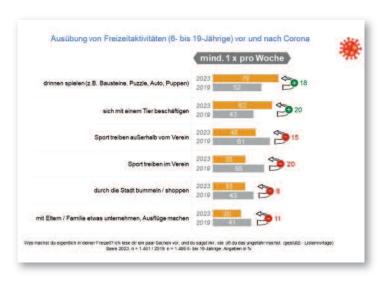


Zeitschrift für Prisma-Mitglieder

Nr. 3/2023

Die Jungen sind mehr zuhause

Gut zu wissen: Was während der Pandemie häufig noch Pflicht war, nämlich das "Stubenhocken", hat sich inzwischen als neue Verhaltensweise bei Kids etabliert – auch wenn sie jetzt wieder raus könnten. Die Kehrseite der Medaille: viele Aktivitäten außer Haus, wie Sport, Shoppen in Geschäften mit Freunden oder Ausflüge mit der Familie, macht man deutlich seltener.



ie jährliche "Trend Tracking Kids Studie®" von iconkids & youth bietet einen umfassenden Einblick in die Lebenswelt junger Zielgruppen von 3 bis 19 Jahren. Corona war scheinbar ein dauerhafter Gamechanger im Freizeit- und Medienverhalten der Kinder und Jugendlichen.

Der Vergleich mit dem Jahr 2019 zeigt das "New Normal" nach Corona und wie die Pandemie das Leben der jungen Zielgruppe dauerhaft verändert hat. Die größte Veränderung zeigt sich bei Aktivitäten, die diese Zielgruppe drinnen macht: in 2023 spielen 70 % mindestens einmal in der Woche etwas zu Hause und 63 % beschäftigen sich mit einem Haustier. Das entspricht einem Zuwachs von jeweils fast 50 % im Vergleich zu vor vier Jahren (2019: 52 % bzw. 43 %). Auch im Medienverhalten war die Covid-Epidemie in vielen Bereichen ein Verstärker:

Überraschung beim Freizeitverhalten von Jugendlichen bis zu 19 Jahren - für den Handel aber wichtig zu wissen, um die richtige Ansprache zu treffen.

- 2023 schaute fast jeder Zweite der 6- bis 19-Jährigen täglich Videos auf kostenlosen Plattformen wie YouTube und TikTok, 2019 waren es erst 34 %.
- Auch wenn TikTok bereits 32 % der 10- bis 12-Jährigen wöchentlich nutzen, bei Grundschülern spielt es kaum eine Rolle: Nur 13 % der 6- bis 9-Jährigen nutzt TikTok wöchentlich.

Die Influencer aus diesen sozialen Medien genießen in der Lebenswelt der Kinder und Jugendlichen längst hohe Popularität:

- Bei den männlichen Teenagern ist der beliebteste Promi der 13- bis 16-Jährigen MontanaBlack und der der 17- bis 19-Jährigen Rezo. 2019 haben noch Fußballer wie Ronaldo geführt.
- Bei den Mädchen dieser Altersgruppe gibt es einen Zweikampf zwischen Heidi Klum und dem Tausendsassa Katja Krasavice, die auf YouTube 1,4 Mio. Abonnenten hat, aber auf allen relevanten Medien präsent ist.



der Sommer ist vorbei. Nicht immer hat das Wetter mitgespielt. Jedoch haben Regentage dazu geführt, dass das Schulanfangsgeschäft vielerorts ausgesprochen gut verlaufen ist. Die auf der Fachtagung vorgestellten Social Media Posts haben im Mitgliederkreis großen Anklang gefunden und wurden zahlreich in den Sozialen Medien eingesetzt. Das freut uns sehr: Weitere Posts sind bereits in Auftrag gegeben. Freuen wir uns nun gemeinsam auf ein erfolgreiches Jahresendgeschäft.



Herzlichst, Ihr Christian Schmidt



INTERN



Shoppen wie es dir gefällt

Die Millennials sind out, die Generation Z ("Gen Z") scheinen deren legitime Nachfolger. Aber wie kauft diese Generation ein? Einerseits nutzt man den Online-Handel sehr intensiv, andererseits ist bei ihr aber auch der stationäre Handel weiterhin gefragt.

ie Altersgruppe der Gen Z erwartet ein vernetztes Einkaufserlebnis über verschiedene Online- und Offline-Kanäle hinweg.Auf diesen Nenner lassen sich die Ergebnisse der Studie "Anforderungen und Erwartungen der 'Generation Z' an den Einzelhandel" von der HTWG Konstanz bringen, der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Gestaltung. Dazu wurden von Mai bis luni 2022 316 Personen unterschiedlicher Altersklassen befragt. Die Studie wurde mit Unterstützung des Projekts Handel innovativ durchgeführt, das

PRIŠMA

vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg gefördert wird. Eine klare Präferenz der "Gen Z" für den Online-Einkauf ist dabei nicht zu erkennen. Zwar geben die Befragten der Jahrgänge zwischen 1995 und 2009 an, über die Hälfte (57 %) ihrer Einkäufe im Non-Food-Bereich online zu erledigen. Das Einkaufen im stationären Handel steht dennoch hoch im Kurs. Die jungen Menschen schätzen es, Produkte vor dem Kauf ansehen und ausprobieren (89 %) und danach auch unmittelbar kaufen zu

Liebe Prismaner,

das Geschäft zum Schulanfang ist bei vielen von Ihnen sehr positiv verlaufen. Die Zahl der Einschüler ist gestiegen und viele Kunden vertrauen dem und schätzen den Fachhandel. Das zeigt sich auch beim Kauf von Schulranzen. Nach wie vor vereinbaren viele Kunden online einen Termin und genießen die entspannte Atmosphäre beim Kauf des ersten Schulranzens. Unsere Stärke ist doch die persön-



liche Kommunikation mit dem Kunden. Das ist der entscheidende Wettbewerbsvorteil gegenüber dem Internet und natürlich den Discountern. Diesen Vorteil müssen wir unbedingt weiter nutzen und ihn uns selber und auch den Kunden immer wieder in das Bewusstsein rufen.

Ich wünsche uns allen als nächstes ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft.

Viele Grüße, Birgit Lessak Aufsichtsratsvorsitzende der Prisma AG

können (74 %). Für etwa jeden zweiten sind auch das gemeinsame Einkaufserlebnis mit Freunden und der Spaß am Shoppen wichtige Aspekte.

Entsprechend erwartet die "Gen Z" vom Handel, sein Angebot kanalübergreifend mit digitalen und analogen Angeboten zu präsentieren. Eine eigene Website des Händlers halten 76 % für wichtig, einen eigenen Onlineshop immerhin noch 58 %. Insgesamt 83 % fordern, dass die Produktverfügbarkeit im Laden vor Ort online erkennbar sein sollte, jeder zweite erwartet im Geschäft ein frei verfügbares WLAN. Hoch ist die Erwartung auch an digitale Bezahlservices. 91 % dieser Zielgruppe will bargeldlos bezahlen können, 42 % würden ihre Rechnung gerne über ihr Smartphone oder mittels ihrer Smartwatch abwickeln. Eine Personalisierung der Kommunikation oder der Angebote spielt dagegen nur eine untergeordnete Rolle. Ohne eine Umstellung auf ein Mehrkanalsystem drohten dem Einzelhandel deshalb Umsatzverluste.. •

Gen Z? Eine Definition

Als "Gen Z" bezeichnet man gemeinhin all jene Personen, die ab 1995 geboren wurden. Diese Gruppe gilt als die Nachfolger der Generation Y, auch Millennials genannt, und die erste Gruppe der Digital Natives. Die "Gen Z" wurde in ein digitales Zeitalter hineingeboren, das ohne Internetverbindung und diverse Devices nicht mehr auskommt. Sie bewegt sich wie keine andere Personengruppe im Netz und integriert das Smartphone vollständig in ihre Lebenswelt. Da die Kommunikation größtenteils über das Internet läuft, verändert sich in dieser Altersgruppe die



Art und Weise, wie man miteinander in Kontakt tritt und wo man sich Informationen beschafft. Dabei verschmilzt das reale Leben zunehmend mit dem digitalen. Erreichbar ist die Gen Z über diverse Kanäle. Am effektivsten sind dabei das Internet und Social Media Plattformen. Die Digital Natives nutzen diese Kanäle sowohl für Unterhaltung, als auch für das Beschaffen von Informationen.

Effizienz, Wettbewerbsfähigkeit und langfristiger Erfolg

Die PBS-Branche zeichnet sich durch eine breite Produktpalette und häufig wechselnde Sortimente aus. Ein effizientes Warenwirtschaftssystem wie Quisy 7 bietet dabei zahlreiche Vorteile, die dem Händler helfen, Geschäftsprozesse zu op-

timieren und den Erfolg zu steigern.

Warenwirtschaft ist längst kein Buch mit sieben Siegeln mehr. Für die Avandata GmbH als Anbieter von Quisy7 ist es deshalb eine Selbstverständlichkeit, immer persönlich an der Seite des Handels zu sein, durch den Start zu leiten und bei Fragen schnell und persönlich zu helfen. Doch warum überhaupt eine Warenwirtschaft? Für viele ist dies längst keine Frage mehr, doch es kann nicht schaden, sich nochmals folgendes vor Augen zu führen: Eine Warenwirtschaft ermöglicht es dem PBS-Händler, seinen Bestand präzise zu verwalten. Dies ist entscheidend, da viele Produkte saisonabhängig sind. Das System kann Bestände

automatisch nachverfolgen und Bestellvorschläge generieren. So bleiben Regale immer gut gefüllt und es wird vermieden, dass Produkte vergriffen sind oder veralten. Gleichzeitig wird das Lager nicht unnötig gefüllt.

Austausch mit Lieferanten

Durch die Integration von Lieferantendaten und Bestellhistorien in die Warenwirtschaft können Fachhändler Bestellvorgänge automatisieren und optimieren. Dies minimiert Fehler und sorgt dafür, dass die richtigen Produkte zur richtigen Zeit geliefert werden. Der Händler kann so seine günstigste Einkaufsoption wahrnehmen. Digitale Lieferscheine

im openTrans Format können problemlos eingelesen und importiert werden. Die Warenwirtschaft ermöglicht auch eine bessere Preisgestaltung und Margenoptimierung. Sie kann Verkaufspreise automatisch auf Grundlage von Einkaufspreisen, Kalkulationsfaktoren und Roherlösen andassen. Dies hilft dem Händler, wettbewerbsfähig zu bleiben und gleichzeitig seine Gewinnspanne zu maximieren. Moderne Warenwirtschaftssysteme wie Quisy 7 haben noch weitere Tools, bspw. zur Kundenverwaltung und -analyse. Händler können anhand von Kundenkarten o.ä. das Kaufverhalten ihrer Kunden verfolgen, Präferenzen erkennen und personalisierte Angebote erstellen. Dies führt zu einer besseren Kundenbindung und einem höheren Umsatz.

Multi-Channel-Vertrieb

Der PBS-Fachhandel nutzt oft verschiedene Vertriebskanäle.

> einschließlich stationärer Geschäfte, Online-Shops und B2B-Kunden. Quisy 7 erlaubt eine nahtlose Verwaltung aller Vertriebskanäle über den Quisy-Shop: Produkte, Preise und Bestände werden automatisch synchronisiert, was den Ver-

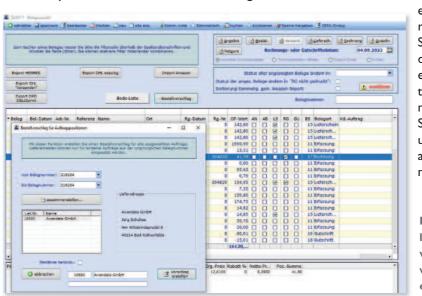
Mit dieser Funktion lassen sich Bestellvorschläge für ausgewählte Aufträge erstellen.



Stefan Schultes, Geschäftsführer Vertrieb & Marketing, Avandata GmbH

kaufsprozess vereinfacht und Kunden ein durchgehendes Einkaufserlebnis bietet.

Die Warenwirtschaft digitalisiert auch Prozesse wie die Rechnungsstellung und stellt Umsätze per Datev-Schnittstelle zur Verfügung. Dies minimiert Fehler und erleichtert die Finanzkontrolle. Der Händler spart dadurch Zeit und Kosten und behält seine finanzielle Lage im Blick. Durch die Datenerfassung und -analyse können PBS-Fachhändler fundierte Geschäftsentscheidungen treffen. Sie können Trends erkennen, saisonale Schwankungen vorhersagen und ihr Sortiment andassen. Dies verschafft einen Wettbewerbsvorteil in einem Markt, der von Veränderungen und Innovationen geprägt ist. Die Implementierung von Quisy 7 ist für PBS-Fachhändler ein Schritt in Richtung Effizienz, Wettbewerbsfähigkeit und langfristigen Erfolg.. •



PRISMA-JOURNAL 3-2023 PRISMA-JOURNAL 3-2023





Eines der ältesten Geschäfte im Rheingau

Um im Alter von 75 Jahren immer noch fit, um nicht zu sagen jugendlich zu wirken, muss man viel tun - beispielsweise regelmäßig Sport treiben. Aber wie sieht das aus, wenn es sich statt um einen 75-jährigen Menschen um ein Unternehmen in diesem Alter handelt? Wir haben uns bei Prisma-Mitglied Untiedt dazu umgehört.

Seit 75 Jahren gibt es das Unternehmen Buchhandlung Untiedt in Geisenheim. Wo das liegt? Am südlichen Rand des Rheingau-Taunus-Kreises in unmittelbarer Nachbarschaft zu Rüdesheim am Rhein. Damit ist die Buchhandlung Untiedt eines der ältesten Einzelhandelsgeschäfte im Rheingau. Begonnen hat alles am 1. August 1948, als Käte Regehr eine Buchhandlung in Geisenheim eröffnete. Damals lag der Schwerpunkt auf einer Leihbücherei. Doch der Hauptanziehungspunkt vor allem im Winter waren die warmen Öfen, an denen sich die Geisenheimer Bürger gegen eine Gebühr

PRISMA

Für das Prisma-Mitgied Buchhandlung Untieddt begann alles vor 75 Jahren in Geisenheim; damit ist man eines der ältesten Einzelhandelsgeschäfte im

lesen konnten. Im Januar 1967 übernahm der aus Münster stammende Buchhändler Hans Untiedt das Geschäft in der Winkeler Straße. Er erweiterte nicht nur das Buchsortiment, sondern nahm zusätzlich Schreibwaren und Papier mit ins Sortiment. Auch wenn von Marken wie Pattex, UHU oder Pritt zu dieser Zeit noch keine Rede war, auf eine ebenerdige Fläche denn es wurde in erster Linie flüssiger Gutenbergkleber in Glasflaschen von den Kunden

wärmen und die Tageszeitung



geschätzt und gekauft. Bei diesem Sortimentsmix ist es bis heute geblieben, lediglich die Marken sind im Laufe der Zeit andere geworden. Untiedt ist der kompetente Partner vor Ort für Bücher und Schreibwaren.

Mehrere Umzüge im letzten lahrhundert Der stetige Wandel begleitete

die Buchhandlung Untied weiterhin. 1979 musste man im Zuge der Stadtsanierung am bisherigen Standort weichen. bisherige Gebäude wurde abgerissen und es fand sich ein Ausweichquartier in der ehemaligen Drogerie Reichenbach in der Behlstraße. Nach zwei lahren im Ausweichquartier ging es 1981 zurück an den "alten" Platz - aber in ein neues Gebäude. Die größere Fläche ermöglichte nicht nur eine nochmalige Erweiterung des Angebotes, sondern auch die Eröffnung einer Lotto-Annahmestelle. Nach weiteren zehn Jahren, inzwischen war das lahr 1991 erreicht, war es erneut die Stadtsanierung, die die Buchhandlung Untiedt zum nochmaligen Umzug zwang. Das damalige Gebäude wurde vom Sanierungsbüro verkauft. Die Buchhandlung konnte gegenüber in der Winkeler Straße ziehen. Die nächste einschneidende Veränderung

erfolgte 2006: Hans Untiedt verkaufte das Ladengeschäft an Dr. Christian Homp, der dieses bis heute mit seiner Frau erfolgreich führt und weiter ausbaut. Der Name "Buchhandlung Untiedt" blieb aber als gut eingeführte Marke erhalten. Dies wäre für die neuen Inhaber der Familie Homp auch gar nicht anders vorstellbar gewesen, hatte Christian Homp doch schon als Grundschüler

Expansion mit Filiale

gekauft.

Im Oktober 2008 erfolgte die Eröffnung einer Filiale in Eltville, unmittelbar vor den Toren von Wiesbaden. Ein weiterer Meilenstein für die Buchhandlung Untiedt war dann 2009, als man den Umzug in die Räumlichkeiten des ehemaligen "Ihr Platz" in Geisenheim vornehmen konnte. Mit der nun nochmals vergrößerten Fläche ging erneut eine Erweiterung des Angebotes einher. Das Buchsortiment wurde ausgebaut, die Schreibwarenabteilung neu aufgestellt und zu Lotto kamen ein Post Service Point sowie der Fahrkartenverkauf für den örtlichen Verkehrsverbund hinzu. Heute, also nach 75 Jahren, ist die Buchhandlung Untiedt nach wie vor ein fester Bestandteil der Einzelhandelskultur im Rheingau. Für den Unternehmer Dr. Christian Homp ein geeigneter Anlass, sich insbesondere bei seinen Kunden, aber auch dem Team der Buchhandlung Untiedt zu bedanken: "Ohne die treuen Kunden und ohne unsere engagierten Mitarbeiter wäre eine 75-jährige Firmengeschichte nicht möglich." Dem kann man sich anschließen und weitere schöne Jahre im Rheingau wünschen.

Alles nur einen Wink entfernt.

ten. Sie bringen Entspannung

und Harmonie in den Alltag und

laden dazu ein, in ein sinnliches

Erlebnis einzutauchen. Eines

Trendhaus präsentiert mit Lucky Cat eine neue Trend-Edition, die das moderne Bedürfnis nach Achtsamkeit, innerer Balance und der Suche nach spirituellen Botschaften verkörpert.

n Anlehnung an die winkende iapanische Glückskatze, die Maneki-neko, bietet die Trend seinen ersten Füller bei Untiedt Edition von Trendhaus 12 inspirierende Neuheiten. Die Produkte machen nicht nur den Alltag zu einem spirituellen Erlebnis, sondern werden auch zu Wegweisern bei Entscheidungssituationen und zur Quelle von Glück und positiver Energie. Die damit verbundene Frage lautet: Bist Du neugierig auf das, was die Zukunft für Dich bereithält?

Zu den Highlights der Edition zählen originelle Schreibwaren, darunter das Radierer Balance 4er-Set, das durch meditatives Balancieren der Radierer in Form von Zen-Steinen das innere Gleichgewicht stärkt. Damit bieten nachhaltige Wellnessartikel, wie die Good Vibes Räucherstäbchen und Duftkerzen, verschiedene Duftvarian-

der vielen Geschenkartikel: Das Orakel Schicksals-Pendel, welches tiefgreifende Einblicke in die Zukunft ermöglicht.

Für den Handel gilt: Entdecke jetzt das limitierte Editions-Paket und erlebe neben einzigartigen Produkten eine liebevoll gestaltete Präsentation, die garantiert alle Blicke auf sich zieht.



HBS-Branchenkonferenz 2023

↑ m 12.10.2023 veranstaltet der Handelsverband Büro und Schreibkultur (HBS) im Rahmen der Nürnberger Messe Insights-X eine Branchenkonferenz, bei der sich Vertreter des Handels, der Industrie und der Verbundgruppen miteinander austauschen können. Dem HBS ist es dabei besonders wichtig, dass sich die gesamte Branche nach der kräftezehrenden Corona-Zeit wieder einmal trifft Drei Gastredner stehen auf dem Programm bzw. sind angefragt:

Reinhold Vollbracht, Präsident der Hauptverwaltung in Bayern - Deutsche Bundesbank; Andrea Nahles, Vorsitzende des Vorstandes der Bundesagentur (angefragt); Bettina Wilhelm LL.M., Geschäftsführerin der Zentralstelle für Berufsbildung im Handel e.V.

Die Konferenz ist kostenlos und die Teilnehmerzahl wird begrenzt sein. Anmeldungen formlos per E-Mail bei Herrn Dürand (jeanlucas.duerand@hwb.online).

PRISMA-JOURNAL 3-2023



PARTNER

Von der Mode inspiriert

Neue von der Natur inspirierte Farbtöne passend zum Herbst: Stabilo bringt den Stabilo Boss Original NatureCOLORS auf den Markt sowie einen überraschend vielseitigen schwarzen Marker als ideales Werkzeug für kräftige Kontraste.

Ctabilo bringt den Stabilo Boss Original NatureCOLORS mit neuen, von der Natur inspirierten Farbtönen auf den Markt. Schlammgrün, grünerde, umbra, siena, beige, warmgrau und schwarz sind die faszinierenden Farbtöne, die ab Oktober 2023 die Herzen der Anwender erobern werden. Damit wächst die Stabilo Boss Original Familie auf jetzt sagenhafte 30 Farben an: neun Neonfarben, 14 Pastelltöne, sechs

NatureCOLORS, sowie Überraschung – ein schwarzer Marker.

Die Inspiration für die neue Farblinie hat Stabilo in der Mode und dem Interior Design gefunden. Die neuen Farben spiegeln die omnipräsenten, aus der Natur abgeleiteten Farbpaletten wider, die in aktuellen Modeund Einrichtungskollektionen allgegenwärtig sind. Diese sanften Naturtöne der Stabilo Boss Original NatureCOLORS liegen Neue Trend-Farbtöne gehören ebenso zu den Stabilo Boss Original NatureCOLORS wie ein schwarzer Marker.

im Trend und sind vielseitig einsetzbar: Egal ob Textunterstreichen, wichtige Passagen markieren, Zeichnungen schattieren, Bilder einrahmen oder

lournals und Letterings designen, die neuen Textmarker bringen alle Projekte auf ein neues Level an Eleganz und Raffinesse.

Die satte, brillante Tinte und der sanfte Abstrich machen den schwarzen Marker zum idealen Werkzeug, um Schatten und



Tiefe oder einen kräftigen Kontrast zu erzeugen. Die Optionen, sich mit dem schwarzen Stabilo Boss kreativ auszudrücken, sind vielfältig: Skizzieren, Illustrieren oder Mixed-Media Projekte der Kreativität sind keine Gren-

Besonders attraktive Konditionen

Mit der McNeill Kollektion 2024 trifft technische Spitzenklasse auf Design - und interessante Konditionen gibt es noch on top obendrauf.



chultaschen von McNeill waren schon immer in Sachen Ergonomie und Design ganz vorne mit dabei. Für das lahr 2024 bringt McNeill nun nach eigenen Angaben eine neue Kollektion auf den Markt, die in Sachen Technik und Design wieder einmal neue Maßstäbe setzen soll. Und das werden die Highlights sein: verbesserten

Für das Jahr 2024 hat McNeill eine neue Kollektion an Schultaschen im Angebot, die in Sachen Technik und Design wieder einmal neue Maßstäbe setzen soll, darunter auch weitere begehrte Disney-Lizenzthemen.

Schloss, einer optimierten Höhenverstellung und einer komfortableren Rückenpartie stellt die Marke nachhaltig ihre Innovationskraft unter Beweis. Auch in puncto Design gibt es spannende Entwicklungen, darunter auch wieder weitere begehrte Disney-Lizenzthe-

Einen besonderen Fokus legt der Schultaschen-Hersteller auf die Zusammenarbeit mit dem Prisma-Fachhandel: McNeill bietet in der kommenden Saison Konditionen, die im Branchenvergleich als besonders attraktiv gelten sollen und eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten schaffen - so McNeill bei der Vorstellung der neuen Kollektion.



ulti Ink von Staedtler ist oder exotische Pflanzen, besoneine Tinte, die in Sachen ders farbintensiv gestalten Farbbrillanz und Lichtbeständigmöchte, greift zu den Stiften des keit heraussticht: Die innovative neuen und besonders hochwertigen pigment arts pen Sortiment ment arts pen"-Sortiment von von Staedtler. Die pigment brush Staedtler mit ihrer besonderen pens, die pigment calligraphy Qualität. Die hochwertige Propens, die pigment soft brush pens und die pigment pens unterlende Zeichnungen, Illustrationen scheiden sich in ihrer Spitze und und Schriftzüge aller Art. Schon damit in ihrer Anwendung - verdas Verpackungs-Design des einen aber alle eine innovative neuen Sortiments verrät, was die Gemeinsamkeit: die Multi Ink, die Produkte besonders macht. Auf neu entwickelte Premium Tinte den Verpackungen brechen Farbvon Staedtler, die die Vorteile pigmente in strahlenden Farben mehrerer Tintensysteme vereint hervor und fesseln das Auge des und so eine außergewöhnliche Farbbrillanz und extreme Licht-Wer seine kreativen Motive, beständigkeit garantiert. Multi Ink

Neue Maßstäbe für Tinte

Besondere Brillanz und langanhaltende Lichtbe-

ler setzt neue Maßstäbe in Sachen Qualität.

Tinte punktet in dem neuen "pig-

duktfamilie eignet sich für strah-

ständigkeit - die neue Tinte Multi Ink von Staedt-

beispielsweise bunte Papageien ist nicht nur farbtreu und was-

meisten Oberflächen schnell und lässt sich nach dem Trocknen ohne Verschmieren übermalen. Die einzelnen Produkte aus dem pigment arts pen Sortiment eignen sich dank dieser Eigenschaften für die Kombination aus unterschiedlichen kreativen Maltechniken, Materialien und Malmedien. Alle Farben können auch als Einzelstifte gekauft werden. Das Gehäuse der Stifte, also Schaft, Schoner und Abschlusskappe, besteht zu 97 Prozent aus recyceltem Kunststoff.

serfest, sie trocknet auch auf den

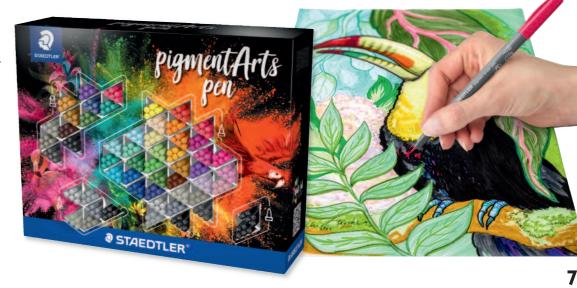
Auffälliges Begleitmaterial für den Handel

Die Verpackungen der neuen Produktfamilie sorgen dank ihrer intensiven Farbkontraste für Aufmerksamkeit. Auch die Begleitmaterialien für den Handel schaffen eine optimale Die Verpackungen der neuen pigment art Produktfamilie sorgen dank intensiver Farbkontraste für hohe Aufmerksamkeit am PoS.

Sichtbarkeit am POS. Zahlreiche Displaylösungen und Informations- materialien präsentieren Verbraucherinnen und Verbrauchern anschaulich die pigment arts pen Produkte. An einer aufstellbaren Teststation können Kundinnen und Kunden noch im Ladengeschäft erste Linien mit den Stiften ziehen und sich von deren Qualität überzeugen. Ergänzend dazu bietet Staedtler auf seiner Website Tutorials mit Schrittfür-Schritt- und Videoanleitun-

Wer Motive wie bunte Papageien oder exotische Pflanzen besonders farbintensiv gestalten möchte, wird zukünftig gerne zu den Stiften des pigment art pen Sortiments von Staedtler greifen.

Betrachters.



PRISMA-JOURNAL 3-2023 PRISMA-JOURNAL 3-2023 PARTNER

PARTNER



mühelos Pigmentstaub und

Spitzrückstände. So hat Unordnung keine Chance mehr und der Arbeitsbereich bleibt sau-

ber und ordentlich. Der gut

schließende Deckel stellt dabei

zusätzlich sicher, dass der Spit-

Trikot-Liebe und mehr

Für Sammler und Jäger, insbesondere solchen von Sport-Trikots, aber auch anderen Trophäen, gibt es von Walther Design jetzt eine tolle Aufbewahrungsmöglichkeit.

Stoff, der Geschichten erzählt. Sie repräsentieren nicht nur die Geschichte und Tradition eines Teams oder einer Sportart, sondern auch die Leistungen einzelner Spieler und die emotionalen Verbin-

dungen, die Fans mit ihren Lieblingsmannschaften Manchmal erinnern sie an bestimmte Spiele, Meisterschaften oder bedeutende Ereignisse einer Mannschaft. Manchmal hängt der Wert eines Trikots mit dem Spieler zusammen, der

es getragen hat. Der Besitz eines authentischen Spielertrikots kann ein Gefühl der Nähe und Verbundenheit zu einem Sportidol vermitteln. Noch besser wird es, wenn es ungewaschen ist und mit einem Autogramm versehen. Dann heißt es: Nicht mehr anfassen, Einrahmen, an die Wand

SETZ DEIN LIEBLINGS

damit. Und zwar im Trikotrahmen 3D der Holzrahmenserie "Stockholm" von Walther Design. In diesem Spezialrahmen ist die Trophäe nicht nur optimal geschützt, sondern kommt auch bestens zur Geltung. Übrigens: Nicht nur Sportler-Tri-

kots können zum dekorativen Kunstwerk werden. Auch Lieblingsshirts, süße Babykleidung,

Fan-Artikel von Festivals oder ausgefallene Designer-Teilchen vom Flohmarkt und.und.und... Der Fantasie sind da sicherlich keine Grenzen gesetzt und müssen auch nicht. Denn von Walther Design gibt es für alles und jeden den passenden Rahmen, damit die Lieblings-Trophäen Erinnerungsstücke jederzeit stilsicher und dennoch auffällig präsentiert werden können.

Als Hintergrund hat der Trikotrahmen "Stockholm" eine dezent gemaserte MDF-Rückwand, auf der man das favorisiertes Kleidungs- oder Kultstück gut auslegen kannst. Ein integrierter, flacher Bügel dient dabei zum Aufhängen des Shirts. Die Leiste aus MDF-foliertem Holz-Blockprofil hat eine Tiefe von 3,2 cm und ist in den Farben schwarz, grau oder weiß erhältlich im Format 93 x 63 cm. Geschützt ist das Lieblingsstück durch eine Kunstglasscheibe. •

Im Trikotrahmen 3D der Serie "Stockholm" sind gesammelte Trophäen nicht nur bestens geschützt, sondern kommen auch optimal zur Geltung.

Ein Klassiker wird zum Tischset

Das fröhliche Stabilo woody 3 in I Tischset ist eine wundervolle Lösung für Spaß und Organisation in

vielseitigen Buntstiften und einem neu gestalteten Dosenspitzer, ist der ideale Begleiter auf Mal- und Basteltischen von Kindern. Das Set bietet alles, was man für unbegrenzten Malspaß benötigt in einem Set. Als altersneutraler Klassiker gestaltet und mit Sorgfalt und Engagement für die Umwelt gefertigt, besteht das Tischset zu mindestens 92 % aus Bio-Komposit aus PEFCzertifiziertem Material. Die Stabilo woody 3 in I Buntstifte sind gleichermaßen bei Kindern, Eltern, Erziehern sowie Hobbykünstlern beliebt. Aber auch als eigenstänzwei Dinge fehlten bisher. Deshalb freut sich Stabilo über die

as neue Stabilo woody 3 in Einführung eines Tischsets mit I Tischset, gefüllt mit 15 15 XXL-Buntstiften Stabilo woody 3 in 1 und einem großen Dosenspitzer ab Oktober 2023. Das Set enthält 12 klassische Stabilo woody 3 in

> Buntstifte und drei Stabilo woody 3 in 1 duo Buntstifte mit zweifarbiger Mine. Der Dosenspitzer ist wie das Set eine Neuentwicklung und wird ab Oktober 2023 auch separat erhältlich sein. Als Bestandteil des Tischsets, aber diges Zubehör bietet

Dosenspitzer eine Reihe von Funktionen, die sich die Anwender in der Vergangenheit häufig gewünscht haben. Verbaut ist der bereits bestehende kindersichere woody 3 in I Spitzer, der bei Bedarf problemlos ausgewechselt werden kann. Der extra große Behälter sammelt

zer nicht aufgeht und Schmutz verliert, auch wenn man ihn in einer Tasche mitnimmt |

Ideal für Mal- und Basteltische: das neue Stabilo woody 3 in I Tischset mit 15 Stiften und großem Dosenspitzer.

Zwei Marken aus einer Hand

Bisher musste der Handel die Bestellungen der beiden langjährigen Partnerfirmen Ecobra und Rumold getrennt vornehmen; doch damit ist seit Anfang September nun Schluss.

musste die Bestellung bislang getrennt nach Stuttgart (Rumold) bzw. Oberasbach (Ecobra) richten und bekamen dann zwei Pakete, zwei Rechnungen und - Schluss. Durch die Zusammen-

er Produkte von Ecobra wenn mit dem Auftrag nicht der und Rumold bestellte, Mindestbestellwert von 90 Euro Warenwert erreicht wurde auch noch zweimal Mal Porto und Verpackung berechnet. Damit ist seit dem 1. September

nun per Sammelbestellung aus dem umfassenden Rumold- und Ecobra-Sortiment bestellt und diese wahlweise an die info@rumold.de info@ecobra.de gemailt werden. Die komplette Bestellung wird dann vom Zentrallager in Oberasbach aus versandt, wie bisher frei Haus ab 90 Euro Nettowarenwert (für Lieferungen innerhalb Deutschlands) -

legung der beiden Firmen kann

und es erfolgt nur eine Rechnung. "Die Vorteile der Kunden liegen hier klar auf der Hand. Das so zu machen, war ein langersehnter Wunsch unserer Kunden", so die beiden Rumold & Ecobra GmbH Gechäftsführer Uwe Wiesemann und Michael Kurwan. Im Internet findet man beide Marken unter www.rumold.de bzw.www.ecobra.de. Dort ist auch das vollständige Sortiment aus dem Bereich Büro-, Schul- und Grafikbedarf zu sehen. Zusätzlich hat die Rumold-Webseite seit Juli 2023 einen neuen verbesserten Webauftritt. •





PRISMA-JOURNAL 3-2023 PRISMA-JOURNAL 3-2023





Frisch, frech und macht Lust auf mehr

Les Artistes Paris produziert Thermo-Produkte wie Flaschen, Trinkdosen, Coffee-to-Go-Becher und Lunch-Boxen und liefert diese weltweit. Darüber hinaus wird eine Aktiv-Kohle zur Reinigung des Leistungswassers und ein Tee-Infuser-to-Go angeboten.

er Erfolg, so scheint es, dieser Artikel das Design der gibt dem Unternehmen klassischen "Cola-Dose" hat. Les Artistes Paris seit vielen und vertreibt eine breite Palette an Thermo-Produkten. Im Sortiment fällt insbesondere

PRIŠMA

klassischen "Cola-Dose" hat. Das gab und gibt es nach Angalahren recht. Man produziert ben des Herstellers so in dieser Form bisher nicht auf dem Markt. Auch die neu entwickelte Lunch-Box weis zu gefaldie 280 ml Trinkdose auf, da len, da man sie auch sehr gut für Eiswürfel verwenden kann. Beides, Trinkdose wie auch Lunch-Box, hat offenbar auch einen sehr prominenten Lizenz-Partner überzeugt. Unter dem Label von Chupa-Chups präsentiert Les Artistes Paris aktuell zwei komplette Produktfamilien im bekannten Deder Marke Kult-Lutschers. So wurde dieser beispielsweise 1995 auf die Raumstation Mir gebracht. spanne ausgestattet und bereits 2003 verkaufte man in 170 Ländern vier Milliarden Lutscher. eine frachtfreie Lieferung stellen. •

Das Chupa-Chups-Logo wurde bereits Ende der 1960er von dem Surrealisten Salvador Dalli entworfen. Später haben auch Kult-Stars wie Madonna für Chups Chips die Werbetrommel gerührt.

Generell ist das Besondere an den Produkten von Les Artistes Paris die Kombination aus Oualität (18/10 Edelstahl), ausgefallenem Design und dem Engagement für die Natur. In puncto Natur ist man Mitglied in der Organisation "1% for the planet". Von diesen werden Projekte wie der WWF, Sea Shepherd und Plastic Odyseey unterstützt. Letztere setzen sich dafür ein, beispielsweise alte Fischernetze vom Meeresboden zu entfernen oder mit großen Schiffen das Meer von Plastikabfällen zu reinigen.

Aber auch für die Handelspartner macht Les Artistes Paris viel. Alle Produkte sind mit einer sehr guten Handelsab 200 Euro Bestellwert wird



erreicht. Laut dem deutschen Vertriebspartner, der in Bretzenheim ansässigen Home of Living GbR, kann der Handel aktuell auch abweichend von den Verpackungseinheiten be-



Besonderheit der Produkte von Les Artistes Paris ist die Kombination aus Edelstahl, ausgefallenem Design und dem Engagement für die Natur.

Buntes Bastelvergnügen für den Herbst

Der Herbst kommt -und das bedeutet: Noch mehr Zeit für lustigen Bastelspaß! Dank zwei neuer Hefte aus der beliebten Bastelreihe "Zack, zack fertig!" vom Tessloff Verlag wird es jetzt noch bunter im Kinderzimmer!

it "Zack, zack – fertig!" können junge Kreative ab 3 Jahren die vielfältige Welt des Bastelns, Klebens, Faltens und Schneidens entdecken. ledes Heft beinhaltet acht fröhliche und modern digital kolorierte Motive mit 3-D-Effekt. Die hübschen Hingucker sind kinderleicht gebastelt und eignen sich perfekt als Dekoration fürs eigene Kinderzimmer oder als Geschenkidee für Familienmitglieder. Bei "Zack, zack – fertig!

Bauernhof" dreht sich bspw. alles um das lustige Landleben mit Huhn, Traktor und Schaf – guasi im Handumdrehen entsteht eine bunte Bauernhof-Welt. Winterlich-festlich wird es im Heft ..Zack, zack - fertig! Weihnachtszeit". Neben dem Weihnachtsmann grüßen auch Rentier, Engel und Schneemann und stimmen auf die schönste Zeit des Jahres ein. Alle Seiten sind perforiert und lassen sich damit gut heraustrennen. Darüber hinaus macht

Motorik und Konzentration. Der Tessloff-Verlag veröffentlichte als erster Verlag in Deutschland Sachbücher für Kinder und ist heute führend auf diesem Gebiet. Tessloff begleitet Kinder mit Engagement und Herzblut beim Entdecken ihrer Umwelt, führt sie spielerisch und auf Augenhöhe an Sachwissen heran und vermittelt auch komplexe Zusammenhänge Leichtigkeit und Spaß. Ob Buch, Hörspiel, Hörstift oder Voice-Anwendung das breite Portfolio fasziniert

die bunte Bastelreihe nicht nur Spaß, sondern fördert auch die Kinder aller Altersstufen.

Kommunikation hat viele Gesichter

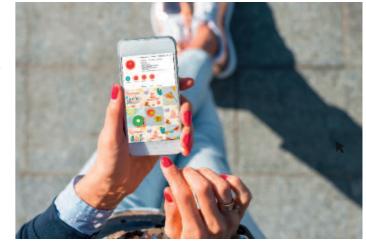
Wer meint, mit einem Facebook-Account kommunikationstechnisch auf der Höhe der Zeit zu sein, irrt. Denn Social Media verlangt immer wieder frische Ideen und bringt regelmäßig neue Kommunikationsformen hervor.

/ie dies einem traditionsreichen Unternehmen gelingen kann, zeigt die Staufen Premium GmbH mit ihrem Online-Auftritt, der immer up to date ist. Denn sachliche Kommunikation über Produktvorteile. Verarbeitungsprozesse und Nachhaltigkeit mit Kunden via Newsletter, Messegespräche und Aussendungen sind das eine, die Sprache der Jugend auf Tiktok, Reels mit schnellen Schnitten und Musik das andere. So holt

Als Beispiel sei die Marke Staufen Werola mit ihrem vielseitigen Papiersortiment für den Bastelbedarf genannt: Hobbybastler fanden bislang saisonale Basteltipps mit den Werola-Materialien auf deren Website. Die bebilderten Schritt-für-Schritt-Anleitungen wurden nun durch Videos ersetzt, die zum einen als Reel auf Instagram geteilt werden können, aber auch auf der Bastel-Website zur Verfügung steman den Verbraucher dort ab, hen. Mit diesem Wechsel

entspricht die aktuelle Werola-Kommunikation den Anforderungen der Nutzer nach einfach zu rezipierenden, kurzen und kompakten Informationen, denn seit ihrer Einführung sind Reels

das am schnellsten wachsende Instagram-Format. So sind die Bastelmaterialien online ständig präsent und zwar genau so aufbereitet, wie die Verbraucher es wünschen.



10 ш PRISMA-JOURNAL 3-2023 PRISMA-JOURNAL 3-2023



Inhalte mit Fotos, Videos, Audios erweitern

Mit QR-Codes lassen sich einfache Post- oder Ansichtskarten zu einem ganz individuellen Trip

durch eine Stadt oder ein Event gestalten – leichter als man denkt.

nter dem Motto "Trau dich was" hat das Unternehmen moby-Cards ein gänzlich neues Produkt auf den Markt gebracht. Was daran so ganz anders ist? Kurz gesagt, ein QR-Code-Bogen, in der Größe einer Postkarte und mit zehn QR-Aufklebern versehen, die man nur abziehen und auf verschiedenste Objekte aufkleben kann. So ein Bogen kann vom Handel in jedem Postkartenregal mit ausgestellt und zum Verkauf angeboten werden. Allerdings beginnt damit erst das Abenteuer. Obwohl seit Corona mittlerweile so gut wie alle wissen was ein QR-Code ist, trauen sich



viele immer noch nicht, einen solchen Code für eigene Anwendungen einzusetzen. Moby-Cards hilft mit seiner Idee dabei, diese Hürde zu reduzieren bzw. zu überwinden Mit Moby-Cards lassen sich individuelle Anwendungen sehr einfach, schnell und

leicht realisieren. Und so wird im Handumdrehen aus einer einfachen Urlaubskarte plötzlich ein lebendiger Trip durch eine Stadt. Wie so etwas aussehen kann, zeigt die hier zu sehende Flensburger Urlaubskarte. Und so einfach geht es: Einen der QR-Codes vom A6-Bogen lösen, auf die Postkarte kleben und im Moby-Cards-Editor die Inhalte hinzufügen. Fertig.

Das Ergebnis, der zum Leben erweckten Urlaubskarte, sieht der Empfänger, wenn er den QR-Code scannt oder den nachfolgenden Link eingibt: www.mob.ai/vjsce.

Den A6-Bogen mit 10 QR-Code-Aufklebern bietet Moby-Card auf dem eigenen Online-Shop an. Ebenso können interessierte Prisma-Partner den Bogen zum Verkauf anbieten. Die Marge, die dabei den Prisma-Partnern angeboten wird, beträgt 30%. Mehr Details zu diesem neuen System unter www.moby.cards

Termine

ERFA-Gruppen

ERFA West

◆ 19.10.2023 in Schwalmtal

ERFA Baden-Württem-

◆ 24.10.2023 in Esslingen

ERFA Bayern

◆ 06.11.2023 in Vilsbibug

ERFA Niedersachsen

09.11.2023in Wolfsburg

Messen

Insights-X, Nürnberg

◆ 11. - 14.10.2023

EK Live, Bielefeld

◆ 17. - 19.01.2024

Ambiente, Frankfurt

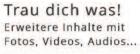
26. - 30.01.2024

Spielwarenmesse, Nürnberg

◆ 30.01. - 03.02.2024

EK Fun, Bielefeld

◆ 17. -18.04.2024





Demo.Code QR-Code scannen und Inhalt lesen

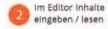


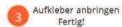




So funktioniert es:







Weitere Informationen unter www.moby.cards ein Service der A4P UG

Impressum

♦ Herausgeber:

PRISMA Fachandels AG Rheinparkallee 12, 40789 Monheim am Rhein Tel.: (02173) 2640-310,

♦ Verantwortlich:

Christian Schmidt (PRISMA)

♦ Redaktion:

Siegfried Elsaß (bit-Verlag) Christian Schmidt, (PRISMA) Torsten Lafendt (PRISMA)

♦ Layout/Herstellung:

Kristina Schwarz (bit-Verlag)

◆ Verlag: bit-Verlag Weinbrenner GmbH & Co. KG, Fasanenweg 18, 70771 Leinfelden-Echterdingen

◆ Druck: Silber-Druck oHG, Kassel