

Hype oder langfristiger Trend?

Malen und dabei entspannen – auch Erwachsene greifen immer häufiger zu Malbüchern, Stiften und vielen weiteren kreativen Produkten. Wird uns dieses Thema auch noch in der nächsten Saison begleiten? Wir haben Branchenkenner nach ihrer Einschätzung gefragt.

1. „Ausmalen für Erwachsene“ ist derzeit in aller Munde. Sehen Sie darin eher einen kurzfristigen Hype oder einen langfristigen Trend? Mit welchen Aktivitäten/Maßnahmen begegnet Ihr Unternehmen dieser Entwicklung?
2. Inwieweit kann der Handel davon profitieren und was sollte er bei der Vermarktung beachten?

Stefan Vogel, Fachmarktleiter bei Saueracker

1. Dieser Bereich entwickelt sich momentan überdurchschnittlich stark. Wir glauben, dass der Zenit noch nicht erreicht ist. Danach wird sicher eine „normale“ Phase erreicht, das Produkt kann sich etablieren. Besonders begeistert uns an dem Trend, dass auch zum Beispiel die angesagtesten Radiosender der Region darüber berichten und wir plötzlich richtig „in“ sind. Da auch die Buchläden Teile des Marktes abdecken, versuchen wir durch die ständige Suche nach Neuheiten und interessanten Ergänzungen, wie beispielsweise Puzzles, Umschläge und Karten zum Ausmalen, das Sortiment von Saueracker besonders hochwertig und interessant zu gestalten.

2. Man benötigt eine aussagefähige Auswahl an Malbüchern und daneben die entsprechenden Malstifte als Sets. So sind Zusatzverkäufe möglich. Profitieren kann der Handel von einer Zielgruppe, die für sich bislang kaum oder keine Malstifte gekauft hat, bzw. vielleicht gar nicht in unsere Fachmärkte gekommen wäre.

www.saueracker.de

Matthias Zeiher, Geschäftsführer bei Hofmann + Zeiher

1. In der jetzt aktuellen konkreten Ausgestaltung wird das Thema kein langfristiger, eher ein kurz bis mittelfristiger Trend sein. Das ist aber auch nicht das Entscheidende. Was viel wichtiger ist: Der Trend ist Ausdruck einer nachhaltigeren Entwicklung, nämlich der Rückbesinnung, ja vielleicht der Sehnsucht nach dem Ursprünglichen, dem Nicht-Technischen. Unabhängig davon, welche Lebensdauer man dem Trend des „Ausmalens für Erwachsene“ zuschreibt – eines sollte er uns lehren: Die Menschen haben wieder Spaß am Handgemachten, Handgeschriebenen, Handgemalten. Selbstverständlich führen wir ein breites Sortiment an Malbüchern und passenden Kreativprodukten, das wir auch prominent auf unserer Hausmesse zeigen. Die Produktvielfalt geht mittlerweile bis hin zu Malbüchern für Kinder mit „augmented reality“. Das bedeutet, dass die gemalten Figuren über ein Tablet „lebendig“ werden und das Kind mit ihnen spielen kann.

2. Der Handel kann immens davon profitieren, wenn er zum einen eine kompetente Auswahl an Kreativprodukten anbietet und diese auch ansprechend präsentiert. Zum anderen – und das ist noch viel wichtiger – braucht der Endverbraucher konkrete Anregungen, Ideen und Beispiele. Unsere Branche muss sich immer wieder vor Augen halten, dass sie eigentlich nicht den Bleistift oder das Papier verkauft, sondern die Bilder, die man damit malt oder die Briefe, die man damit schreibt. Viele unserer Händler praktizieren das übrigens schon recht erfolgreich, zum Beispiel über Facebook, wo sie kreative, originelle oder witzige Bilder ihrer Kunden posten und damit die Lust am Gestalten wecken.

www.hz-pbs.de



Stefan Vogel



Matthias Zeiher



Dr. Nicole Blum



Axel Marx

Dr. Nicole Blum, Geschäftsführerin bei Lyra

1. Wir sehen diesen Trend als langfristig, da die Kreativität in unserer schnelllebigen Zeit immer mehr an Wichtigkeit gewinnt. Wir begegnen dieser Entwicklung an unserem Produktionsstandort Deutschland mit gezielten Investitionen zur Kapazitätserweiterung unserer hochwertigen Produkte.

2. Der Handel profitiert durch eine hohe Umschlagshäufigkeit der Produkte, verbunden mit einer Gewinnsteigerung. Insbesondere sollten auch neue Produkte aufgenommen werden, um damit die Attraktivität für Kunden zu erhöhen und somit langfristig einen höheren Umsatz sicher zu stellen. Lyra/Fila mit ihrem besonders breiten Produktsortiment ist hierbei der perfekte Partner.

www.lyra.de

Axel Marx, Geschäftsführer bei Staedtler

1. Bereits im Herbst 2014 haben wir erstmals in unserer südkoreanischen Niederlassung von diesem Trend erfahren. Wir konnten mitverfolgen, wie er sich nach und nach in weitere Länder wie zum Beispiel Großbritannien, USA und Brasilien ausbreitete, bis er schließlich vor knapp einem Vierteljahr auch in Deutschland ankam. In den Startländern, in denen man regelrecht von einem Hype sprechen konnte, ist die Nachfrage langsam am Abflachen. Dennoch sind wir der Überzeugung, dass Menschen auch nach dem Trend vermehrt kreativ tätig sein werden. Denn der Trend hat bewiesen, dass Menschen in einer immer digitaler werdenden Welt dennoch ein Grundbedürfnis haben, sich mit den eigenen Händen kreativ auszudrücken. Daher haben wir vorausschauend auf den Trend und auch auf die Zeit nach dem Trend reagiert: wir produzieren derzeit auf Hochtouren, um die erhöhte Nachfrage nach Bunt- und Filzstiften zu bedienen, entwickeln immer weitere Farbnuancen und gehen sogar noch einen Schritt weiter und weiten unsere Produktionskapazitäten aus.

2. Für das anspruchsvolle Kolorieren der Malbuchvorlagen ist eine große Bandbreite an Farbnuancen und Präzision der Stifte gefragt. Ein an den Bedürfnissen der Zielgruppe ausgerichtetes Produktsortiment mit ansprechenden PoS-Platzierungen kann den Trend zusätzlich anheizen. Bei beidem kann Staedtler unterstützen: Denn mit ab sofort insgesamt 42 Farbnuancen im „tripus“-Fineliner-Sortiment hat Staedtler unter den Markenartikelherstellern das umfangreichste Farbsortiment in dieser Produktkategorie. Und da beim Ausmalen der filigranen Malvorlagen besondere Präzision gefragt ist, garantiert unser „Noris color“-Buntstift aus Wopex-Material detailgetreue Ergebnisse ohne zu verschmieren. Aufmerksamkeitsstarke PoS-Präsentationen runden das Angebot ab.

www.staedtler.de

Jetzt Karten online bestellen!

Neue Trends, frühe Ordermöglichkeiten,
2.500 Marken und Kollektionen, 15 Wohn-
und Lifestylebereiche... **Das ist die TrendSet!**

**Bestellen Sie jetzt Ihre Eintrittskarten unter
www.trendset.de zur 108. TrendSet in München,**
der größten und wichtigsten Fachmesse ihrer Art
im südlichen deutschsprachigen Raum.

Was Sie erwartet? Viele Neuheiten, Trends und
Innovationen für die kommende Herbst- und
Wintersaison 2016/2017. Kommen Sie vorbei!
Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

www.trendset.de

- Möbel, Lampen, Heimtex
- Wohnobjekte, Accessoires, Lifestyle
- Glas, Porzellan, Keramik
- Küche, Haushalt, Gourmet
- Dekodesign, Präsente, Souvenirs
- Saisonware, Weihnachten, Festschmuck
- Bad, Duft, Wellness
- Floristik, Freizeit, Garten
- Hobby, Fun, Spielwaren
- Büro, Schule, Schreibwaren, Papeterie
- Modische Accessoires, Bekleidung
- Schmuck, Uhren, Edle Steine

- TrendSet Country & Style
- TrendSet Newcomer
- Bijoutex – Modeschmuck, Mode, Beauty

TRENDSET

9. – 11. Juli 2016

Martina Schneider, Head of Public Relations bei Schneider Schreibgeräte

1. Entspannungsübungen, zu denen auch das Ausmalen zählt, sind sicherlich zum Ausgleich und Ausbrechen aus dem stressigen

Alltagsleben ein langfristiger Trend. Aktivitäten wie Yoga, Kräuter züchten, häkeln und stricken, seit Neuestem auch Ausmalen für Erwachsene, dienen als „Entschleunigung“. Es gibt immer wieder einmal neue Trends, aber sicher bleibt Malen oder allgemein „Kunst“ und das Arbeiten mit Farben ein bleibendes Hobby, das der Ablenkung dient und damit eine erholsame Beschäftigung ist. Der besondere Vorteil beim Ausmalen ist, dass es jeder kann und es sieht toll aus. Schneider bringt jetzt punktgenau zwei neue Produkte auf den Markt, die mit außergewöhnlich breiter Farbauswahl und unterschiedlichen Spitzenbreiten ideal zum Ausmalen geeignet sind.

2. Der Handel profitiert bereits von diesem starken Trend. Ein Hype birgt aber immer die Gefahr, dass er von bestimmten Quellen verramscht wird und darauf müssen Handel und Hersteller besonnen reagieren. Die künstlerische Beschäftigung stellt einen besonderen ideellen Wert dar, der sich in der Qualität von Büchern und Vorlagen und der Malwerkzeuge ausdrücken soll. Durch schöne Gestaltung im Schaufenster oder Sonderaktionsflächen und eine Vielfalt an Farben und Büchern kann die Aufmerksamkeit des Kunden gewonnen werden. Die qualifizierte fachliche Beratung wird das kreative Potenzial wecken und die Anwender an das Fachgeschäft binden.

www.schneiderpen.de

Stefan Matschke, Vertriebsleitung Deutschland bei Faber-Castell

1. Von einem kurzfristigen Hype kann man sicherlich nicht mehr sprechen, im Gegenteil. Die Menschen haben offenbar ein steigendes Bedürfnis nach analogen Betätigungen. Ein entscheidender Auslöser dafür dürfte die zunehmende Digitalisierung unseres Alltags sein. Zeichnen, Malen und Basteln wird heutzutage als willkommener Ausgleich praktiziert, der hilft, zu entschleunigen und zu entspannen. Allerdings beobachten wir bereits seit Jahren ein stabiles Wachstum im Segment der Blei- und Farbstifte. Dies hat mehrere Gründe: Weltweit besteht durch das Wachstum der Bevölkerung ein steigender Bildungsbedarf – mit Schulprodukten wie zum Beispiel den Buntstiften. Gleichzeitig sorgt die demographische Entwicklung in den industrialisierten Ländern für ein steigendes Durchschnittsalter und somit für ein gestiegenes Bedürfnis an kreativen Freizeitangeboten für die berufsfreie Zeit. Faber-Castell unterstützt diesen Trend – angefangen bei den Produk-



Martina Schneider



Stefan Matschke



Andreas Stark



Birgit Steinhauer

ten im Bereich Malen und Schreiben bis hin zu PoS-Präsentationen, die diese Sortimente emotional in Szene setzen.

2. Unsere Handelspartner können vom Trend durch gute Beratung vor Ort und durch die aufmerksamkeitsstarke Platzierung von Mal- und Zeichengeräten im Ladengeschäft profitieren. Gut angenommen werden derzeit beispielsweise Aktionstische, die Malbücher zusammen mit Buntstiften anbieten und den Kunden so auf den Trend aufmerksam machen. Wichtig bei der Vermarktung ist, dass ein Fachgeschäft sich auf seine jeweiligen Stärken fokussiert. Wir sehen unsere Händler hier gut aufgestellt. Potenzial sehen wir weiterhin in der Präsentation von Schreibgeräten in Kombination mit Büchern oder Papeterie-Artikeln – hier wünschen wir uns noch mehr Kreativität am PoS. In jedem Falle sollte der stationäre Fachhandel diesen Trend mit seiner Beratungskompetenz intensiv nutzen.

www.faber-castell.de

Andreas Stark, Vertriebsleiter Deutschland bei Stabilo

1. Dieser Trend ist bereits im letzten Jahr in Deutschland angekommen. Ob und wie lange dieser anhält, kann keiner genau sagen. Stabilo nutzt diesen Trend seit Anbeginn und bietet in Zusammenarbeit mit arsEdition die „Kreative Auszeit“ als einziger Hersteller bereits in zwei einzigartigen Komplettsätzen, einmal mit „point 88“ und einmal mit „Pen 68“, sowie mit einem eigens selbstentwickelten Spezialpapier an. Eine dritte Herbstversion mit dem „point 88“ ist bereits im Vorverkauf.

2. Eine attraktive Zweitplatzierung der Malbücher im Verbund mit Bunt- und Filzstiften sowie Finelinern in Großverpackungen wäre nicht nur für den Handel, sondern auch für den Endverbraucher sehr vorteilhaft, denn der Trend lebt von der Vielzahl der Farben.

www.stabilo.com

Birgit Steinhauer, Vertriebsleiterin bei arsEdition

1. Der Handel spiegelt uns derzeit wider, dass der Trend auf jeden Fall noch anhalten wird. Wir planen mit dem nötigen Weitblick schon fleißig für das Frühjahr 2017 und setzen weiter auf qualitativ hochwertige und innovative Produkte und neue Produktformen in diesem Bereich.

2. Der Handel kommt am Thema nicht mehr vorbei und sollte die Produkte entsprechend auf Sondertischen präsentieren. Wir denken, dass das Thema auch im Weihnachtsgeschäft 2016 der Renner sein wird. Auch höherpreisige Produkte laufen sehr gut.

www.arsediton.de