

Insights-X als fester Messetermin etabliert

Sympathisch, persönlich, individuell – so hat sich die Insights-X vom 5. bis zum 8. Oktober 2017 in Nürnberg präsentiert und ist ihrem Konzept absolut gerecht geworden. Den Beleg dafür erbringen 5 578 (2016: 5087) Fachbesucher aus 99 (2016: 87) Ländern.



Eröffneten die Insights-X gemeinsam: v.l.: Ernst Kick (CEO Spielwarenmesse eG, Dr. Ulrich Maly (Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg).

Die Händler und Einkäufer trotzten dem Orkan über Deutschland und belebten das Messezentrum, was einem Wachstum von 10 Prozent im Vorjahresvergleich entspricht. Ihnen präsentierten 305 (2016: 268) Aussteller aus 41 (2016: 32) Ländern ihre Produktvielfalt aus den Bereichen Büro, Schule und Hobby. Grossen Anklang fand auch die InsightsArena mit kreativen Mitmach-Aktionen und neuer Partner-Lounge.

Positiver Zuspruch aus aller Welt

Seit ihrer Premiere 2015 ist die junge PBS-Expo auf Wachstumskurs. Sie verzeichnet in diesem Jahr einen besonders hohen Anstieg aus dem gesamten Ausland – auf Ausstellerseite liegt der Anteil bei 56 Prozent, bei den Besuchern über 48 Prozent. «Wir freuen uns sehr über den grossen internationalen Zuspruch, der unsere Erwartungen übertroffen hat», sagt Messechef Ernst Kick. Den Branchenteilnehmern stand insgesamt eine Fläche von 25 000m² zur Verfügung. Sechs Produktgruppen bildeten in den Hallen 1, 2 und 3 den hohen Innovationsgrad auf der Insights-X ab: Schreibgeräte und Zubehör, Papier und Registratur, Rund um den Schreibtisch, Künstlerisch und Kreativ, Taschen und Accessoires sowie Papeterie und Schenken.

Perfektes Timing im Herbst

Alle Aussteller aus dem In- und Ausland bestätigen das Messekonzept. Besonders

geschätzt wird die Professionalität mit persönlicher Note. «Die Insights-X ist familiär und super durchorganisiert. Auch mit der Betreuung und den Services vor der Messe waren wir zufrieden», äussert sich Ulrike Lorber-Gee, Geschäftsführerin von Laurel Klammern. Ein weiteres Erfolgskriterium der PBS-Expo ist der frühe Zeitpunkt im Oktober. Lidia Branco von D.K.T. Representações aus Portugal erklärt die Bedeutung des Termins: «Auf der Insights-X können unsere Kunden rechtzeitig ihre Bestellungen für die kommende Schulsaison tätigen – im Januar oder Februar ist es dafür zu spät.» Für Geschäftsführer Holger Brosche von Neuaussteller Heinrich Sieber war die Qualität der Fachbesucher ausschlaggebend für die Beteiligung. Seine Erwartungen wurden erfüllt: «Die Insights-X verfügt über ein gutes Flächenkonzept, das weniger «gestresste» Messebesucher zur Folge hat. Zudem sind alle wichtigen PBS-Grosskunden vertreten.» Diese Ansicht teilt auch Stefan Matschke, Vertriebsleiter von Faber-Castell: «Unsere Teilnahme ist rundum positiv zu bewerten. Vor allem mit der Qualität der Besucher waren wir sehr zufrieden.» Ein weiteres Kriterium für den erfolgreichen Messerverlauf vonseiten der Aussteller: Die PBS-Community kam aus allen Kontinenten. «Unser Team konnte sehr gute nationale und vor allem auch internationale Kontakte knüpfen und gute fachliche Gespräche führen», betont

Nadine Mangelsdorf, die bei Hamelin das Marketing verantwortet.

Mitmachmesse sorgt für Spass

Positives Feedback gibt es auch von den Händlern und Einkäufern auf der Insights-X. Die meisten gehören den Fachrichtungen Papier- und Schreibwarenhandel sowie Schulbedarfshandel an. 87 Prozent von ihnen sind für Einkaufsentscheidungen ausschlaggebend oder mitentscheidend. Ebenso hoch ist die Bereitschaft, erneut zur PBS-Expo nach Nürnberg zu reisen, um in entspannter Atmosphäre Trends und Neuheiten zu entdecken und zu ordern. Für Geschäftsinhaber Andreas Woigk steht ein Besuch im nächsten Jahr schon fest: «Wir sind von Anfang an dabei und sehen eine erfreuliche Entwicklung. Die Messe bleibt im Terminkalender.» Fachhandelskollege Klaus Müller zeigt sich nicht nur von der Produktauswahl begeistert, sondern ebenso vom Rahmenprogramm: «Neben der Ordertätigkeit hatten mein Team und ich auch grossen Spass an den abwechslungsreichen Aktionen in der InsightsArena, die jede Menge Inspirationen für unser Ladengeschäft bot.» Die kurzweiligen Mitmachangebote, in Halle 3 waren thematisch breit gefächert und luden die Messebesucher zur aktiven Teilnahme ein. Neben der Lounge für 14 Verbände und Einkaufskooperationen ihre Premiere. Viele Mitglieder von diesen nutzten den eigenen Bereich, um in aller Ruhe Networking zu betreiben.

«Das positive Feedback und das tolle Ergebnis der Insights-X belegen, dass unser massgeschneidertes Konzept von allen Branchenteilnehmern gut angenommen wird. Sie bestärken uns darin, weiterhin auf eine qualitativ hochwertige Ausrichtung mit persönlicher Note zu setzen», resümiert Ernst Kick.

Ab dem kommenden Jahr wird die Messedauer auf nur noch drei Tage, von Donnerstag bis Samstag, verkürzt. Der neue Termin: 4. bis 6. Oktober 2018. Damit zieht die Messeleitung die Konsequenz aus der Besucherentwicklung, die sich klar auf die drei ersten Tage konzentriert hatte. Gleichzeitig geht man auch auf Forderungen vieler Aussteller ein, die ebenfalls nicht mehr mit dem Messe-Sonntag zufrieden waren.



Bei Staedtler gab es die neuen Schreibgeräte der Kollektion Concrete zu bewundern. Der Schaft besteht jeweils aus einem leichten Spezialbeton, die weiteren Elemente wie Schreibspitze, Drücker oder der Clip aus hochwertigem, matt-verchromtem Metall. In der Schweiz werden die Produkte von Staedtler durch die Firma Office Factory aus Lachen vertrieben, hier vertreten durch Lucas H. Schlupe, CEO (rechts), Adrian Schmidhäusler, Verkaufsleiter (Mitte), und Charles Specker, zuständig für die Staedtler-Schreibgeräte innerhalb der Angebotspalette von Office Factory.



Stewo aus Wolhusen war am Stand des Mutterhauses Baier & Schneider an der Messe präsent. Norbert Bucheli, CEO der Stewo, zeigt hier die neuen waschbaren Taschen aus Spezialpapier, bedruckt mit bekannten Songtiteln.

Paint Marker Schreiben und Dekorieren

- Lackmarker in glänzendem Gold, strahlendem Silber und **neu auch in Weiss!**
- permanente, deckende Tinte auf fast allen Oberflächen
- zum Schreiben und Dekorieren
- ideal zur Bastelzeit
- besonders intensiv auf dunklem Papier
- stabiles Aluminiumgehäuse
- 3 Strichstärken (0.7, 1.5 und 2.5 mm)

Extra Fine Point
Fine Point
Medium Point



»»



Thomas Pfister, Geschäftsführer von Faber-Castell Schweiz AG, zeigte seinen Kunden das neue Farbsortiment «Creativ-Studio». Creative Studio ist ein Sortiment für Erwachsene, die Produkte und Materialien für den Einsatz in Schule, Studium, Hobby und Beruf benötigen, denen aber das «Spielen & Lernen»-Sortiment von Faber-Castell zu sehr mit der Kindheit verhaftet ist und die andererseits nach Alternativen zum professionellen Künstlerbedarf des «Art & Graphic»-Programms suchen. Es ist aber auch ein Sortiment für kreative Hobbykünstler, die im Rahmen ihrer Freizeit hochwertige Produkte oder Kreativsets einsetzen oder gerne verschenken.



Erstmals an der Insights-X war dieses Jahr edding mit einem Stand vertreten. Handlettering gehörte auch hier zu den Hauptthemen und wurde mit verschiedenen Produkten unter der Bezeichnung «Colour Happy» behandelt. Auf dem Bild Spiros A. Doukas, CEO und Geschäftsführer der Firma Koellmann AG, Thalwil.



Bereits zum zweiten Mal war die Firma Spichtig AG aus Steinen in Nürnberg dabei. Mit im Gepäck die neuen neonUP-Ablagefächer in knalligen Neon-Farben. Im Bild Thomas Bergmann, Gebietsverkäufer (links), Annemarie Spichtig-Engeler, Inhaberin und Geschäftsführerin, und Armin Heger, Vertriebsleiter.



John Zöllin, COO Elco AG zeigt die neue Verpackung der «James»-Linie. Diese basiert auf einem Sujet des bekannten Grafikers Johannes Handschin (1899–1948). Der Künstler war Mitbegründer der Bewegung «Art Deco Posters». Das verwendete Sujet hat er in den 30er-Jahren extra für Elco kreiert; erlebt es nun durch die Verwendung als Packungssujet ein Relaunch.



Die neu entwickelte Kartenwand mit integrierter Beleuchtung und «Stories», die Kartenserie mit Videobotschaften, bildeten den Schwerpunkt am Stand von ABC-Cards aus Schönbühl. Vor Ort war Christian Beck, CEO von ABC-Cards.

