

Deutschland-Start mit viel Engagement

BALLOGRAF | Der schwedische Schreibgeräte-Hersteller Ballograf vertreibt seine Produkte nun über die Cupa GmbH in Deutschland. boss sprach mit Thomas Megeth, Country Manager Ballograf Germany/Austria der Cupa GmbH über Produkt- und Vertriebschwerpunkte sowie über Ziele auf dem deutschen



Thomas Megeth,
Country Manager
Ballograf
Germany/Austria
der Cupa GmbH.

? Das Schreibgeräte-Sortiment von Ballograf wird ab Januar über die Cupa GmbH in Deutschland vertrieben, wie kam es zu dieser Entwicklung?

Megeth: Durch ein Management-Buyout verkaufte Bic 2004 seine Anteile an das Management von Ballograf Schweden. Im Zuge dieser Vereinbarung blieb aber der Vertrieb unverändert. Als sich jedoch herausstellte, dass beide Firmen unterschiedliche Strategien und Ziele im Vertrieb verfolgen, kam es am 1. Januar 2010 zur endgültigen Trennung. Seither ist Ballograf Germany/Austria – Cupa für den Vertrieb, u. a. in Deutschland, zuständig. Ballograf Produkte wurden bereits in der Vergangenheit in

Jetzt verstärken wir die Zusammenarbeit mit der PBS-Branche und arbeiten sowohl mit Großhändlern als auch Mailorder- und Kataloganbietern zusammen.

Deutschland vertrieben. Dabei lag der Fokus jedoch auf der Werbeartikelbranche. Jetzt verstärken wir die Zusammenarbeit mit der PBS-Branche und arbeiten mit Großhändlern als auch Mailorder- und Kataloganbietern zusammen.

? Wo liegen Ihre Produkt- und bisherigen Vertriebschwerpunkte?

Megeth: Abhängig von der Branche sind unsere Top-Seller sowohl die klassischen Epoca- als auch Rondo- und Opus-Serien, gefolgt von den neuen Pocket-Stiften und Ballograf-Minen. Wir verfügen über jahrzehntelange Erfahrung in der Minen-Herstellung, dem Herzstück eines jeden Kugelschreibers. Unsere Minen ermöglichen ein angenehmes Schreiben und verfügen über dokumentenechte Tinte. Lebenslange Garantie auf die Druckmechanik soll unseren Qualitätsschwerpunkt unterstreichen. Aufgrund unserer Unternehmensgeschichte liegt der Vertriebschwerpunkt in Europa. Als schwedisches Unternehmen stand zu Beginn der skandinavische Raum im Fokus und breitet sich in Europa aus.

? Mit welchen Produktgruppen werden Sie auf dem deutschen Markt starten?

Megeth: Der Schwerpunkt liegt bei nachfüllbaren Druckkugelschreibern, gefolgt von Druckbleistiften. Wir haben ein breites Sortiment an hochwertigen Kunststoff- und Metall-Schreibgeräten – von Fun- bis Business-Modellen. Durch die

100%-ige Übernahme von Rosinco in diesem Jahr – deren Kernkompetenz die Herstellung von Tinte, umweltfreundlichen Schreibgeräten und Markern ist – werden wir uns auch in diesem Segment verstärkt engagieren.

? Welche Ziele verfolgen Sie in den nächsten Jahren hinsichtlich Ihrer Handelspartner in Deutschland und was sind Ihre Pläne, um diese zu erreichen?

Megeth: Wir denken und agieren langfristig. Ballograf-Produkte werden sowohl in der Schreibwaren- als auch Werbeartikelbranche vertrieben. In der PBS-Branche kooperieren wir sowohl mit Großhändlern, als auch Fachhändlern,

Wir sorgen mit unserer Vertriebspolitik für Rahmenbedingungen, mit denen sowohl kleinere als auch größere Handelspartner interessante Gewinne generieren können.

Retail, Mailorder- und Kataloganbietern. Wir sehen unsere Aufgabe im kundenspezifischen Support. Dabei sorgen wir mit unserer Vertriebspolitik für Rahmenbedingungen, mit denen sowohl kleinere als auch größere Handelspartner interessante Gewinne generieren können.

? Welche Zielgruppen möchten Sie mit den unterschiedlichen Sortimenten ansprechen, wo positionieren Sie sich am Markt?

Megeth: Ballograf ist eine hochwertige Traditionsmarke. Den deutschen Schreibgeräte-Markt wollen wir mit neuen Designs und einem attraktiven Preis/Leistungsverhältnis beleben und zielen dabei auf die 15- bis 49-Jährigen.

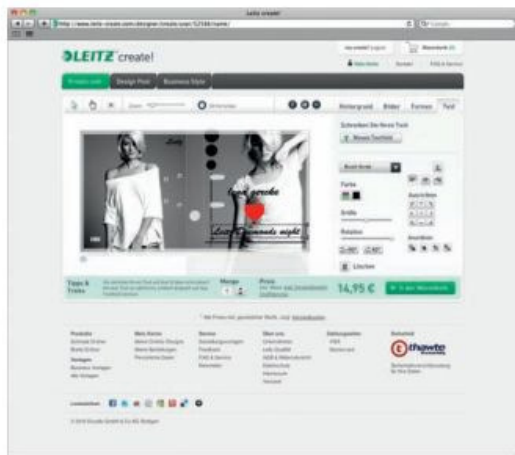
? Wie unterstützen Sie den Fachhandel beim Abverkauf Ihrer Produkte?

Megeth: Ballograf kann sich als europäischer Markenartikel-Hersteller auf eine über sechs Jahrzehnte lange Erfahrung in der Produktion und Vermarktung stützen. Je nach Position, Stärke und Leistung machen wir auf den Handelspart-

ner abgestimmte Angebote – von klassischer Vertriebs- und Marketingunterstützung bis hin zu gemeinsam ausgearbeiteten Marktkonzepten. So bieten wir kleinen Fachhändlern kompakte Displays mit Top-Sellern und Dekomaterial an. Bei mittleren und größeren Händlern setzen wir Metall-Verkaufsstände ein. Auf den Retailflächen kommen unsere Bodendisplays, bestückt mit Blister-Packungen, zum Einsatz. Je nach Vertriebskanal unterstützen wir die Händler mit Flugblättern und Katalogen.

Vielen Dank für das Gespräch. sche ■

Individuelle Ordner online



LEITZ | Mit einem neuen Online-Shop ermöglicht Leitz jedem Unternehmen, Ordner im eigenen Corporate Design zu gestalten: Unter www.leitz-create.com können dafür ab sofort individuelle Ordner gestaltet werden. Ein Exemplar kostet 14,95 Euro (inkl. MwSt.) zzgl. Versandkosten. Dabei ermöglicht Leitz Create nicht nur, den eigenen Auftritt zu optimieren – auch Ordner im Corporate Design der Kunden, z. B. für Angebote und Konzepte, lassen sich realisieren. Gerade Small Offices und Home Offices wie Anwälte, Architekten und Immobilien- oder Versicherungsmakler werden davon profitieren. Einfach Logo, Foto oder Grafik hochladen – fertig. Zusätzlich können Datenbanken auf www.leitz-create.com genutzt werden. Dort stehen neben Schrifttypen und Designvorlagen viele Galerien mit Motiven zur Verfügung. Nachdem der Kunde das Layout für seine Ordner fertiggestellt hat, erfolgt die Lieferung durch DHL binnen weniger Tage. Die Bezahlung kann per Kreditkarte abgewickelt werden. Händler können sich als Partner am neuen Angebot beteiligen. Als ersten Testpartner für die Startphase des Shops arbeitet Leitz mit der Büro-Fachhandelskette Kaut-Bullinger aus Taufkirchen zusammen. ■

einfach besonders schön

neu
Jetzt im Handel

glas
tattoo

Mit **Marabu-Glas-Tattoo** gestalte ich meine Fenster für den ganz individuellen Style – einfach mit Farbe und Schablone. Und wenn mir danach ist, wechsel ich Farben und Motive.

Wo und wie? Marabu-Händler und Anleitung unter www.marabu-kreativ.de

Marabu