

BIELLA

JEAN-PIERRE MATHIAS IM MANAGEMENT

Die Biella Group ernennt Jean-Pierre Mathias mit Wirkung zum 1. Mai 2012 zum neuen Director Sales und Marketing Europe. Jean-Pierre Mathias kommt von der französischen CPI Books Gruppe, wo er zuletzt als Vertriebs- und Marketingleiter die Aktivitäten in Deutschland, der Schweiz und Tschechien verantwortete. Er folgt in dieser Funktion Stefan Bigler, der Biella im Mai vorigen Jahres verlassen hatte. Beim Unternehmen Biella, das erst kürzlich mit dem Erwerb der Falken-Gruppe einen markanten Wachstumsschritt vollzogen hat, wird sich Jean-Pierre Mathias vor allem mit der künftigen Ausrichtung des Vertriebs und Marketings befassen. Die Biella Group hat Jean-Pierre Mathias mit Wirkung zum 1. Mai 2012 zum Director Sales und Marketing Europe ernannt. Jean-Pierre Mathias, Jahrgang 1968, ist deutsch-französischer Doppelbürger und lebt seit 15 Jahren in der Schweiz. Zuletzt war er als Ver-



Jean-Pierre Mathias

triebs- und Marketingleiter für die französische CPI Books Gruppe tätig und verantwortete deren Vertrieb in Deutschland, der Schweiz und Tschechien. Bei der Biella Group – die per 31. März 2012 die Falken-Gruppe von der deutschen Herlitz PBS AG erworben und damit einen markanten Wachstumsschritt vollzogen hat – wird sich Jean-Pierre Mathias in den nächsten Monaten schwerpunktmässig mit der Ausrichtung des Bereichs Vertrieb und Marketing auf die künftigen Anforderungen befassen. Damit sollen die Beziehungen zu den Kunden sowohl auf nationaler als auch internationaler Ebene weiter ausgebaut und eine optimale Betreuung sichergestellt werden.

WWW.BIELLA.EU

EDDING

EDDING ERNEUT AUF PAPERWORLD 2013

Der Edding-Konzern wird auch im kommenden Jahr mit seinen Marken edding und Legamaster auf der Paperworld in Halle 3.0 Präsenz zeigen. „Die Paperworld ist nach wie vor eine wichtige internationale Informations- und Kommunikationsplattform unserer Branche, zu der es keine gleichwertige Alternative gibt. Fachhändlern und Einkäufern bietet die Messe einen einzigartigen Überblick über das PBS-Sortiment, Herstellern die Gelegenheit, neue Produkte zu präsentieren, erklärungsbedürftige Sortimente umfassend zu erläutern und ihre Marke erlebbar zu machen. Außerdem ermöglicht die Paperworld das persönliche, direkte Gespräch mit den Fachbesuchern. Für Edding – als fachhandelstreues und -nahes Unternehmen – ein nicht unerheblicher Aspekt bei der Entscheidungsfindung. Allerdings war es in diesem Jahr eine sehr knappe Entscheidung und wir werden für die Folgejahre sehr genau analysieren, ob sich die erheblichen Marketingausgaben lohnen“, sagt Edding-Vorstand Per Ledermann. Die Entscheidung über jede Paperworld-Teilnahme wird bei Edding je nach vergangener Messeverlauf von Jahr zu Jahr neu getroffen. „Wir bewerten den Verlauf der diesjährigen Paperworld für Edding als insgesamt positiv und sehen uns in dieser Einschätzung auch von den zahlreichen positiven Rückmeldungen unserer Kunden bestätigt. Insbesondere die neue Aufteilung unseres Sortiments in sieben Kategorien mit klar abgegrenzten Zielgruppen fand großen Zuspruch. Die Tatsache, dass weniger Markenunternehmen vertreten waren, ist zwar einerseits bedauerlich, lässt den Kunden aber häufig mehr Zeit für tiefer gehende Gespräche auf dem Edding-Stand.“, so Per Ledermann weiter. Neben der Paperworld hat sich das Unternehmen nun bereits zum dritten Mal in Folge auch für die parallel stattfindende Kreativ-Fachmesse Creativeworld 2013 angemeldet. Per Ledermann: „Die konsequente Weiterentwicklung des B2C-Geschäfts ist eine unserer strategischen Wachstumssäulen. Wir tragen diesem Ziel u. a. mit einem umfangreichen Kreativsortiment Rechnung. Auf der Creativeworld haben wir ein ideales Umfeld um dieses wichtige Segment den Kunden zu präsentieren. 2013 werden wir eine ganze Reihe an neuen Produkten in diesem Bereich präsentieren.“ WWW.EDDING.DE

ESSELTE LEITZ

BESTE SEKRETÄRIN GEKÜRT

Deutschlands beste Sekretärin heißt Sandra Reihls. Die 32-jährige Sekretärin aus Neukirch arbeitet bei der MTU Friedrichshafen GmbH und konnte sich im Finale gegen neun Konkurrentinnen durchsetzen. Bei dem bundesweiten Wettbewerb der Marke Leitz hatten knapp 300 Sekretärinnen teilgenommen. Im Finale überzeugte Sandra Reihls vor allem bei einer kniffligen Aufgabe: Sie musste einen Brief an Fußballweltverbands-Chef Michel Platini schreiben und ihn „überreden“ für ihren Chef eine Karte für das EM-Endspiel zur Verfügung zu stellen.



Gewinnerin Sandra Reihls

Der Titel „Beste Sekretärin“ wird von Leitz jährlich verliehen. Damit soll das nach wie vor oftmals unterschätzte Berufsbild der Sekretärin gewürdigt werden. Beim Finale in Berlin mussten die Kandidaten aus ganz Deutschland ihr Können unter den Augen einer Fach-Jury beweisen. Zunächst galt es einen umfangreichen Wissenstest zu absolvieren und ihre Fähigkeiten im Organisieren und Improvisieren unter Beweis zu stellen. Deutschlands bekannteste Büroartikelmarke Leitz vergibt die Auszeichnung bereits zum siebten Mal.

WWW.LEITZ.DE

ALTENAER KREIS

FOKUS DEUTSCHLAND

Der Umsatz mit PBS-Markenartikeln ist im vergangenen Jahr um etwa drei Prozent gewachsen. Diesen Durchschnittswert gab der Markenverband der PBS-Industrie „Altenaer

Kreis“ nach seiner Frühjahrstagung in Hamburg jetzt bekannt. Dabei stiegen die durchschnittlichen ungewichteten Umsätze der 21 Hersteller in 2011 gegenüber dem Vorjahr im Inlandsgeschäft um vier Prozent und im Export um ein Prozent. Rolf Schifferens, Sprecher des AK und Vertriebs-Geschäftsführer von Faber-Castell, führt die positive Entwicklung in Deutschland vor allem auf das wirtschaftlich bedingte Kaufverhalten der Endverbraucher zurück. Angesichts der guten Arbeitsplatzsituation und der Zuversicht der Käufer auf steigende Löhne und Gehälter verbesserten sich die Umsätze von PBS-Markenartikeln kontinuierlich, was sich auch in den Zahlen für die ersten drei Monate 2012 widerspiegeln. Rolf Schifferens: „Das positive Konsumklima kommt insbesondere den starken Marken zugute, deren Qualität und Attraktivität sich gegenüber den gesichtslosen No-Names und Handelsmarken durchsetzen.“ Wie schon im Herbst gemeldet, seien auch diesmal wieder erhebliche Unterschiede bei den Umsätzen der AK-Markenfirmen zu beobachten. Und dies gelte sowohl im Inlands- wie im Auslandsgeschäft: „Diese Zahlen beweisen,

dass es in Deutschland weiter gelingt, die Aufmerksamkeit der Konsumenten auf die starken Marken zu fokussieren“, konstatiert der AK-Sprecher. „Im Hinblick auf die Verbraucherpreise“, so Rolf Schifferens weiter, „sorgen sich die Unternehmen aber über die weiter steigenden Rohstoffkosten“. Zwar blicken die AK-Markenfirmen mit Zuversicht auf 2012, wenn sie ihre Umsätze im Durchschnitt um drei bis 3,5 Prozent steigern wollen. Mit Blick auf das bevorstehende Schulgeschäft hoffen die im Altenaer Kreis organisierten Unternehmen jedoch auf eine Trendwende in den nächsten Monaten.

WWW.ALTENAERKREIS.DE

3M

WÄCHST WEITER

Auch im ersten Quartal 2012 konnte die 3M Deutschland GmbH die positive Umsatzentwicklung fortsetzen. So stieg der Gesamtumsatz der deutschen 3M Gruppe in den ersten

drei Monaten um 6,5 Prozent auf 611 Millionen Euro. Dabei erhöhten sich der Inlandsumsatz und die Direktexporte um 10,4 Prozent auf 282 Millionen Euro, während das Geschäft mit den ausländischen Schwestergesellschaften um 3,2 Prozent auf 328 Millionen Euro zulegte. „Mit dieser Entwicklung konnten wir nicht nur unsere Planungen deutlich übertreffen“, so Bernhard Walter Kruchen, Controller für die deutsche Region des Multi-Technologieunternehmens, „sondern wir waren damit erneut der starke Wachstumsmotor auch für Europa. Für das zweite Quartal sind wir in unseren Planungen vorsichtig optimistisch und sehen einen etwas leichteren Zuwachs, aber in der zweiten Jahreshälfte rechnen wir wieder mit stärkerem Volumenwachstum“, kommentierte Bernhard Walter Kruchen die geschäftliche Entwicklung. „Trotz des anhaltend hohen Niveaus bei Rohstoff- und Energiepreisen erwarten wir auch aufgrund unseres stringenten Kostenmanagements für 2012 einen Gewinn oberhalb des Vorjahres.“

WWW.MMM.COM

RUDOLF SCHMORRDE

Erfolgreicher Kundentag in Löbau

Anlässlich der sechsten sächsischen Landesgartenschau in Löbau fand vom 3. bis 5. Mai der Kundentag der Rudolf Schmorrdde KG und der Albert Walther GmbH statt. 160 Gäste aus Deutschland und Österreich waren der Einladung gefolgt. Am Abend des 3. Mai wurden die Teilnehmer bei einem Sektempfang im Hotel „Honigbrunnen“ begrüßt. Am 4. Mai fand nach einer Führung über das Gelände der Gartenschau der Kundentag in der neuen Messe- und Veranstaltungshalle statt. Der Bürgermeister der Stadt Löbau, Guido Storch, hielt ein kurzes Grußwort. Marcus Keßner sprach danach zum Thema „Stempel-Online-Bestellung anno 2012“. Im Anschluss hielt Lukas Keßner einen Vortrag zum Thema „Steigern Sie Ihr Image gemeinsam mit uns“. Den Abschluss der Vortragsreihe bildeten Alexandra Kutos, Enkelin des Trodat Firmengründers Walter Just, und Michael Peduzzi, weltweiter Trodat-Geschäftsführer, zum Thema „100 Jahre Trodat“. Im Anschluss folgte eine Betriebsführung durch das Firmengebäude der Rudolf Schmorrdde KG. Geschäftsführer Reinhart Keßner begrüßte die Gäste am Abend im „Guten-



Die Besucher erhielten unter anderem Einblicke in die Arbeiten der Rudolf Schmorrdde KG und die Albert Walther GmbH

bergkeller“ des Firmengebäudes. Während des Tages hatten die Besucher sowie Gartenschau-gäste Gelegenheit, sich individuelle Gravuren auf dem Trotec-Laser anfertigen zu lassen, verbunden mit der Bitte an einer Spende an „Brot für die Welt“. Die Veranstaltung wurde am 5. Mai durch eine Wanderung mit Reinhart Keßner rund um den Löbauer Berg und einem Picknick abgerundet. WWW.SCHMORRDE.DE

