischen Beutel verstaut nimmt er nur wenig Platz in der Tasche ein.

Tablet Stand „Rise“

Wer es noch mobiler mag, greift nach wie vor zum Tablet: zum Arbeiten und Lernen, Kochen oder Streamen der Lieblingsserie auf der Couch. Der Durable Tablet Stand „Rise“ sorgt dabei für eine bequeme Anwendung und lässt sich wie der Laptop Stand „Rise“ für einen optimalen Blickwinkel stufenlos verstellen. Er hält auch große Tablets bis zu einem Kilogramm Gewicht und 13 Zoll Größe.

www.durable.de



Tablet Stand „Rise“



Laptop Stand „Fold“



Laptop Stand „Rise“

Verlag
Zarbock Media GmbH & Co. KG

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

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



Titelbild: Burde

Geschäftsführung
Dipl.-Ing. Ralf Zarbock



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



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



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



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

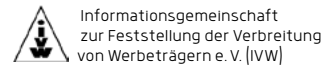


Erscheinungsweise:
Monatlich. Zusammenlegung einzelner Hefte zu Doppelheften vorbehalten.

Bezugspreise
Einzelheft - außerhalb des Abonnements - 11,- Euro [inkl. MwSt.] zuzüglich Versandkosten. Jahresabonnement 109,- Euro [inkl. MwSt.] inkl. Porto- und Versandkosten. Luftpostgebühren werden gesondert berechnet. Bestellungen: Bei allen Buchhandlungen und bei ZARBOCK MEDIA. Das Abonnement verlängert sich jeweils um ein weiteres Jahr, falls nicht 8 Wochen vor Ende des Bezugsjahres Kündigung erfolgt. Gerichtsstand und Erfüllungsort ist Frankfurt am Main.

Anzeigenpreisliste
Nr. 52 vom 1.11.2021/55. Jahrgang

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



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

Termine



27. bis 29. September 2022
Fachpack, Nürnberg
www.fachpack.de

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

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

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

7. bis 9. Januar 2023
TrendSet, München
www.trendset.de

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

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

1. bis 5. Februar 2023
Spielwarenmesse, Nürnberg
www.spielwarenmesse.de

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

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

3. bis 4. Mai 2023
duoSymPos 2023, Berlin
www.duo.de

13. Mai 2023
Büroring Generalversammlung, St. Wolfgang
www.duo.de

Oktober 2022

- Special „Handel nachhaltig stärken“
- Hobby & Kreativ
- Orgatec: Büro- und Sitzmöbel
- Schreiben & Schenken

Die nächste Ausgabe des PBS Report erscheint am: 14. Oktober 2022

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



Weil Grün mehr als nur
eine Farbe für uns ist –
ZARBOCK,
die klimaneutrale Druckerei



ZARBOCK



AR1

www.blauer-engel.de/uz195



Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG
team@zarbock.de · www.zarbock.de