

# Kurz & kultig

## Für die Präsidenten-Wahlmänner

Wie bereits 2009 lieferte der Pforzheimer Schreibgeräte Hersteller Nespen zum wiederholten Mal das Schreibgerät für die Bundesversammlung zur Wahl des Bundespräsidenten. Wie alle Schreib-

geräte der Pforzheimer Herstellers ist auch dieser Kugelschreiber 100% „Made in Germany“ und bietet mit schlankem Design und zuverlässiger



Qualität ein langes Schreibvergnügen, das weit über diese Wahl hinausreichen wird. Der geschäftsführende Gesellschafter Rolf Nestele sieht es als besondere Ehre und Wertschätzung, für diese Wahl ein Schreibgerät liefern zu dürfen, und zugleich als Anerkennung von jahrzehntelangem Know How um die hohe Kunst der Fertigung erstklassiger Schreibgeräte.

Die Nespen – Max Nestele GmbH & Co KG ist einer der renommierten deutschen Hersteller für Schreibgeräte aus Metall und Sterling Silber. Das Unternehmen existiert seit über 60 Jahren und wird heute in 3. Generation geführt. Neben Kugelschreibern stellt Nespen trendige Design-, und Minipens sowie Füllhalter und Tintenroller her. Im Angebot sind auch exklusive Carbon- und Glasfaser Schreibgeräte. Diese bestehen aus Originalgewebe, nicht aus bedrucktes Folien, wie oftmals verkauft. Sämtliche Teile sind „Made in Germany“. Nahezu alle Nespen-Schreibgeräte können individuell bedruckt, graviert oder belasert werden. Nespen beliefert weltweit Partner aus Industrie, Dienstleistung und Werbemittelhandel.

## HDE rechnet mit stabilem Umsatz

Der Umsatz im deutschen Einzelhandel werde im Gesamtjahr 2010 voraussichtlich das Vorjahresniveau von 400 Mrd. Euro erreichen, teilte der Branchenverband HDE Ende Juni 2010 mit. Die Konsumlaune sei derzeit positiv, es drohen auch keine Belastungen aus dem Sparpaket der Bundesregierung, sagte HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth in Berlin. In der politischen Debatte um die große Nachfragemacht des Handels und angebliche negative Folgen etwa wegen niedriger Lebensmittelpreise für Landwirtschaft und Kunden warnte der Handelsverband Deutschland – Einzelhandel (HDE) vor politischen Eingriffen. Von Wachstum redet man laut Handelsblatt in der Branche ohnehin nur noch leise.

## PBS Warenkunde kann bestellt werden

Die umfassende und detaillierte PBS Warenkunde 2010 des Verbandes der Schweizerischen Papeteristen (VSP) kann in Deutschland ab sofort über den Bundesverband Bürowirtschaft (BBW) bestellt werden. Die nur in Papierform erhältliche Warenkunde umfasst alle umsatzrelevanten Bereiche des deutschen PBS-Sortiments. Die Warenkunde ist für Auszubildende, Quereinsteiger und langjährige Verkaufsprofis gleichermaßen interessant, weil Hintergründe und Details

vieler Produkte akribisch und markenneutral erläutert werden. Die Auflage 2010 hat keine Änderungen gegenüber der Vorjahresausgabe, sodass keine Aktualisierung notwendig wurde. Die Warenkunde wird im August gelocht mit Ringordner geliefert. Sie umfasst ca. 530 Seiten, Preis 79 Euro zzgl. MwSt. und Versand. Bestellungen bitte schriftlich mit Rechnungsadresse an den BBW, Frangenheimstraße 6, 50931 Köln, E-Mail [bbw@einzelhandel.de](mailto:bbw@einzelhandel.de)



## Trendforscher Gunnar Frank verstorben

Der niederländische Designer und Trendforscher Gunnar Frank ist tot. Er starb am 25. Mai 2010 nach schwerer Krankheit im Kreise seiner Familie und Freunde. Gunnar Frank zeichnete ab 1998 zehn Jahre lang für die Trends der Paperworld, Christmasworld und für die Heimtextil verantwortlich. Der vielseitige Trendscout, der abwechselnd in Amsterdam und auf Curacao lebte, war Textilingenieur und hatte Modedesign sowie Philosophie studiert. Nach langer Tätigkeit im Modebereich konzentrierte er sich auf textile Inneneinrichtungen und Accessoires. Später kam die Gestaltung von Möbeln, die Farbberatung für die Autoindustrie und die Erstellung von Farbkonzepten in Zusammenarbeit mit namhaften Architekten hinzu. Frank arbeitete auch mit internationalen Ausstellern der Konsumgütermessen aktiv in der Produktentwicklung und entwickelte Designs für die Papierindustrie. Er war Professor an der Akademie für Design in Rietveld/NL und Gastsprecher auf vielen internationalen Veranstaltungen. Außerdem war er Mitglied der International Color Authority in London. Seine Trendvorhersagen haben die Frankfurter Messen nachhaltig geprägt, seine außergewöhnliche Kreativität als hochgeschätzter Designberater hat die Messewelt bunter und fröhlicher gemacht.

## Pelikan: Wachstum und Übernahmen

Pelikan erwartet in diesem Jahr ein organisches Wachstum von 4-5 % und rechnet mit weiteren Übernahmen und Fusionen, bevorzugt in Europa, Asien und Lateinamerika. „Diese Entwicklung wollen wir in Europa maßgeblich vorantreiben“, erklärte ein Pelikan-Manager in der Financial Times vom 8.6.2010. Die Pelikan-Gruppe will also auch nach der

Übernahme von Herlitz bei der Neuordnung der europäischen Bürobedarfslandschaft eine führende Rolle spielen. Die beiden Unternehmen Pelikan und Herlitz kommen derzeit auf einen gemeinsamen Umsatz von rund 500 Mio. Euro. Der malaysische Pelikan-Großaktionär Hooi Keat Loo sprach von einem mittelfristigen Umsatzziel von 1 Mrd. Euro.



## Montblanc steigert operativen Gewinn

Der operative Gewinn des Schweizer Luxusgüterkonzerns Richemont, zu dem u. a. auch Cartier und Montblanc gehören, ging im vergangenen Geschäftsjahr (per Ende März) unerwartet stark um 14 % auf 830 Mio. Euro zurück. Der Umsatz sank um 4 % auf 5,18 Mrd. Euro. In Europa erzielt Richemont rund 40 % seiner Erlöse. Die Lage in der westlichen Welt sei nicht sehr ermutigend, so der Vize-Chef Richard Lepeu. Robust mit zweistelligem Wachstum entwickelte sich nur der Asien-Pazifik-Raum. Während in Europa und den USA rund 60 Geschäfte geschlossen wurden, wurde



die gleiche Anzahl an Geschäften in Fernost eröffnet. Richemont – die Nr. 2 hinter dem französischen Rivalen LVMH – habe die Krise aber gut überstanden und verfüge über eine starke Finanzlage. Zusätzlich will Richemont in den kommenden zwei Jahren bis zu zehn Mio. eigene Aktien zurückkaufen, entsprechend 1,7 % des Kapitals. Die Schreibgeräte-Sparte (Montblanc) verlor nur 6 % Umsatz auf 551 Mio. Euro auch dank anziehender Verkäufe in den eigenen Boutiquen und der führenden Position in China. Zugleich stieg der operative Gewinn der Schreibgeräte-Sparte sogar um 14 % auf 79 Mio. Euro an.

## Trend: höherwertige Büromöbel

In den vergangenen zwölf Monaten erhielten 69 Büromöbel- und Bürositzmöbelprogramme ein Quality Office-Zeichen des „Qualitätsforum Büroeinrichtungen“ für besondere Produktqualität, teilte das Büro-Forum mit. Die Prüfkommision beurteilte 84 % der Anträge positiv. Seit seiner Einführung 2006 wurde das Qualitätszeichen 473-mal vergeben. Das Quality Office-Zeichen wird vor allem in Ausschreibungen der öffentlichen Hand und privater Unternehmen gefordert. Knapp 70 % aller Neu-Zertifizierungen entfielen auf Neuentwicklungen. Darunter waren 23 Sitzmöbelprogramme, elf Büro-Arbeitstische, zwölf Stauraumprogramme (Schränke und Container) und zwei Raumgliederungssysteme. Diese spiegeln aktuelle Büromöbel-trends wider. Bei Sitzmöbeln lautet der Trend „Komfort“, etwa mit Rückenlehnen, die sich der Körperform des Nutzers anpassen und hohen Komfort bei einfacher Bedienung bieten. Bei den meisten Schreibtischen genügt zur Höhenverstellung ein Handgriff, neue Modelle kommen oft mit Elektromotor und großem Verstellbereich. Viele Schränke und Raumgliederungssysteme sind mit schallabsorbierenden Materialien erhältlich. Alle zertifizierten Produkten zeichnet ein hoher ergonomischer und funktionaler Standard aus.

## PBS: Verbraucher wollen Qualität

Die Verbraucher setzen bei Papier- und Schreibwaren zunehmend auf Qualität. Diesen Trend meldete am 11.5.2010 Data kompakt, der Newsletter der Unternehmensberatung BBE, unter Berufung auf die Marktforscher der GfK. Diese berichten, dass die Qualitätsorientierung der Verbraucher in den letzten fünf Jahren deutlich gestiegen sei. Vergrößert habe sich auch das Interesse an gutem Design. Im Jahr 2004 sei Qualität und Marke für 44 % der Verbraucher das wichtigste Kriterium gewesen, für 40,4 % der Preis, für 10 % das Design. Die deutlich veränderten Werte für 2009 lauten: Für 48 % der Verbraucher bildet Qualität das wichtigste Kriterium, für 31,5 % der Preis und für 13 % das Design.

## Kein erhöhtes Porto für farbige Kuverts

Wie aus einer Pressemeldung von Artoz Papier von Ende April hervorgeht, verzichtet die Deutsche Bundespost darauf, für den Versand dunkelfarbiger Kuverts einen Aufpreis auf das Standardporto zu erheben. In

einem Schreiben von Klaus Ehrnsperger, Vice President Deutsche Post AG, heißt es dazu: „Mit Briefmarken freige machte farbige Standardbriefe werden in kleinen Mengen (bis zu fünf Stück) künftig nicht mehr beanstandet. An der bisherigen Regelung für Geschäftskunden-Sendungen wird sich nichts ändern. Diese Sendungen müssen auch weiterhin automatisiert zu sortieren sein.“ Damit können Fachhändler wieder eindeutig Auskunft geben.



## Buchhandel: Umsatz sinkt leicht

In den ersten fünf Monaten 2010 ist der Umsatz im deutschen Buchhandel um 0,4 % gesunken. Im Krisenjahr 2009 hatte der Gesamtumsatz der Branche nominell um 0,8 % auf 9,69 Mrd. Euro zugenommen. Mit einem erneut zweistelligen Plus ist der Verkauf

von Büchern im Internet 2009 weiter gut gewachsen. 12,2 % (2008: 10,7 %) des Gesamtumsatzes werden online geordert. Im klassischen stationären Buchhandel wird nach wie vor mehr als die Hälfte des Umsatzes (52,3 %) erwirtschaftet. Minimal ist das Geschäft mit

elektronischen Büchern, es liegt unter 1 %. Mit diesem Ergebnis hat der Buchmarkt die Krise gut gemeistert. Zeitungs- und Zeitschriftenverleger mussten 2009 herbe Umsatzeinbrüche hinnehmen.

## Sanford Umsatz steigt 10 %

Im 1. Quartal des neuen Geschäftsjahres hat die Schreibgerätesparte des US-amerikanischen Konsumgüterkonzerns Newell Rubbermaid den Umsatz um 10,5 % auf 352 Mio. US-Dollar gesteigert.

Der operative Gewinn mit Marken wie Parker, Waterman, Papermate oder Dymo stieg überproportional stark um 52 % auf 47 Mio. Dollar. Dies dürfte auf stark verringerte Kosten nach umfangreichen Einsparungen im vergangenen Jahr zurückzuführen sein. Der Gesamtkonzern setzte im 1. Quartal mit 1,3 Mrd. Dollar 8,5 % mehr um. Der operative Gewinn stieg um 31 % auf 146 Mio. US-Dollar. Dabei legte der Umsatz in allen Vermarktungsregionen zu. Für den Konzern wurde der erwartete Umsatzzuwachs für 2010 entsprechend angehoben.





## Weltkindermaltag: über 750.000 Künstler

Am Weltkindermaltag, dem 6.5.2010, malten Kinder bei 900 deutschen Fachhändlern mit Freude und Herz für andere Kinder in Not. Sie folgten dem Aufruf des Schreibgeräteherstellers Staedtler, der die weltweite Malaktion 2008 ins Leben gerufen hat. Dieses Jahr wird in mehr als 20 Ländern für den guten Zweck gemalt. Eine besondere Aktion fand am Hauptsitz des Initiators in Nürnberg statt: 219 Grundschüler der Nachbargrundschule waren eingeladen, den Tag im Hause Staedtler mitzu-

gestalten. An Mal- und Kreativstationen konnten die kleinen Künstler Maltechniken erlernen und ihre Lieblingsmärchenfigur aus Fimo gestalten. Alle am Weltkindermaltag entstandenen Kunstwerke werden beim Schulfest ausgestellt und für den guten Zweck verkauft. Allein in Deutschland malten über 200.000 Kinder Bilder, die gegen eine Spende eingetauscht werden. Die Gelder kommen der weltweit größten unabhängigen Kinderrechtsorganisation „Save the Children“ zugute.

## Pelikan: etwas weniger Umsatz 2009

Mit einem um rund 5 % auf 313,1 Mio. CHF rückläufigen Umsatz (2008: 330,1 Mio. CHF) schloss die Pelikan-Gruppe das Jahr 2009 ab, wie die Schweizer Pelikan-Holding am 2.5.2010 mitteilte. Da das Schwergewicht des Pelikan-Umsatzes in Europa ist, sei der Umsatzrückgang eine direkte Folge der wirtschaftlichen Krise des vergangenen Jahres. 51 % des Pelikan-Umsatzes werden in Deutschland erzielt, 6,3 % in Italien und 3,5 % in der Schweiz, das restliche Europa trägt nochmals 19,1 % bei. Aus Südamerika stammen weitere 15,3 % des Umsatzes und 4,8 % werden mit sonstigen weltweiten Aktivitäten erzielt. Das Ergebnis der Pelikan-Gruppe wies für 2009 einen Verlust im operativen Bereich von 2,9 Mio. CHF auf (2008: 1,8 Mio. CHF), das konsolidierte Gruppenergebnis erbrachte ebenfalls einen Verlust in Höhe von 8,4 Mio. CHF (7,2 Mio. CHF). Insgesamt beschäftigte Pelikan Ende 2009 1.345 Mitarbeiter weltweit. Für 2010 erwartet Pelikan wieder eine leichte Belebung der weltweiten Konjunktur und damit auch positive Auswirkungen für das eigene Geschäft.

## Deutschlands beste Sekretärin

Deutschlands beste Sekretärin 2010 heißt Catherine Fuchs. In einem bundesweiten Wettbewerb der Büroartikelmarke Leitz setzte sich die 30-Jährige aus München durch. Rund 500 Kandidaten hatten sich um den Titel beworben – die besten zehn mussten live in Köln unter den Augen einer Fach-Jury beweisen, wie gut sie im Management von Büroprozessen sind. Der Beruf der Sekretärin hat sich entscheidend gewandelt, als rechte Hand des Chefs muss sie heutzutage u. a. über Organisationstalent sowie Computer- und BWL-Kenntnisse verfügen. Neben einem umfangreichen Wissenstest wurde von den Kandidaten diplomatisches Geschick im Gespräch mit einem Geschäftskunden verlangt, sie mussten unter Zeitdruck einen Gedächtnis-Check absolvieren und ihren Chef bei seinem Business-Outfit beraten.



## Bic legt mit Schreibgeräten deutlich zu

Mit einem Plus von 10,7 % auf 112,6 Mio. Euro hat der Bic-Konzern das 1. Quartal 2010 im Schreibgerätebereich abgeschlossen. Das mit Abstand stärkste Wachstum kam dabei aus Südamerika, aber auch der nordamerikanische Markt konnte nach Unternehmensangaben spürbar zulegen, während Europa in etwa auf dem Niveau von 2009 verharrte. Der Ertrag lag bei 7,7 Mio. Euro gegenüber 3,7 Mio. im vergleichbaren 1. Quartal 2009. Insgesamt konnte der Konzern seinen Umsatz im 1. Quartal sogar um 21,6 % auf 378,3 Mio. Euro steigern (2009: 308,4 Mio. Euro), das Ergebnis lag in die-

sem Zeitraum bei 35,4 Mio. Euro. Stärkster Umsatzträger ist nach wie vor der Bereich der Schreibgeräte. Für das Gesamtjahr erwartet Bic nur einen leichten Zuwachs.



## Staedtler feiert 175. Firmenjubiläum

Im Jahr 2010 begeht Staedtler sein 175. Firmenjubiläum. Zur Feier findet in Kooperation mit dem Museum Industriekultur in Nürnberg bis 3. Oktober 2010 eine Ausstellung rund um das Firmen-Jubiläum statt. Das Thema lautet „Faszination Schreiben. 175 Jahre Staedtler“. Im Mittelpunkt stehen Schreibgeräte unterschiedlichster Art und aus verschiedenen Epochen für Kinder und Erwachsene. Die Ausstellung ist interaktiv und edukativ an-

gelegt. Es heißt also: anfassen, ausprobieren, Neues entdecken, experimentieren und Wissenswertes erfahren über die Historie, Entwicklung und Technologie von Schreibgeräten. Für die Dauer der Ausstellung werden neben aktiven Test-Stationen und Multimedia Stationen in regelmäßigen Abständen auch interessante Vorträge und Workshops angeboten, zu denen sich Schulklassen, Kindergärten und Familien anmelden können.

## Dieter Kallert bei Sigel

Seit 1. April 2010 verstärkt Dieter Kallert den Sigel-Vertrieb als Regionalleiter v. a. im süddeutschen Raum. Die verstärkte Vertriebskraft soll Sigel bei der Umsetzung der neuen Strategie und der Implementierung der neuen Sortimente und Konzepte weiter voranbringen. Kallert gilt als ausgezeichnete Branchenkenner und verfügt über langjähriges Know-how, vor allem im PBS Groß- und Einzelhandel. Zuvor war er rund acht Jahre als Vertriebsleiter Fachhandel Deutschland bei der Online Schreibgeräte GmbH beschäftigt und davor in vergleichbarer Funktion bei Schwan-Stabilo tätig.



## Edding wird fünfzig Jahre alt

Im Frühjahr 1960 kam der erste Filzmarker, der „edding No. 1“ auf den deutschen Markt. Den Grundstock hatte Carl-Wilhelm Edding gelegt. Der junge Hamburger arbeitete bei einem japanischen Konzern und verkaufte nebenberuflich Produkte aus Fernost, darunter auch handliche Filzschreiber. Gemeinsam mit seinem Schul-

kamerad Volker Ledermann gründete er die Firma „Edding & Co“. Vom Kellerbüro aus wurden die Filzmarker vertrieben. Inzwischen arbeiten knapp 600 Mitarbeiter bei Edding, mehr als 200 Mio. Marker werden jährlich hergestellt aus einer Palette von rund 200 verschiedenen Produkten, bis hin zu Spezialstiften für Operationen.

Fast alle Stifte sind nachfüllbar. Ledermann baute den Konzern aus, verlegte den Hauptsitz ins schleswig-holsteinische Ahrensburg und ging 1986 an die Börse. Sechs Jahre später eröffnete eine eigene Produktionsstätte in Bautzen (Sachsen). 2005 zog sich auch der zweite Firmengründer zurück und übergab an seinen Sohn Per Ledermann. 2008 setzte der Konzern 114 Mio. Euro um.

## Viele Ladendiebstähle unentdeckt

Die Inventurdifferenzen im deutschen Einzelhandel bleiben hoch. Sie summieren sich auf jährlich 3,9 Mrd. Euro, stellte das Einzelhandelsinstitut EHI der Uni Köln im Juni 2010 in seiner aktuellen Erhebung fest. Unehrliche Kunden verursachen hiervon knapp 2 Mrd. Euro, den eigenen Mitarbeitern werden ca. 800 Mio. angelastet. Der Rest entfällt auf Lieferanten, Servicekräfte und organisatorische Fehler. Nach wie vor stiehlt – statistisch gesehen – jeder deutsche Haushalt jährlich Waren im Wert von über 50 Euro im Einzelhandel. Gerechnet zu Verkaufspreisen geht dem Handel im Durchschnitt 1 % seines Umsatzes verloren. Um die Verluste zu reduzieren, investiert der Handel fast 0,4 % seines Umsatzes, also rund 1,2 Mrd. Euro. In allen Bereichen der Einzelhandelskriminalität erwartet der Handel eine Zunahme. An der aktuellen Untersuchung des EHI beteiligten sich 89 Unternehmen mit fast 13.000 Verkaufsstellen.



Füllhalter • Kugelschreiber

Selection

The finest selection  
of Business Line

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