

# Zurück zu mehr Qualität



■ Das Schreibgerät ist als exklusives Geschenk zu Weihnachten besonders beliebt. Foto: mattilda, fotolia.

► **Das Schreibgerät als exklusives Geschenk – Weihnachten ist ein besonders beliebter Anlass zum Kauf von hochwertigen Produkten. Doch wie hat sich der Markt im Bereich *Schreibgeräte* entwickelt, spielt die Qualität wieder verstärkt eine Rolle und wo geht es hin in punkto Design und Materialien?** boss zeigt in einer Umfrage die aktuellen Trends der neuen Schreibgeräte-Kollektionen. ◀

**Thorsten Klein,**  
Verkaufsleiter DACH  
Sanford, zur Marke Parker

**1.** Marke und Qualität spielen eine immer wichtigere Rolle. Mit einem Markenschreibgerät in der Hand kann ich meiner



Persönlichkeit Ausdruck verleihen. In meinem Gegenüber erzeuge ich damit Bilder, die Werte, Eigenschaften, ein bestimmtes

Lebensgefühl und vor allem Qualität transportieren. Wir haben unsere Marken weltweit analysiert und auf Basis der Ergebnisse jede einzelne Marke punktgenau positioniert und die

jeweiligen Zielgruppen eindeutig definiert: Parker bietet z. B. das perfekte Schreibaccessoire mit zurückhaltender Eleganz für all jene, die den Fortschritt lieben, aber auch Momente stilvoller Tradition genießen.

**2.** Für uns ist das eine positive Entwicklung. Parker ist seit jeher ein Synonym für Qualität, Verlässlichkeit, exzellente Handwerkskunst und Ideenreichtum. Unsere Produktion ist weltweit für ihre Expertise bekannt und wir verwenden jederzeit hochwertige Materialien. Weil wir von der Qualität unserer Produkte überzeugt sind, bieten wir unseren Kunden die Möglichkeit ihre Garantie auf bis zu vier Jahre zu verlängern.

**3.** Mit Parker setzen wir vor allem auf zeitlose Farben und aufwändig gearbeitete

Oberflächen für eine besondere Haptik. Ein wichtiges Stil-Element der Marke sind verschiedene Interpretationen des historischen Parker Ciselè-Musters. Diese ziselierten Dessins finden Sie z. B. bei den jüngst sehr erfolgreich eingeführten Premium-Modellen der Linien Urban und Parker IM und auch bei den neuen Sonnet Modellen. Mit der Parker Premier Black Edition gehen wir auf den aktuellen Must-have-Trend im Prestige-Segment ein: „Black is beautiful“ und ein Luxus, den man sich gönnen sollte. Wir legen außerdem großen Wert darauf, dass unsere Neuheiten am PoS entsprechend kommunikativ begleitet werden. Mit der Anzeigenkampagne für Parker unterstützen wir pünktlich zum Weihnachtsgeschäft den Abverkauf. Hinzu kommen vielfältige Dekorationsvorschläge, mit denen der Handel optimal von unserer Kampagne profitieren kann.

**Klaus Fliegerbauer,**  
Vertriebsleiter, Pelikan

**1.** Durch ein stetig wachsendes Angebot und den steigenden Wettbewerb hat der Verbraucher heute mehr denn je „die Qual der Wahl“, auch wenn es um den Kauf eines Schreibgerätes geht. Je größer das Angebot ist, desto mehr ist auch der Verbraucher selbst gefragt und gefordert – nicht nur, wenn es um den Vergleich des Preises, sondern vor allem auch der dafür gebotenen Qualität geht. Hier ist es natürlich von großem Vorteil – und die logische Konsequenz – auf eine vertraute Marke zu setzen, deren Name schon seit Jahrzehnten für höchste Qualitätsstandards steht. Unabhängig davon, ob sich der Kunde für eines unserer hochwertigen Schreibgeräte oder für ein Schreibgerät für den Schulbereich entscheidet – er kann stets die Zuverlässigkeit

höchster Qualitätsansprüche genießen, die Pelikan für alle Produkte garantiert.

**2.** Der Trend weg vom „Geiz ist geil“-Gefühl und zurück zu mehr Qualität ist natürlich eine Entwicklung, die uns sehr freut und auch unserem Produktsortiment entspricht. Für das umfassende Pelikan-Schreibgeräte-Portfolio vom



Schulfüller über das Büro-Schreibgerät bis hin zum limitierten Sammel-Füllhalter, steht der Kundenanspruch an eine hoch-

wertige Verarbeitung und außergewöhnliche Qualität an oberster Stelle. Besonders überzeugen hier natürlich die aufwändigen Handarbeits-Schritte, mit denen unsere hochwertigen Schreibgeräte Stück für Stück zum Leben erweckt werden. Aktuell präsentieren wir anhand eines Kurzfilms auf unserer Homepage [www.pelikan.com](http://www.pelikan.com) die Faszination dieser Entstehung, vom Granulat bis zum fertigen Schreibgerät. Das positive Feedback der User, das wir auf diese detaillierten Einblicke erhalten haben, hat uns gezeigt, dass wir mit unseren traditionellen Herstellungsweisen absolut den Nerv – und den Qualitätsanspruch – der Zeit treffen.

**3.** Farben und Designs, aber auch außergewöhnliche Materialien und innovative Produkte sind bei den Endverbrauchern ein wichtiges Kaufkriterium. Wir feiern dieses Jahr ja ein großes Jubiläum: Der Pelikano wird 50 Jahre alt – und ist dabei so jugendlich wie nie zuvor. Bei dem Re-Design haben wir großen Wert auf aktuelle Trend-Farben und einen angesagten Look gelegt. So schlagen wir mit dem Pelikano

gekonnt die Brücke zwischen Tradition und Moderne: Sicher ist, dass ein Schulkind aus der heutigen Zeit mit einem Pelikano ein ebenso modernes Schreibgerät besitzt wie ein Schulkind von 1960. Grundsätzlich ist Pelikan bei allen Produkten stets bemüht, Schreibgeräte auf den Markt zu bringen, die sowohl stylisch als auch funktional sind. Ein Beispiel hierfür ist unser neuestes Schreibgerät, der Classic M205 Duo, ein Textmarker in der Form eines Füllfederhalters. Das innovative Schreibgerät in transparenter Optik wird mit neongelber Tinte befüllt und ermöglicht so präzise Markierungen in dieser Signalfarbe. So kombinieren wir Funktionalität mit optischer Finesse und bleiben dabei stets unseren eigenen Qualitäts-Ansprüchen treu – das merkt auch der Kunde.

### **Frank Groß, Geschäftsführer, Schneider Schreibgeräte**

**1.** Der Schreibgerätemarkt hat sich bezogen auf die Verkaufsmengen je nach Distributionskanal eher stagnierend bis rückläufig entwickelt. Auf der Nachfrageseite gewannen die Themen Nachhaltigkeit und Umwelt sowohl beim privaten Endverbraucher als auch beim gewerblichen Anwender deutlich an Bedeutung. Insbesondere im B2B-Bereich konnten Hersteller mit schlüssigen, ökologischen Konzepten die Entscheidungsprozesse maßgeblich zu ihren Gunsten beeinflussen. Bezogen auf unser Haus erwies sich die Zertifizierung von Schneider nach EMAS, dem weltweit anspruchsvollsten Umweltmanagementsystem, als ein zunehmender Wettbewerbsvorteil. Weiterhin ist ein Trend zu Schreibgeräten, die ein leichtes, gleitendes Schreiben ermöglichen, zu verzeichnen. Diesem Aspekt tragen wir seit einigen

## **► boss fragte...**

- 1.** Wie hat sich der Schreibgerätemarkt in den letzten Jahren entwickelt, inwieweit haben sich Nachfrage und Angebot verändert?
- 2.** „Zurück zur Qualität“ – die deutschen Verbraucher achten wieder mehr auf hochwertige Verarbeitung. Wie beurteilen Sie dies im Hinblick auf Ihre Produkte?
- 3.** Neue Farbtrends, Techniken und Designs – wie ist Ihre Kollektion in diesem Jahr aufgestellt, auf was legen Sie besonderen Wert?

Jahren u. a. mit unserer Slider-Serie Rechnung, die seit der Markteinführung überproportionale Wachstumsraten aufweist. Auch wird der Distributionskanal Internet für den Schreibgerätebereich immer wichtiger.

**2.** Die Entwicklung und Fertigung hochwertiger Produkte war seit jeher eines unserer primären Ziele. Demzufolge ist der Qualitätsaspekt auch ein zentraler Bestandteil der Unternehmensphilosophie von Schneider. Im Rahmen unserer intensiven Endanwenderberatung im Industrie- und Behördenbereich stellen wir den Einkäufern den direkten Zusammenhang zwischen Wirtschaftlichkeit, ökologischer Nachhaltigkeit und Produktqualität dar. In unseren Gesprächen der letzten Monate haben wir den von Ihnen angesprochenen Trend ebenfalls deutlich wahrgenommen. Viele positive Diskussionen zu diesem Thema



konnten direkt in zusätzliche Listungen umgesetzt werden, wobei insbesondere auch das Qualitätssiegel „Made in Germany“

nach wie vor ein wichtiges Verkaufsargument darstellt. Gleiches gilt in ähnlicher Weise für den Privatbedarf.

**3.** Im ersten Halbjahr 2011 werden wir beginnend mit der Paperworld wieder eine Reihe von Produktneuheiten vorstellen, die alle drei Themenfelder abdecken. Einen besonderen Schwerpunkt bildet dabei ein neues Schreibgerät,

das die beiden Attribute technische Innovation und markantes Design in sich vereint. Natürlich werden wir auch aktuelle Farbtrends in unseren Kollektionen speziell für den privaten Bereich aufgreifen. Innerhalb der unterschiedlichen Zielgruppen, die wir mit unserem Schreibgeräte-Vollsortiment ansprechen, stellen wir seit Jahren fest, dass generell designorientierte Produkte einen hohen Stellenwert genießen. Daher ist für uns ein funktional-ästhetisches Design prinzipiell die Maxime für jede Neuentwicklung eines Produktes.

### Ralf Hanisch, Leiter Marketing, Faber-Castell

**1** Wir beobachten eine starke Polarisierung: Der wachsende Bedarf an Ausbildung in den Schwellen- und Entwicklungsländern bedeutet eine steigende Nachfrage nach ebenso essenziellen wie erschwinglichen Schulprodukten wie dem Bleistift. In den Industrieländern sind gleichzeitig exklusive



Artikel gefragt, die Tradition und beste handwerkliche Verarbeitung erkennen lassen. Trotz zunehmender Computernutzung wird

also auch in Zukunft mit der Hand geschrieben werden. Gerade die Erkenntnisse der Hirnforschung zeigen uns übrigens, dass Kinder handgehaltene Objekte nutzen müssen, um ihre mentalen Fähigkeiten zu entwickeln – da sind Produkte wie die unseren schon vom pädagogischen Standpunkt her wichtig.

**2** Auch unsere Marktforschungsergebnisse bestätigen, dass der Verbraucher ver-

stärkt nach hochwertigen Produkten verlangt. Faber-Castell ist daher dem Anspruch an höchste Produktqualität, die schon Lothar von Faber als oberste Prämisse vorgab, bis heute treu geblieben: „...das Beste zu machen, was überhaupt auf der Welt gemacht wird“. Das gilt für alle Bereiche des Schreibens, Zeichnens und Malens, egal ob Schulprodukt oder Luxusstifte. Wir sehen uns als Lebensbegleiter und glauben, dass ein Kind, das die Qualität unserer Stifte liebt, auch als Erwachsener bei unserer Marke bleibt.

**3** Wir optimieren unser Sortiment kontinuierlich. Im Fokus steht der Anspruch, innovative und kreative Produkte zu entwickeln und sie mit dem „Point of Difference“, einem erkennbaren und sinnvollen Zusatznutzen, auszustatten. Dabei ist das Produktdesign ein wichtiges Differenzierungsmerkmal im Wettbewerbsumfeld. Ein gutes Beispiel für die konsequente Umsetzung ist das Grip-Sortiment, das Funktionalität und zeitloses Design erfolgreich vereint.

In diesem Jahr haben wir Neuheiten eingeführt, die sich besonders gut als Geschenk eignen, wie die neue Schreibgeräteserie Loom oder der Basic „Black Edition“. Zusätzliche Marktpulse geben wir durch ausgewählte Farbvarianten bestehender Produkte. ◀