

haptik^{ch}

für Büro, Schule, Papeterie und Spiel

 **PILOT**



DER SCHULANFANG WIRD BUNT!
MIT DEN 5 NEUEN FARBEN VON PILOT FRIXION

plumor
novimex

Interview mit Haptik-Pionier

Karl Werner Schmitz

Seite 10

Digitalisierung fordert

Lehrkräfte heraus

Seite 12

«Mein Schreibtisch»:

Dagmar Rösler, oberste Lehrerin

Seite 15

ISPA – the international gate opener for your business.

ISPA (International Stationery and Office Press Association)
– the association of free trade magazines keeping their eyes open
on the world of stationery and office supplies.



For more information visit our website or contact us.
This magazine is a member of ISPA.

Kollege Hoffnung



Eine Woche bevor in der Schweiz die «ausserordentliche Lage» gemäss Epidemiegesetz ausgerufen wurde, interviewte ich Karl Werner Schmitz, den «Pionier der Haptik in Marketing und Vertrieb». Wir führten das Gespräch also in einer Zeit, in der wir alle möglichst wenig anfassend sollten – was für eine Ironie des Schicksals! Das hochspannende Interview über die Bedeutung des Tastsinns, das Problem vieler stationärer Händler (vor Corona) und Lebensqualität finden Sie auf Seite 10. Ja, die momentane Situation ist für viele von uns nicht einfach

zu handhaben. Gleichzeitig sind jetzt die Vorteile digitaler Technologien erlebbar: Um via Onlineshop Kundinnen und Kunden mit Produkten zu versorgen, im Homeoffice zu arbeiten, mit Familie und Freunden zu kommunizieren und mittels E-Learning zu Hause weiterzulernen. Lehrkräfte erleben die Digitalisierung hierzulande mehrheitlich als Chance. Was sie als grössten Trumpf sehen und wo sie sich Unterstützung wünschen, lesen Sie ab Seite 12. Ab Seite 14 erfahren Sie, wie Kinder besser lesen und schreiben lernen und was gutes Handschreiben ist.

Dagmar Rösler, Zentralpräsidentin des Dachverbands Lehrerinnen und Lehrer Schweiz (LCH), hat sich zudem mitten in der landesweiten Umstellung von Präsenz- auf

Fernunterricht Zeit für haptik.ch genommen. Ihren privaten Arbeitsplatz und ihre Lieblings-Schreibgeräte sehen Sie auf Seite 15.

Thomas Köhler, Zentralpräsident VSP, macht ab Seite 24 Verbandsmitgliedern Mut, sich auf das Positive zu fokussieren. Ausserdem befasst er sich mit aktuellen Fragen zu den zukünftigen Entwicklungen unserer Branchen. Dazu passt ein Ausschnitt aus «Der Bund» vom 21. März 2020 mit dem Titel «Diese Berner Geschäfte haben virtuell geöffnet»:

«Es gehe nicht nur um die Einnahmen, sondern auch darum, in den Köpfen der Kunden präsent zu bleiben, findet Rita Brodmann, Präsidentin des Verbandes bernischer Papeterie-Fachgeschäfte. Ihr Laden in Burgdorf ist zwar zu. Deswegen den Kopf in den Sand zu stecken, kommt für sie aber nicht infrage. «Wir überlegen, was wir tun können, damit uns die Kunden treu bleiben.» Brodmann liefert nicht nur bestellte Ware aus, sondern hat auch eine Facebook-Kampagne gestartet, mit der sie auf unterhaltende Art mit den Kunden in Kontakt bleiben will. Schliesslich gebe es ja auch eine Zeit nach Corona.»

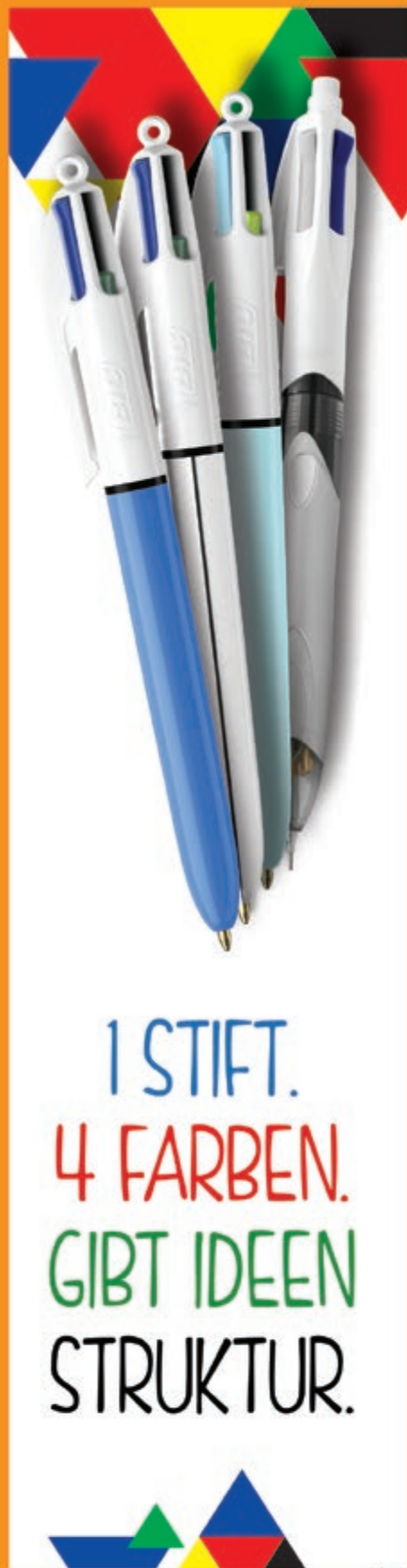
Ja, die Zeit nach Corona kommt – hoffentlich bald!

Vanessa Borer

BACK TO SCHOOL

Alles für einen guten Start ins neue Schuljahr

erhältlich auf  **papedis.ch**



4
Colours®



06 Neuheiten



07 Unternehmen/Köpfe



10 Inspiration

10 «Die Haptik gewinnt und keiner merkt es!»



12 Schule

- 12 Digitalisierung fordert Schweizer Lehrkräfte heraus
- 14 Wie lernen Kinder besser lesen und schreiben?
- 16 Was ist gutes Handschreiben?
- 17 Paperworld zeigte neue Wege im Lehren und Lernen auf

Ein grossartiger Moment für alle Fans der Farbvielfalt! Der PILOT FriXion ist neu auch in den Farben Apricot, Corall, Bordeaux, Lila und Himmelblau erhältlich.

plumor
novimex



Inhalt



15 Büro/Technik

- 15 «Mein Schreibtisch»:
Dagmar Rösler, LCH



19 Spiel

- 19 haptik-Rätsel
- 22 Bei diesen Gesellschaftsspielen
ist der Tastsinn mit von der Partie



20 Produktpromotion

- 18 Simplex
- 20 WASER
- 28 InterES



24 Verband



27 Impressum



27 Inspiration

- 27 Grenzenlose Kreativität an der
Creativeworld 2020



29 Arbeitsmarkt/Stellen

- 29 Arbeit im Homeoffice nimmt
aufgrund der Corona-Pandemie
deutlich zu



30 Vorschau



31 Messen/Termine

haptik Nr. 3/2020: PDF statt Print

Was nützt ein informatives, attraktives haptik.ch-Magazin im Briefkasten einer geschlossenen Papeterie oder Schule? Höchstens dem Altpapierumsatz! Der Verlag hat deshalb beschlossen, die Ausgabe Nr. 3/2020 gratis als PDF zur Verfügung zu stellen. Dank unseres umfangreichen E-Mail-Verteilers erreicht diese Nummer die Menschen dort, wo sie sich gerade befinden: im Homeoffice und in der gemütlichen Stube. Ausnahmsweise verzichten wir auf das Copyright. Sie dürfen diesen Link beliebig mit Ihren Freunden und Bekannten teilen. Wenn Sie auf das eine oder andere Inserat klicken, surfen Sie crossmedial zu den Angeboten unserer Lieferanten, die diese Nummer für Sie möglich gemacht haben. Viel Spass!
www.haptik.ch



VSP / VSSD



- 24 Die Schweiz steht still, aber nicht ganz
- 26 Verbands- und Branchentermine

NEU- heiten

Schneider

**CO₂-neutrale Slider-Linie –
Nachhaltigkeit
und Qualität vereint.**

Klimaschutz ist eine Voraussetzung für den Erhalt unserer Lebensgrundlage. Deshalb setzt unser Lieferant Schneider alles daran, CO₂-Emissionen gesamtheitlich zu reduzieren. Dieser Beeinflussung sind jedoch Grenzen gesetzt (z.B. Prozesse bei Vorlieferanten). Aus diesem Grund hat Schneider Klimaschutz-Spezialisten mit der Erfassung unvermeidbarer CO₂-Emissionen beauftragt. Viele ihrer Produkte und Serien werden bereits klimaneutral hergestellt. Das bedeutet, dass deren unvermeidbare Emissionen errechnet (Product Carbon Footprint) und im selben Masse zur Kompensation in zertifizierte Klimaschutzprojekte investiert werden.

Slider – die Kugelsurfer

Leichtes und müheloses Schreiben, sofortiger Start und ein farbtintensiver Strich blieb lange Zeit ein offener Wunsch der Anwender an den Kugelschreiber. Schneider hat sich diesem Bedürfnis intensiv gewidmet und die Viscoglide®-Technologie entwickelt, die dem Kugelschreiber nun ein Maximum an Nutzen verschafft. Unter dem Synonym «Slider – die Kugelsurfer» ist eine cyanfarbige Kugelschreiberserie entstanden, die keine Wünsche mehr offen lässt. Die Schrift trocknet schnell – auch bei glattem Papier –

und bleibt selbst bei anschließendem Markieren wischfest. Sämtliche Slider-Kugelschreiber werden vollumfänglich CO₂-neutral hergestellt.

Das moderne Design und die ergonomische Form mit gummierter Oberfläche sorgen für Griffigkeit und fördern eine natürliche Schreibbewegung ohne Ermüdung der Hand. Der **Slider Edge** rollt auf



dem Schreibtisch nicht weg und passt durch seine schlanke Form perfekt in die Utensilienschublade. Für den mobilen Einsatz ist der **Slider Memo XB** mit einem stabilen Metallclip ausgestattet. Der **Slider Rave XB** schreibt mit der neu entwickelten Großraummine Slider 755 XB. Die Slider-Mine 755 ist auch in Strichstärke M erhältlich. Sie hat das ISO-Format 12757-2 und passt in alle Schneider Kugelschreiber mit Plug & Play-System, in Parker-Modelle und in viele andere Kugelschreiber.

Der Slider Edge ist ab sofort auch in einer neuen, zarten Farbvariante erhältlich – in Pastell. Zu den neuen Farben zählen acht trendige Pastelltöne - flamingo, mint, peach, lilac, rose, baby blue, ocean und blush.

Weitere Infos erteilt Ihnen gerne:

KOELLMANN AG, CH-8800 Thalwil
Tel. 044 723 70 80, info@koellmann.ch
www.koellmann.ch

Schneider

Kugelschreiber Take 4 – Die perfekte 4 in 1 Lösung

Zum Planen, Organisieren und Strukturieren, oder für die kreative Ader - mit dem neuen Vierfarb-Kugelschreiber ist alles möglich.

Der Wunsch nach einem nachhaltigen Vierfarb-Kugelschreiber auf dem Markt wurde immer stärker. Daher feilte man bei Schneider an der perfekten Lösung: einem Modell, das durch hohe Schreibqualität, Nachhaltigkeit und attraktives Design überzeugt. Der neue Take 4 von Schneider hat es geschafft, alle Anforderungen zu erfüllen.

Das neue Modell ist in den Gehäusfarben weiss oder dunkelblau mit jeweils cyanfarbiger Applikation erhältlich, sein Innenleben ist mit schwarzer, roter, blauer und grüner Mine ausgestattet. Alle 4 Schreibfarben sind dokumentenecht nach ISO 12757-2. Mithilfe der farbigen Schieber am Stiftende kann man schnell und komfortabel zwischen den einzelnen Farben wechseln und behält dabei alles im Blick. Dank dem stabilen Metallclip kann der Stift bei der Jacken- oder Hemdtasche bequem befestigt werden. Der Take 4 erweist sich nicht nur als Organisationshelfer im Alltag, sondern überzeugt zusätzlich durch sein angenehmes weiches und sensationell gleitendes Schreibgefühl mit Viscoglide®-Technologie.

Ein weiteres Highlight: Das Take 4 Gehäuse ist umwelt- und ressourcenschonend hergestellt und besteht aus 92% recyceltem Post-Consumer-Kunststoff.

Die Verwendung von Recycling-Material ist an einer kleinen Prägung am Stiftende erkennbar. Ausserdem ist der Vierfarb-Kugelschreiber ganz einfach mit der Take 4 Refill-Mine nachfüllbar. Das reduziert den Abfall und sorgt immer wieder für neuen Schreibspass. Die gleichnamigen Minen sind im 5er Pack erhältlich. Für den Handel gibt es ein attraktives Thekendisplay mit 36 Stück Take 4, mit jeweils 18 Modellen je Farbe.

Weitere Infos erteilt Ihnen gerne:

KOELLMANN AG, CH-8800 Thalwil
Tel. 044 723 70 80, info@koellmann.ch
www.koellmann.ch



Vierfarb-Kugelschreiber Take 4



Schneider

*Gehäuse besteht aus 92% recyceltem Kunststoff

15. Creative Impulse Award auf Creativeworld verliehen

In Frankfurt wurde der wichtigste Preis der Kreativ-Branche an insgesamt 15 Gewinner überreicht. Darunter erstmalig das «Künstlerprodukt des Jahres» und das «Nachhaltigste Produkt».

Eröffnet wurde die Jubiläumsausgabe des Creative Impulse Awards von Julia Uherek, Bereichsleiterin Consumer Goods bei der Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Sie unterstrich die Bedeutung des Kreativ-Preises für die gesamte Branche und lobte das Engagement der Hersteller: «Mit dem Creative Impulse Award haben wir vor 15 Jahren einen Preis ausgelobt, der die Innovationskraft der Branche in besonderer Weise unter Beweis stellt. Mit unserem Award bieten wir den internationalen Neuheiten eine einmalige Bühne und honorieren die Produkt-Entwicklungen der Hersteller.»

Das sind die Award-Gewinner 2020

Kategorie: Kreatives Produkt des Jahres

1. Platz: Le Petit Bleu «Cities of Wonders»
2. Platz: Aladine «IZINK Diamond»
3. Platz: efco «IZINK nature»

Kategorie: Kreatives Werkzeug des Jahres

Hier gab es in diesem Jahr nur zwei Gewinner. Zwar war die Kategorie mit hochwertigen Produkten sehr gut besetzt – jedoch konnten nur zwei Produkte im Hinblick auf das Bewertungskriterium Innovation überzeugen.

1. Platz: Tonic Studios «Left-handed Glass Media Mat» von Tim Holtz
2. Platz: Four Brothers «DIY Nieten-Applikator-To-Go Kit»

Kategorie: Komplettsset des Jahres

1. Platz: Gelli Arts «Gelli Arts Druck-Set für Einsteiger»
2. Platz: Graine Creative «Doe-Häkelset»
3. Platz: Tombow «Watercoloring Sets Floral/Greenery»

Kategorie: Kreativbuch des Jahres

1. Platz: frechverlag «Wir retten die Bienen, Igel und Käfer!»
2. Platz: Resin Kunst Stefanie Etter «Resin Kunst – Erfahren. Entdecken. Erleben.»
3. Platz: frechverlag «Frau Annika und ihr Papierfräulein»

Kategorie: Künstlerprodukt des Jahres

1. Platz: Kremer Pigmente «Kremer Pigmente Aquarell- und Ölset»
2. Platz: da Vinci «Loose Watercolor Floral Sets»
3. Platz: Derivan «Malsets – Farben der Welt»

Sonderpreis: Nachhaltiges Produkt

Der Sonderpreis geht an die Firma Rayher Hobby für die Holz-Lamellenlampen.

|pd/vb



Glückliche Gewinner: Der Creative Impulse Award ist eine Kooperation der Messe Frankfurt und der Fachzeitschrift HobbyArt im Rahmen der Creativeworld. (Bild: Messe Frankfurt/Jean-Luc Valentin)



InterES

Handels- und Dienstleistungs GmbH & Co. KG

WIR. VERBESSERN. ERTRÄGE.



InterES

Wir möchten
Ihr Partner sein.

Unsere Leistungsbausteine:

- Umfangreiche Lieferanten-Vereinbarungen
- Zentrale Einkaufsbündelung
- Mitarbeit in Fachgruppen
- Kataloge, Prospekte, Monatsangebote, Werbeflyer
- Zentraler Informationsdienst
- Vertriebsunterstützendes, zielgruppenorientiertes Marketing
- Eigenmarke milan® für mehr Alleinstellung & wachsende Kundenbindung
- Zentralregulierung mit Delkredere-Haftung
- Erfahrungsaustausch mit Kollegen
- Portal-Lösung der eigenen Umsatzentwicklung im Vergleich zur Gruppe
- Beleglose Rechnungsverarbeitung mit testierter Archivierung



Jetzt Mitglied werden
Minimaler Invest –
maximale Rendite.

InterES

Die **InterES Handels- und Dienstleistungs GmbH & Co. KG** ist der Einkaufs- und Marketingverband für alle erfolgreichen PBS-Unternehmen, die ihren Ertrag verbessern wollen!

InterES GmbH & Co. KG

Edisonstr. 15 · 90431 Nürnberg · ☎ 0911/61 30 42

www.inter-es.de

Die LineaVerde geht einen Schritt weiter

kolma
LineaVerde

LineaVerde – die grüne Linie – steht für Nachhaltigkeit:

- 100% recycliertes PP
- 100% CO2-neutral
- 100% recycelbar
- FSC zertifizierte Verpackung

Das ökologische Recycling-Sortiment wurde um 8 neue Produkte aus Post Consumer Waste ausgeweitet: Ringbuch, Fächermappe, Sammelbox, Klemmhefter, Schnellhefter normal und XL, Präsentationsmappe sowie Gummizugmappe.

Was bedeutet Post Consumer Waste (PCW) Recycling?

Post Consumer Waste wird derjenige Abfall genannt, bei welchem Konsumentenabfälle aus Haushalten gesammelt wird. Dies kennen wir vor allem von PET, Glas und Metall.



Genauso funktioniert es auch bei Polypropylen (PP): Die Produkte werden nach der Haushaltssammlung sortiert und geschreddert. Daraus wird neues Granulat gewonnen. Dieses wird wieder zu Platten oder Folien verarbeitet, woraus dann bei Kolma die LineaVerde produziert wird.



Weitere Infos unter:

kolma
SWISS OFFICE PRODUCTS
www.kolma.swiss

Gleiten Sie den Stift BiC® Gel-ocity® Quick Dry schnell über das Blatt

BiC® Gel-ocity® Quick Dry: der neue Gelschreiber mit einer schnell trocknenden Tinte



Die Tinte des innovativen Gelschreibers trocknet im Handumdrehen und verschmiert nicht – für sauberes und vor allem schnelles Schreiben, auch geeignet für Linkshänder.

Der BiC® Gel-ocity® Quick Dry gleitet sanft und präzise über das Notizbuch oder den persönlichen Kalender – der perfekte, kleine Begleiter für den Alltag.

Der Gelstift verfügt über eine Strichstärke von 0,7mm und ermöglicht somit einen präzisen Schreibprozess.

Einen hohen Schreibkomfort bietet das perfekt in der Hand liegende

Stiftgehäuse – es ist komplett gummiert, sodass ein Abrutschen mit der Hand fast unmöglich ist.



Wichtigste Eigenschaften:

- Nachfüllbarer und einziehbarer Gelschreiber
- Ultra schnelles trocknen der Tinte und kein Schmier
- Fließendes Schreiben
- Mittlere Spitze 0,7mm

Weitere Informationen erhalten Sie bei:



Société BIC Suisse SA, Via al Mulino 22a,
CH-6814 Cadempino
Tel: +41 (0)91 985 11 11
Fax: +41 (0)91 985 11 10
infosuisse@bicworld.com
www.bicworld.com

Unterneh

«Produkt des Jahres»: COLOP gewinnt EOPA-Award für digitalen Stempel «e-mark»

Der 19. EOPA-Preis (European Office Products Award) in der Kategorie «Produkt des Jahres» ging dieses Jahr an COLOP für dessen neuste Produktinnovation, den mobilen Drucker bzw. elektronisch-digitalen Stempel «e-mark».



Ernst Faber (r.), Geschäftsführer von COLOP; und Franz Ratzenberger, Leiter international Sales und Marketing (Bild: uprightphoto.com)

Die hochkarätige Jury, zusammengesetzt aus Führungspersonlichkeiten der Büroartikelbranche, zeigte sich von der Produktinnovation und unternehmerischen Leistung seitens COLOP beeindruckt und kommentierte die Entscheidung wie folgt: «Es ist wirklich schwierig, etwas Neues und Innovatives in diesem sehr traditionellen Bereich zu entwickeln. COLOP hat Herausragendes geleistet und legt mit dem «e-mark» auch die Basis für neuen wirtschaftlichen Erfolg.»

Neben dem Gewinner COLOP waren folgende herausragende Firmen für diesen prestigeträchtigen Preis nominiert gewesen: ACCO Brands, Avery, Duracell und Fellowes. Die international renommierte Auszeichnung wurde im Rahmen der 6. «OPI Partnership»-Konferenz in Amsterdam an COLOP-Geschäftsführer Ernst Faber verliehen: «Dieser Award bedeutet unglaublich viel für mich. Es freut mich vor allem für unsere Mitarbeiter, die unermüdlich für COLOP und im Speziellen für den «e-mark» arbeiten. Herzlichen Dank an das gesamte COLOP-Team – dieser Preis gehört uns allen. Es ist eine klare Bestätigung, dass unser eingeschlagener Weg der absolut richtige ist.»

«Dass COLOP diesen Award hier in Amsterdam entgegennehmen konnte, ist eine sehr spezielle Auszeichnung. Sie gibt uns einen weiteren Motivationsschub und ist sehr wertvoll für alle unsere Unternehmensbereiche», sagt Franz Ratzenberger, Leiter international Sales und Marketing. | **pd**

men Köpfe

Fellowes Brands mit neuem European Operations Director und drei EOPA-Awards

Fellowes Brands, ein weltweit führendes Unternehmen für innovative Arbeitsplatzlösungen, hat James Hargreaves zum European Operations Director ernannt. Er verfügt über einen grossen Erfahrungsschatz in den Bereichen Operations und Finanzen und kommt von DHL zu Fellowes. Dort war er zuletzt als Direktor und Vorstandsmitglied der EMEA Service Logistics Division mit Sitz in Belgien tätig. In seiner neuen Funktion bei Fellowes wird er für die Lieferkette, die Distribution, die Qualitätssicherung und den After-Sales-Service des Unternehmens verantwortlich sein. James Hargreaves ist zudem Teil des europäischen Führungsteams des Unternehmens und wird eine Schlüsselrolle beim weiteren Wachstum und zukünftigen Erfolg von Fellowes Europa spielen.



James Hargreaves

Fellowes wurde bei den 19. European Office Products Awards (EOPA) ausserdem mit drei prestigeträchtigen Preisen in drei Kategorien ausgezeichnet: Marketing-Kampagne des Jahres («Emma – Unsere Arbeitskollegin der Zukunft»), Lieferant des Jahres und Young Executive des Jahres (Esmeralda González). | pd

iF Design Award 2020 in der Kategorie «Office» für CAVOLINE® Box von Durable

Die CAVOLINE® Box von Durable hat den diesjährigen iF Design Award gewonnen und zählt somit zu den Preisträgern des weltweit renommierten Design-Labels. Prämiert wurde die Lösung für modernes Kabelmanagement in der Kategorie «Office».

CAVOLINE® konnte die 78-köpfige, unabhängige und internationale Expertenjury des iF Design Award durch das herausragende Design überzeugen. Die CAVOLINE® Box erfüllt höchste Ansprüche an Funktionalität und Ästhetik. Die Box ist in den Grössen S oder L erhältlich und bietet wahlweise einer 3er- oder 5er-Mehrfachsteckdose und überflüssigen Kabellängen ausreichend Platz. Damit ist sie ein wichtiges Instrument, um für Übersicht zu sorgen und Stolperfallen zu reduzieren. Durch die staubfreie Lagerung der Steckverbindungen kann die Lebensdauer der elektronischen Geräte verlängert werden. Alle CAVOLINE® Boxen werden in Deutschland gefertigt. | pd

WWW.
haptik.ch/leute

HERMA: Geschäftsjahr 2019 mit leichtem Plus – trotz Gegenwind

Die HERMA-Gruppe legt im Geschäftsjahr 2019 rund ein Prozent zu und steigert ihren Umsatz auf 364,4 Mio. Euro (Vorjahr: 361,3 Mio. Euro). Für 2020 plant HERMA ein «sportliches» Plus von fünf Prozent, sieht jedoch grosse Unsicherheiten aufgrund unkalkulierbarer handels- und weltpolitischer Risiken. Ein neues Beschichtungswerk steht zudem unmittelbar vor dem Betriebsstart und schafft wertvolle Kapazitäten im umsatzstarken Geschäft mit Haftmaterial.



Sven Schneller (l.) und Dr. Thomas Baumgärtner, beide Geschäftsführer von HERMA

«Wir liegen mit dem kleinen Plus immer noch deutlich über dem allgemeinen Wirtschaftswachstum in Deutschland. Aber glücklich sind wir mit dem Verlauf des letzten Jahres in Summe nicht», sagten die Geschäftsführer Sven Schneller und Dr. Thomas Baumgärtner. Für 2020 gehen die HERMA-Geschäftsführer von einer wieder leicht anziehenden Wirtschaft aus und haben ein Plus von fünf Prozent geplant. «Diese Planung ist sehr sportlich. Denn sie ist von vielen politischen und wirtschaftlichen Unsicherheiten geprägt. Die Folgen des Coronavirus sind noch nicht abzuschätzen.» | pd

UHU®



NEU

**100% LEISTUNG
LÖSEMITTELFREI**



Im Falle eines Falles – UHU



«Pionier der Haptik in Marketing und Vertrieb»: Karl Werner Schmitz befasst sich als Buchautor, Referent und Verkaufstrainer seit über 30 Jahren professionell mit dem Tastsinn. (Bild: Holger Bulk)

«Die Haptik gewinnt und keiner merkt es!»

Karl Werner Schmitz ist der «Pionier der Haptik in Marketing und Vertrieb». Er hat drei Bücher geschrieben über haptisches Verkaufen für «spürbar mehr Erfolg» und zahlreiche haptische Verkaufshilfen entwickelt. Ein Interview über die Bedeutung des Tastsinns, das Problem vieler stationärer Händler (vor Corona) und Lebensqualität.

Wir Menschen verfügen über fünf Sinne: Sehen (Optik), Hören (Akustik), Riechen (Olfaktorik), Schmecken (Gustatorik) und Tasten (Haptik). Die Haptik (griechisch: haptikos = greifbar) ist das Spezialgebiet von Karl Werner Schmitz.

Sie sind Erfinder, Buchautor, Referent, Verkaufstrainer, Marketingberater, Coach und bezeichnen sich als «Pionier der Haptik in Marketing und Vertrieb». Was macht Sie zum Pionier?

Karl Werner Schmitz: «Die Anerkennung, die mir gegeben wurde. Es gab in der Vergangenheit zwar berühmte Persönlichkeiten, die sich mit dem Tastsinn befassten, beispielsweise der kanadische Neurochirurg Wilder Penfield oder der italienische Philosoph Thomas von Aquin, aber ich bin der Erste, der sich seit 1985 beruflich exklusiv mit der Haptik in Marketing und Verkauf auseinandersetzt.»

Seit über 30 Jahren beschäftigen Sie sich professionell mit der Haptik. Welches Ereignis führte dazu, dass Sie sich so intensiv dem Tastsinn widmen?

«Auslöser waren zwei Erlebnisse. Zum einen das Buch «Denken, Lernen, Vergessen» von Frederik Vester über das haptische Lernen. Zum anderen eine Ausstellung in Köln 1984 mit dem Namen «Tastfeld», deren Besuch mich elektrisiert hat. Ob Jung oder Alt, wer aus dieser Ausstellung kam, schien lebendiger als zuvor. Zu dieser Zeit arbeitete ich als Versicherungsvermittler. Mein grosses Dilemma war, dass die Produkte abstrakt waren und man diese nicht anfassen konnte. Da kam mir eine Idee, wie ich neuen Kunden das Thema Versicherungsschutz einfach und schnell erklären könnte. Zusammen mit meinem damaligen Geschäftspartner entwickelte ich ein erstes Holzmodell, das allerdings fürchterlich aussah. Also liessen wir das Design überarbeiten. Mit

dieser ersten haptischen Verkaufshilfe war es viel einfacher, Kunden das komplexe Thema verständlich und mit wenig Worten «be-greifbar» zu machen. Unser Ziel war, Versicherungsgesellschaften das Patent für diese Verkaufshilfe anzubieten. Diese interessierten sich aber nicht nur für das Patent, sie wollten eine Erklärung dazu. So organisierten wir unser erstes Seminar 1989 zum Thema Personenversicherung. Drei Jahre später hatten fast 5000 Teilnehmer unsere Trainings besucht.»

Wie lassen sich Ihre haptischen Verkaufshilfen beschreiben?

«Es geht darum, unsichtbare Grundaussagen haptisch erlebbar zu machen. Mit einer solchen Verkaufshilfe kann ich für ein Aha-Erlebnis beim Kunden sorgen, für einen ersten Kick, um in ein Thema einzusteigen. Heute ist der Begriff «haptische Verkaufshilfe» im Marketing-Mix vieler deutscher Firmen aufgeführt.

In meinem Online-Shop finden Sie rund 35 verschiedene Verkaufshilfen. Ungefähr 15 Exemplare habe ich exklusiv für Unternehmen entwickelt, beispielsweise für Banken, aber auch Software- und Baustoff-Firmen.»

Welchen Stellenwert hat die Haptik im Vergleich zu den anderen vier Sinnesorganen?

«Der Tastsinn ist der einzig lebensnotwendige Sinn. Sie können alle anderen Sinne verlieren und trotzdem weiterleben. Einen Totalverlust der Haptik gibt es nicht, ausser man ist tot. Erstaunlicherweise ist der Tastsinn von allen fünf Sinnesorganen derjenige Bereich, der wissenschaftlich am wenigsten erforscht ist.»

Welche Bedeutung hat die Haptik im Marketing und Verkauf?

«Haptisches Marketing gibt es in Wirklichkeit schon sehr lange. Die Coca-Cola-Flasche ist in dieser Hinsicht ein Geniestreich, man erkennt sie blind. Das Überraschungs-Ei von Ferrero ist ein haptisches Meisterwerk, und auch die Toblerone wird sich über ihre unikate Form ewig verkaufen. Das ist kein Zufall, denn 75 Prozent der internationalen Marktführer nutzen die Haptik sehr gezielt. Gut Bescheid wissen etwa die Hotellerie und auch die Automobilindustrie, wo es Ingenieure speziell für die Haptik gibt. Diese befassen sich etwa damit, wie sich das Lenkrad in der Hand anfühlt oder welche Sitzoberfläche am besten passt. Für die grosse Masse der mittelständischen Unternehmen ist der Tastsinn aber noch kein Thema.»

Bei Papeterie-Produkten und Spielwaren spielt die Haptik per se eine zentrale Rolle. Wie können stationäre Fachhändler ihren Umsatz mithilfe des Tastsinns steigern?

«Es ist manchmal gruselig, was der Einzelhandel bezüglich Haptik macht. Das betrifft auch die Gebäude. Ein Beispiel ist das Einkaufszentrum Westside in Bern von Architekt Daniel Libeskind: Hier dominieren kalte Oberflächen und Böden. Das Grundproblem ist jedoch, dass sich viele Einzelhändler immer noch nur als Produktlieferanten sehen, obwohl das Amazon & Co. in der Zwischenzeit besser können. Heute geht es in stationären Geschäften

ums Wohlfühlen, ums körperliche Befinden und darum, Spass zu haben. Die Botschaft soll lauten: «Anfassen erwünscht!». In manchen

«Die Botschaft im Einzelhandel soll lauten: <Anfassen erwünscht!>. In manchen Geschäften ist leider das Gegenteil der Fall.»

Geschäften ist leider das Gegenteil der Fall. Dabei geht es doch gerade darum, Kundinnen und Kunden zum Ausprobieren von Produkten zu animieren, die händische Erfahrung zu beleben und auszuschöpfen. Es soll Freude bereiten, ein Geschäft zu betreten. Ausserdem muss die Aufenthaltsdauer erhöht werden. Es geht darum, etwas zu erleben. Wie kann ich meine Kunden ins Geschäft locken? Was ist da los? Wichtig ist auch ein angemessen bezahltes Verkaufspersonal mit Blick auf das Zwischenmenschliche. Wie geht das Personal auf Kunden zu? Wie können die Kunden berührt werden, körperlich und emotional? Schlussendlich wollen wir alle auf die eine oder andere Weise berührt werden.»

Wie wichtig ist das richtige Papier?

«Papier sollte ein angenehmes Fühl-Erlebnis bieten. Es muss Freude bereiten, Papier und Bücher anzufassen. Als Unternehmen sollte man sich fragen: Welches Papier passt zu uns und zu einem bestimmten Thema? Möglicherweise kommt da das teurere Papier in Frage, was aber vielleicht im Endeffekt zu einem höheren Umsatz führt.

Wie hat sich die Rolle der Haptik mit der Digitalisierung verändert?

«Die Digitalisierungswelle ist der Grund, warum wir eine Erinnerung an die Haptik bekommen werden. Wir sind mehr und mehr in virtuellen Welten unterwegs und verlieren so den Sinn für das Soziale. Dabei können Computer besonders gut hören und sehen – und sonst nichts. Die mediale Flut an Informationen und Bildern der letzten Jahrzehnte hat Sehen und Hören total überschwemmt. Sehen Sie sich die Buchindustrie an: Da gibt

es E-Book-Reader wie Kindle, aber viele lesen weiterhin lieber in einem Buch aus Papier. Die Haptik gewinnt und keiner merkt es!«

Wie kann das Interesse für den Tastsinn geweckt und gefördert werden?

«Indem Sie das tun, was dieses Magazin macht: Das Bewusstsein für den Tastsinn an die Öffentlichkeit bringen.»

Wie schätzen Sie die Zukunft der Haptik ein?

«Die Zukunft des Tastsinns sehe ich aus Tradition skeptisch, aber am Schluss gewinnt immer die Haptik. Ich hoffe auf eine haptische Renaissance – und ich kämpfe dafür!«

Was möchten Sie den haptik-Lesern abschliessend mitteilen?

«Ich kann allen raten, auf den Tastsinn zu achten und das bewusste Fühlen zu üben. Wichtig ist eine gute Körperwahrnehmung. Die Haptik bewusst zu erleben, bringt mehr Lebensqualität. Pflegen und geniessen Sie Ihren Tastsinn, dazu gehört auch Bewegung und körperliche Nähe.» | vb

Zur Person



Karl Werner Schmitz (64) ist Haptik-Pionier, Referent, Verkaufstrainer, Marketingberater und Geschäftsführer der KWS Haptische Verkaufshilfen e.K.. Er ist Autor des Buches «Die Strategie der 5 Sinne» und zählt zu den 100 führenden Verkaufstrainern in Deutschland. Karl Werner Schmitz ist verheiratet, Vater von drei Kindern und wohnt in Much in der Nähe von Köln.

www.haptische-verkaufshilfen.de

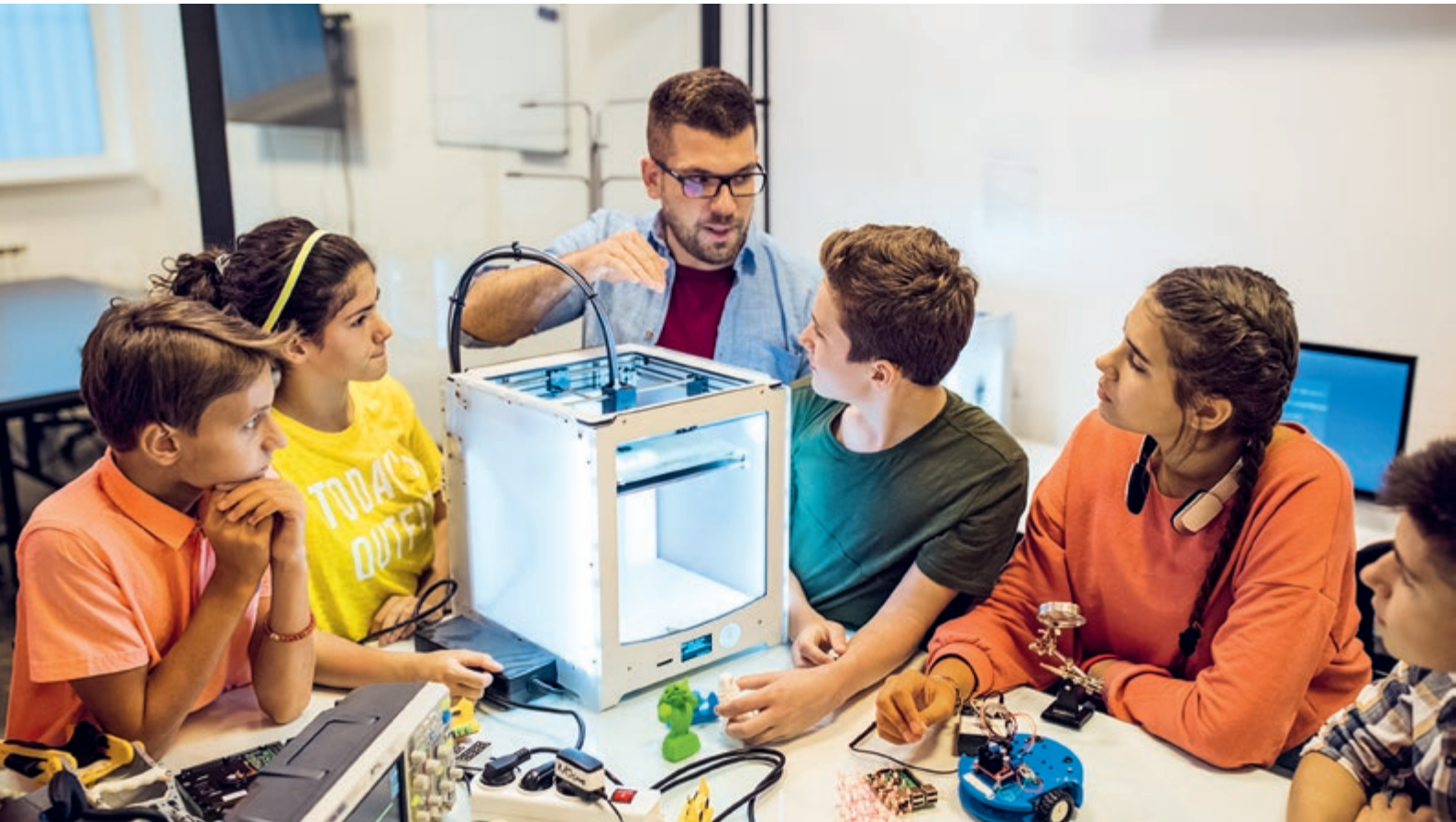


► Nur in 0.3 mm Strichbreite

Pentel

[ORENZNERO]

**1 Klick und der neue
Feinminendruckbleistift
schreibt nonstop – ohne
Minenbruch.**



Digitalisierung fordert Schweizer Lehrkräfte heraus

Lehrerinnen und Lehrer erleben die Digitalisierung mehrheitlich als Chance, wie eine Studie der ZHAW und Swisscom zeigt. Die Vielseitigkeit digitaler Medien und die Förderung der Medienkompetenz sehen sie als grössten Vorteil. Unterstützung wünschen sie sich in technischen Belangen sowie bei didaktischen Fragen.

Lehrpersonen auf der Sekundarstufe stehen digitalen Medien generell positiv gegenüber und setzen sie im Unterricht häufig ein. 80 Prozent der Lehrkräfte finden digitale Formate attraktiv für die Unterrichtsgestaltung. 71 Prozent sind überzeugt, dass sie ihren Schülerinnen und Schülern damit nicht nur Schulstoff vermitteln, sondern auch deren Medienkompetenz fördern. Dies zeigt der JAMESfocus-Bericht «Digitale Medien im Unterricht» der Fachgruppe Medienpsychologie der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) und Swisscom. Für die Studie wurden über 100 Schweizer Lehrkräfte auf der Sekundarstufe zum Einsatz digitaler Medien im Unterricht befragt.

Digital recherchieren und präsentieren

Die grosse Mehrheit der Lehrpersonen schätzt die technische Ausstattung an ihrer Schule als eher gut bis sehr gut ein. Computer- bzw.

Informatikräume sowie ein WLAN für Unterrichtszwecke gehören heute meist zur Grundausrüstung. Rund drei Viertel der befragten Lehrkräfte verfügen über mobile Laptops oder Tablets für den Unterricht. In rund einem Fünftel der Schulen arbeiten Schülerinnen und Schüler ausschliesslich mit ihren eigenen Geräten. Fast alle Lehrpersonen nutzen das Internet häufig, um Informationen für den Unterricht zu recherchieren. In der Klasse wird von den Lehrkräften neben Computer und Laptop am häufigsten der Beamer als elektronisches Unterrichtsmittel eingesetzt. Beim Einsatz von digitalen und audiovisuellen Inhalten im Unterricht werden mit 61 Prozent am häufigsten Videoinhalte wie Fernsehsendungen oder Video-Clips verwendet. Digitale Texte wie Online-Artikel nutzt nur rund ein Drittel regelmässig. Rund die Hälfte der Lehrpersonen gibt ihren Schülerinnen und Schülern Hilfestellungen und Empfehlungen

zum Umgang mit digitalen Medien und fördert somit «digitales Lernen». Dies erfolgt beispielsweise in Form von Tipps zur Recherche im Internet oder zu digitalen Lernmaterialien. Vereinzelt ist es für Aufgaben auch explizit nicht erlaubt, das Internet zu nutzen.

«Schülerinnen und Schüler müssen nicht nur lernen, wo sie welche Information im Netz finden können. Sie müssen auch ein Bewusstsein dafür entwickeln, wem diese Informationen gehören und wie sie diese verwenden dürfen.»

Vier Fünftel der Lehrpersonen geben an, dass Schülerinnen und Schüler mindestens ab und



Titelbild: Lehrpersonen in der Schweiz schätzen die Vielseitigkeit digitaler Medien und sehen diese gemäss einer Studie der ZHAW und Swisscom mehrheitlich als Chance. (Bild: iStock.com/svetlkd)

◀ Das grösste Risiko bei digitalen Medien sehen Lehrerinnen und Lehrer hierzulande in der Ablenkung durch Smartphones und Co. während des Unterrichts. (Bild: AdobeStock/WavebreakMediaMicro)

dass eine kompetente Mediennutzung kein nettes Extra mehr ist. Zugleich kommen nicht wenige Lehrpersonen dort an ihre Grenzen», sagt Michael In Albon, Jugendmedienschutz-Beauftragter bei Swisscom.

Wie die Vermittlung solcher Kompetenzen an die Schüler konkret erfolgen soll, stellt für einige der befragten Lehrpersonen eine grosse Herausforderung dar. Sie befürchten, nicht über das nötige Know-how zu verfügen oder sich dieses nur schwer aneignen zu können. Auch das richtige Mass für den Einsatz der digitalen Medien ist für einige Lehrerinnen und Lehrer herausfordernd. Das grösste Risiko orten die Lehrkräfte in der Gefahr der digitalen Ablenkung während des Unterrichts. 68 Prozent geben zudem an, dass Schülerinnen und Schüler nicht mehr verstehen, dass sie selber Wissen aufbauen müssen, wenn Informationen immer und überall abrufbar sind. Ebenso viele Lehrpersonen befürchten, dass die Jugendlichen Fakten und Fake-Informationen nicht mehr unterscheiden können.

Mehr Unterstützung gefragt

Eine Mehrheit der befragten Lehrpersonen ist im Umgang mit digitalen Medien geübt. Trotz dieser positiven Selbsteinschätzung wünschen sich beinahe alle, dass sich an der Schule jemand um die Technik kümmert und bei Problemen schnell hilft. Über die Hälfte der Befragten möchte bei der Anwendung digitaler Medien unterstützt werden. «Wünschenswert wären aktuelle Lehrmittel, die Lehrpersonen zum Einsatz digitaler Medien im Unterricht und somit zur Vermittlung von Medienkompetenz animieren», sagt Lilian Suter. | **pd**

zu Inhalte aus dem Internet kopieren und als ihre eigenen ausgeben. Gemäss über einem Viertel kommt dies sehr häufig vor. «Es ist wesentlich, dass Schülerinnen und Schüler nicht nur lernen, wo sie welche Information im Netz finden können. Sie müssen auch ein Bewusstsein dafür entwickeln, wem diese Informationen gehören und wie sie diese verwenden dürfen», sagt Medienpsychologin Lilian Suter von der ZHAW.

Chancen, aber auch Herausforderungen

Die befragten Lehrpersonen sehen vielfältige Chancen und Herausforderungen rund um das Lehrplanmodul «Medien und Informatik». Die

grössten Chancen orten sie zum einen darin, dass digitale Medien vielseitig anwendbar sind und so bei Rechercheaufträgen oder Präsentationen genutzt werden können. Zum anderen werden mit digitalen Hilfsmitteln IT-, Recherche- sowie konkrete Anwendungskompetenzen gefördert und der verantwortungsvolle Umgang mit Medien erlernt.

«Eine kompetente Mediennutzung ist kein nettes Extra mehr.»

«Spätestens mit dem regelmässigen Einsatz digitaler Medien im Unterricht wird klar,



Roboter statt Lehrer im Jahr 2030?

Kollege Roboter wird Lehrern in absehbarer Zeit keine Konkurrenz machen – davon ist zumindest die grosse Mehrheit der Lehrerschaft in Deutschland überzeugt. Nur 5 Prozent der Lehrer erwarten, dass Künstliche Intelligenz (KI) bis zum Jahr 2030 den Grossteil ihrer Aufgaben übernimmt. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Befragung von mehr als 500 Lehrerinnen und Lehrern im Auftrag des deutschen Digitalverbands Bitkom. «Künstliche Intelligenz ist die digitale Schlüsseltechnologie schlechthin und keine Modeerscheinung», sagt Bitkom-Präsident Achim Berg. «KI-Systeme werden künftig im Unterricht selbstverständlich sein – nicht etwa als Ersatz für den Lehrer, sondern als Unterstützer.» | **pd** (Bild: Messe Frankfurt/Jens Liebchen)

Wie lernen Kinder besser lesen und schreiben?

Ergebnisse einer Studie zeigen, dass das Handschreiben Fähigkeiten fördert, die wichtig für den Schriftspracherwerb sind. Besonders Kinder, die mit Papier und Stift Schreiben lernen, können Buchstaben besser erkennen und schulen gleichzeitig ihre visuell-räumlichen Fähigkeiten.

Tippen, Wischen, Klicken: Der Grossteil unserer händischen Tätigkeiten läuft nicht mehr unabhängig von Computern, Screens oder Smartphones ab – zunehmend auch bei Kindern. Dieser digitale Lebensstil wirft Fragen auf, inwiefern motorische und kognitive Fähigkeiten von Kindern durch die Digitalisierung beeinflusst werden und ob analoge Schreibgeräte die Lern-, Lese- und Schreibprozesse unterstützen.

Der Nürnberger Schreibwarenhersteller STAEDTLER hat aus diesem Anlass eine Studie des ZNL TransferZentrum für Neurowissenschaften und Lernen (Universität Ulm) gefördert, die von April 2016 bis Mai 2019 durchgeführt wurde. Insgesamt nahmen 145 Vorschulkinder im Alter von vier bis sechs Jahren am Projekt teil. Ein zentrales Ergebnis zeigt, dass der handschriftliche Schriftspracherwerb visuell-räumliche Fähigkeiten bei Kindern verbessert. Es stellte sich heraus, dass

das Handschreiben mit Stift und Papier sowohl das Erkennen von Buchstaben als auch die visuell-räumlichen Fähigkeiten besser fördert, als das Tippen auf einer digitalen Tastatur. Beides sind Fähigkeiten, die wichtig für den Schriftspracherwerb sind. Das Schreiben mit einem speziellen Stift auf der Tabletoberfläche war hier ebenfalls förderlich, allerdings nicht in dem Ausmass wie das Schreiben mit Stift auf Papier.

«Sinnliche Rückmeldung über die Schreibbewegung»

Ein weiteres Resultat der Studie bestätigt zudem wissenschaftliche Erkenntnisse, dass Kinder, die bereits über gute visuell-räumliche Fähigkeiten verfügen, später bessere Leseleistungen aufweisen. Dr. Petra Arndt, Projektleiterin und Geschäftsführende Leitung des ZNL, betont: «Das Handschreiben erfordert, auf Details von Buchstaben zu achten und

diese auf dem Papier mit dem Stift nachzuformen. Dadurch können die Buchstaben besser gemerkt und erkannt werden.»

Ihr Ko-Projektleiter Prof. Dr. Markus Kieffer ergänzt: «Diese förderliche motorische Gedächtnisspur ist beim Handschreiben auf einer Tabletoberfläche weniger stark ausgeprägt als beim Schreiben mit Stift und Papier. Die glatte Tabletoberfläche gibt dem Kind im Vergleich zum Papier weniger sinnliche Rückmeldung über die Schreibbewegung.»

Eine Lernsteigerung liess sich auch bei anderen kreativen Tätigkeiten erkennen. Die Studie zeigt ebenfalls, dass Kinder, die mit ihren Eltern regelmässig malen, basteln oder Geschichten vorgelesen bekommen, unabhängig vom genutzten Schreibmedium in der Studie, bessere Leistungen beim Schreiben von Wörtern erzielen. Kinder mit hohem Fernsehkonsum schneiden hingegen deutlich schlechter ab. | pd/vb



Inwiefern werden motorische und kognitive Fähigkeiten von Kindern durch die Digitalisierung beeinflusst? Eine vom Schreibwarenhersteller STAEDTLER geförderte Studie zeigt, dass Schreibenlernen mit Stift und Papier zum besten Resultat führt. (Bild: AdobeStock/Lightfield Studios)



- ✓ Das weltweit erste Cover mit I'm green™ PE und das erste auf dem PBS-Markt zertifizierte Polyethylenprodukt mit „I'm green“-Zertifizierung
- ✓ Im Verlauf der Produktion von 1 kg Green PE neutralisieren wir 3 kg CO2 aus unserer Atmosphäre
- ✓ 100% recycelbar
- ✓ Keine Kompromisse hinsichtlich Qualität und Funktionalität zu den herkömmlichen Covers



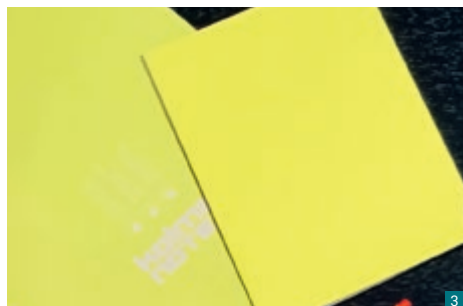
Natürlich. Nachhaltig!

Der weltweit erste Buchschoner, der mit nachwachsenden Rohstoffen produziert wird.



«Mein Schreibtisch»: Dagmar Rösler, LCH

Die haptik-Rubrik «Mein Schreibtisch» setzt Persönlichkeiten und ihre Lieblings-Objekte in den Fokus. Heute zeigt Dagmar Rösler, Zentralpräsidentin LCH, ihren privaten Arbeitsplatz.



«Mein Schreibtisch»

Wenn Dagmar Rösler nicht gerade im Zentralsekretariat des LCH in Zürich oder irgendwo in der Schweiz unterwegs ist, arbeitet sie gerne an ihrem Arbeitsplatz zuhause. Die meiste Arbeit erledigt sie am Computer: Mails schreiben, Medienanfragen beantworten, Beiträge verfassen, Sitzungen und Referate vorbereiten und auch sehr viel telefonieren. Ihr Schreibtisch zuhause hat den Vorteil, dass sie, wenn nötig, auch für ihre zwei Kinder da sein kann.

1. Druckbleistift von Pentel

Dagmar Rösler macht sich oft Notizen von Hand: «Einfach, weil ich sehr gerne schreibe. Ich kann mir Dinge auch besser merken, wenn ich sie mit einem Stift aufgeschrieben habe – am besten mit meinem Fixpencil von Pentel.»

2. Fineliner und Marker von Stabilo

Wenn sie gedruckte Dokumente studieren muss, greift die oberste Lehrerin der Schweiz zu den bekannten Finelinern von Stabilo. «Beim Markieren von wichtigen Textpassagen ist natürlich auch der Leuchtstift von Stabilo unentbehrlich», ergänzt sie.

3. Haftnotizen von Kolma

Kürzlich hat Dagmar Rösler die statisch haftenden Notizzettel von kolma notes entdeckt: «Diese kann ich beschriften und neben meinem Arbeitstisch an die Wand <kleben>. So kann ich einfach sichtbar machen, was ich auf keinen Fall vergessen darf – und trotzdem den Überblick behalten, auch wenn immer wieder Neues dazukommt.» | vb

Zur Person



Dagmar Rösler (48) ist seit 2019 Zentralpräsidentin des Dachverbands Lehrerinnen und Lehrer Schweiz (LCH). Sie unterrichtet an der Primarschule Bellach/SO.

Was ist gutes Handschreiben?

Eine ideale Schreibmotorik bildet die Basis für eine gute Handschrift. Eine gute Handschrift ist lesbar, flüssig und effizient. Doch was bedeutet das konkret? Und welche Voraussetzungen gilt es zu erfüllen?



Wie gelingt das Erlernen eines bewegungsgünstigen Schreibens? Entscheidend dafür ist der Erwerb und die Entwicklung lockerer Grundbewegungen: Die Finger und das Handgelenk sind beweglich und deren Bewegungen koordiniert, die Stifthaltung günstig und der Druck auf Stift und Papier gering. Können diese Grundkompetenzen auf das Schreiben von Buchstaben, Wörtern und Sätzen übertragen werden, dann sind alle Voraussetzungen für die Entwicklung einer lesbaren, flüssigen, ermüdungsarmen, effizienten und individuellen Handschrift erfüllt.

lesbar: Wahrung der charakteristischen Buchstabenform

flüssig: Schreiben mit gleichmässigem, zügigem Rhythmus

ermüdungsarm: Schreiben mit geringem Schreibdruck

effizient: zügiges und dennoch ermüdungsarmes Schreiben

individuell: persönliche Ausgestaltung der Schrift | **pd**

(Bild: pixabay.com)

Quelle: Schreibmotorik Institut e.V. (2017). Was ist gutes Handschreiben? Zugriff am [7.3.2019] unter <http://www.schreibmotorik-institut.com/index.php/de/fakten-und-tipps/fachwissen/473-was-ist-gutes-handschreiben>

simplex
Büroartikel/Trendartikel
Articles de bureau et tendance

SIMPLEX
SCHÜLERAGENDEN

LIEFERBAR AB
MAI 2020

SIMPLEX AG BERN • POSTFACH 123 • BERNSTRASSE 223 • 3052 ZOLLIKOFEN
T 031 910 33 0 • F 031 910 33 31 • BUEROIREND@SIMPLEX.CH • WWW.SIMPLEX.CH



Das Impulsareal «Lernen der Zukunft» an der Paperworld 2020 in Frankfurt zeigte die Bildungswelt von morgen mittels Fachvorträgen und interaktiven Workshops. (Bild: Messe Frankfurt/Jens Liebchen)

Paperworld zeigte neue Wege im Lehren und Lernen auf

Die Sonderschau «Lernen der Zukunft» ist Ende Januar 2020 auf der Paperworld in die zweite Runde gegangen. Hier wurden den Besuchern aktuelle und zukunftsweisende Lernkonzepte präsentiert. Dabei ging es vor allem um das lebenslange Lernen.

Was sind neue Möglichkeiten des Lernens? Wie können Lernroboter unterstützen? Und was gibt es hierzu Neues im PBS-Bereich? Diese und weitere Fragen wurden im Impulsareal «Lernen der Zukunft» in der Halle 4.0 auf der Paperworld 2020 in Frankfurt beantwortet. Dort erfuhren Leiter von Bildungs- und Seminareinrichtungen, Personalentwickler und Händler, wohin sich die Formate von (Weiter-) Bildung in Schulen und Unternehmen entwickeln werden.

Impulsareal mit spannenden Zonen rund ums zukünftige Lernen

Das Areal war in mehrere Bereiche unterteilt: Im Makerspace (engl. Kreativwerkstatt) wurden digitale sowie analoge Spiel- und Konstruktionstools im Lernraum der Zukunft präsentiert. Hier wurde das Prinzip des neuen Lernens durch individuelle, kollaborative und kreative Werkzeuge vorgestellt, zum Beispiel anhand von Mini-Robotern oder Programmieren auf Platinen bzw. gedruckten Schaltungen. Im «Digitalen Klassenzimmer» erlebten die Besucher, wie man zielgerichtet mit Tablets und Smartboard (engl. intelligente Tafel) arbeitet

und wie die reale mit der digitalen Welt verknüpft werden kann.

Der dritte Bereich war eine Ausstellungsfläche für Hersteller, die ihre Produktinnovationen nicht nur vorstellen, sondern für den Besucher auch direkt erlebbar machten. So zeigte Promethean, wie man interaktive Bildschirme im Lernraum der Zukunft nutzen kann. Auch der Globenhersteller AlaySky's Globe beschritt mit seinen Globen einen ersten Schritt in Richtung Zukunft: Dank einer App wird der analoge Globus mit weiterführenden Informationen zu den jeweiligen Ländern erweitert und erzeugt damit eine Augmented Reality (engl. erweiterte Realität).

Tablets in der Primarschule und Lernen in der Cloud: vielfältige Fachvorträge

Im Vortragsareal fanden täglich wechselnde Fachvorträge statt. Gestaltet wurde das Programm von Bildungsjournalist und Moderator Christian Füller. Es ging um Themen wie Tablets in der Grundschule, Lernen in der Cloud, 3-D-Druck sowie Kreativität und Experimentieren. Der erste Messtag am 25. Januar 2020 stand ganz im Zeichen eines Barcamps mit

unterschiedlichen Sitzungen, die sich sowohl mit Digitalisierung als auch mit dem Vergleich von Lerneinrichtungen und Unternehmen beschäftigten. Barcamps heißen Tagungen mit offenen Workshops, deren Inhalt und Ablauf von den Teilnehmern kurz vor Beginn selbst entwickelt werden. In Frankfurt wurde besprochen, wie sich kollaboratives Arbeiten und schulisches Lernen bereits heute angleichen und wie die jeweiligen Konzepte adaptiert werden können. Einen Tag später drehte sich in den Fachvorträgen alles um die Verknüpfung von analogem und digitalem Lernen. Dabei wurden Chancen und Risiken aufgezeigt und Wege in eine neue Zukunft des Lernens gewiesen.

Ein spannendes Gespräch stand am dritten Messtag auf dem Programm: Die hessische Staatsministerin für Wissenschaft und Kunst, Angela Dorn (Die Grünen), unterhielt sich mit dem ersten Dozentenroboter Yuki und Professor Jürgen Handke über Zukunftsmodelle des Lernens. Am letzten Vortragstag ging es um Kreativität und wie man mit kreativen Techniken effektiver lernen kann. | **pd**



mirroco: Lerndialoge fördern, individuellen Lernstand überblicken, Kinder ressourcenorientiert begleiten.

Simplex AG Bern und Startup «mirroco» gehen gemeinsame Wege

Die Schweizer Bildungslandschaft befindet sich seit einiger Zeit in einem tiefgreifenden Wandel, welcher durch die aktuellen Geschehnisse eine hohe Beschleunigung erfährt. Präsenzunterricht wird zu «Distance Learning» mit «Homeschoolingcharakter» umgestaltet und Lernen findet damit in ganz neuen Formen statt. Ja man könnte sagen, die Bildungswelt konfiguriert sich neu. Seit Herbst 2019 unterstützt Simplex AG Bern «mirroco» bei der Gestaltung dieses Transformationsprozesses.

Die Lernkultur

Mit der «mirroco» Lernkultur unterstützen und begleiten wir Bildungsverantwortliche, damit Kinder und Jugendliche ihr Potential voll entfalten können. Die Lernkultur gliedert sich in acht Bausteine. Mit sechs Bausteinen legen wir den Fokus auf das Gestalten des individualisierten Lernprozesses und in den Aufbau der Grundhaltung, die dafür notwendig ist. Mit zwei Bausteinen legen wir den Fokus auf das Sichtbarmachen des individuellen Lernstandes (Visible Learning).

Das OnlineTool mit Zugriff auf den Lehrplan 21

Kompetenzorientiertes und individualisiertes Lernen verlangt von Lernbegleitern eine neue Sichtweise auf den Entwicklungsprozess der Kinder und die Fähigkeit Lernen sichtbar zu machen (Visible Learning). «mirroco» bietet ein Online Tool (powered by Hazu) mit welchem der Lernstand der Kinder im Hinblick auf den Lehrplan 21 erfasst und sichtbar gemacht werden kann. Die Lernstandreflexion basiert auf einem 6 Phasenmodell, welches unter Einbezug neurowissenschaftlicher Grundlagen erarbeitet wurde. Über alle 11 Schuljahre ist ersichtlich wo sich das Kind im Lernprozess befindet.

Funktionalitäten des OnlineTools

- Zugriff Lehrplan 21 (Original) inkl. Möglichkeit zur Kompetenzverknüpfung
- Themenvorbereitung durch Lehrpersonen
- Lerndokumentation durch Lernende, Lehrpersonen und Eltern
- Kommunikationsplattform für alle Beteiligten

Worauf wir aufbauen?

Neurowissenschaft

Durch die Erkenntnisse der Neurowissenschaft ist klar belegt, dass Lernen zu jedem Zeitpunkt doppelt geschieht. Kinder lernen immer inhaltsbezogen und zugleich kulturell (sie lernen auch wie sie gelernt haben). Das bedeutet, die Art und Weise wie das Kind im Lernen begleitet wird ist mindestens so bedeutsam, wie was das Kind inhaltlich lernt. mirroco: Dieses Bewusstsein ermöglicht uns, Lernprozesse mehrdimensional zu betrachten und Lernlandschaften darauf auszurichten.

Bindungsforschung- und Entwicklungspsychologie

Aus der Bindungsforschung wissen wir, dass Lernen dann am effektivsten gelingt, wenn das

Kind seine Lernprozesse in angstfreier Umgebung durchlaufen kann. Diese Erkenntnis macht deutlich, dass vertrauensvolle Beziehungen das Geheimnis für gelingende Entwicklungsprozesse bei Kindern sind. mirroco: Das Wissen um die Bedeutung der Beziehung hilft uns, Formen der Lernbegleitung zu implementieren, welche auf Empathie und Vertrauen basieren.

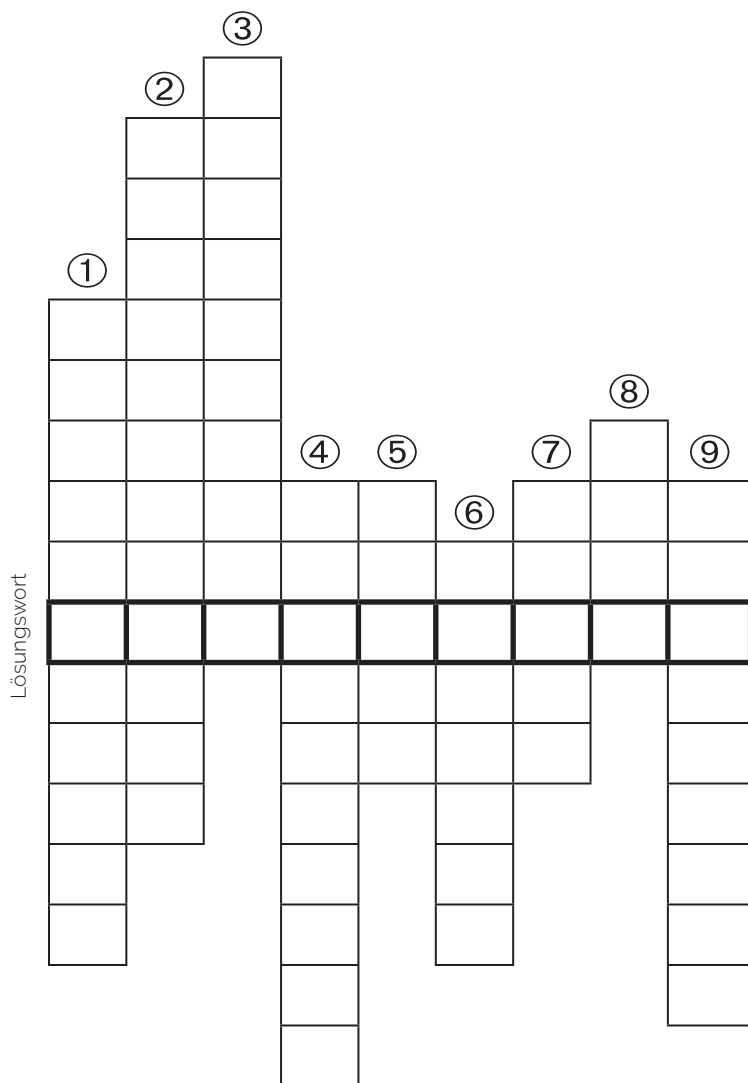
Lehrplan 21

Mit der Einführung des Lehrplan 21 haben wir eine weitere wichtige Grundlage, die individualisiertes Lernen unterstützt und ermöglicht, dass Kinder Lernprozesse in ihrem persönlichen Tempo durchlaufen können. Zudem wird mit dem Lehrplan 21 kompetenzorientiertes Lernen eingeführt, was eine hohe Handlungsorientierung mit sich bringt. Kompetent ist wer unvorhergesehene Situationen selbstorganisiert lösen kann (Daniel Hunziker). mirroco: Dieses Verständnis von Kompetenz macht deutlich, dass Lernen in Zukunft eng verbunden mit dem Leben stattfinden wird.

Hilfreiche Tipps zum Thema selbstgesteuertes Lernen sind zu finden auf der Homepage und im Blog von www.mirroco.ch

mirroco

haptik-Rätsel zu «Back to School»



1. festgelegte Abfolge von Schulstunden
2. Schüler lernen damit schreiben
3. anderes Wort für Lehre
4. geometrisches Arbeitsmittel
5. bekannte Marke für Schulrucksäcke
6. kurze, stichwortartige schriftliche Aufzeichnungen
7. Radiergummi auf Französisch
8. Behälter zum Mitführen von Stiften & Co.
9. elektronisch unterstütztes Lernen (englisch)

Die Auflösung gibt es im nächsten haptik-Magazin. **I cl**



Finden Sie des Rätsels Lösung?

Gesucht werden Begriffe rund um das Thema «Back to School». Umlaute wie zum Beispiel ä werden als ae angegeben. Die Antworten können Sie unter anderem im Online-Fachwörterverzeichnis finden: www.haptik.ch/fachwoerter

Das **Lösungswort** ergibt einen Oberbegriff für ein wichtiges Merkmal bei Schulrucksäcken.

Gewinnen Sie den DSGVO-konformen «Made in Germany» Aktenvernichter «HSM SECURIO C16».



Der «HSM SECURIO C16» ist der optimale Aktenvernichter für den privaten Bereich oder das kleine Büro – nicht nur wegen seines angenehm dezenten Betriebsgeräusches. Durch das Sichtfenster im Auffangbehälter ist der Anwender zu jedem Zeitpunkt über den aktuellen Füllstand informiert. Neben Papier vernichtet der Aktenvernichter problemlos auch härtere Materialien wie Büroklammern sowie Kunden- und Kreditkarten. Dank seines geringen Stromverbrauchs wurde er mit dem Blauen Engel ausgezeichnet. Das kleine Kraftpaket vernichtet, DSGVO-konform in der Sicherheitsstufe P-4, bis zu 7 Blatt in einem Durchgang.

Unter www.hsm.eu/datenschutz finden Sie weitere nützliche Informationen rund um das Thema Datenschutz.

Teilnahmebedingungen Wettbewerb

Füllen Sie einfach bis zum 19. Juni 2020 das Online-Kontaktformular aus und geben Sie das Lösungswort an: www.formular.live
Zur Teilnahme berechtigt sind alle Personen mit Wohnsitz in der Schweiz, die mindestens 16 Jahre alt sind. Der Gewinner wird im haptik-E-Mail-Newsletter vom 24. Juni 2020 bekannt gegeben. Die detaillierten Teilnahmebedingungen finden Sie online.



Die swiss sourcing days fanden dieses Jahr zu dreizehnten Mal statt. Viele Besucherinnen und Besucher durften empfangen werden.

swiss sourcing days 2020: Erfolgreich mit Fokus auf Nachhaltigkeit

Ein interessanter und nachfrageorientierter Aussteller-Mix, ein hoher Fokus auf Nachhaltigkeit, innovative Produkte und viele persönliche Kontakte. Die swiss sourcing days unterstrichen auch im Jahr 2020 einmal mehr ihre zukunftsgerichtete Strategie.

Vom Sonntag, 9. Februar bis Dienstag, 12. Februar 2020 präsentierten über 40 Aussteller Neuheiten und Trends anlässlich der swiss sourcing days in Suhr AG. Der Sortiments- und Aussteller-Mix war vielfältiger denn je: Alle bekannten und starke Marken der Branche waren vertreten, neue Lieferanten präsentierten zudem Sortimente mit grossem Wachstumspotenzial. Den Messebesucher wurde durch diese Vielfalt eine Reise durch die grosse Bandbreite der Branche geboten. Die Wichtigkeit der steigenden Nachfrage für nachhaltige Artikel war überall präsent, viele neue Produkte und Lösungen wurden präsentiert, vielfach auch sogleich die Zertifikate, welche der Handel im Alltag benötigt. Präsent waren ebenfalls neue Lieferanten mit Sortimenten, welche bisher nicht oder nur punktuell in der Branche erhältlich waren, unter anderem der führende Hersteller von Verbandsmaterial und Desinfektionsmittel, dies auch im Hinblick auf die Grippe-Saison. Geschätzt wurde zudem der direkte Austausch mit den Herstellern und Lieferanten, die persönliche Beratung und natürlich der gegenseitige Erfahrungsaustausch, von welchem beide Seiten profitierten.

Präsentation neuer Online-Shop von WASER

An der Messe präsentierte WASER erstmalig den neuen Online-Shop. Der neue Aufbau bietet dem Nutzer ein moderneres, übersichtlicheres und noch umfangreicheres Instrument für den Alltag. Mit diesem Hilfsmittel kann der Handel noch effizienter arbeiten, im weiterentwickelten Tool für den POS kann auch der Endkunde noch gezielter beraten werden. Kurz nach der Messe wird allen Händlern der neue Online-Shop zur Verfügung gestellt.

Kulinarische Seite

Abgerundet wurde die Messe mit einem sehr köstlichen gastronomischen Rahmen. Das Motto der diesjährigen Veranstaltung, Natur-Metropole der Alpen, wurde traditionsgemäß in der Speisekarte wiedergefunden. Ebenfalls wurde eine grosse Auswahl an Kaffee angeboten, welche frisch von einem Barista zubereitet wurden, dem Trend gerecht, wurden die Heissgetränke in Thermo-Mehrwegbecher serviert.

swiss sourcing days Award

Als Finale der Messe wurden die begehrten swiss sourcing days Awards verliehen. WASER kommunizierte die vom Messepublikum gewählten innovativsten Neuheiten. Prämiert wurden folgende Marken und Produkte:

1. Platz swiss sourcing days Gold Award: 3M, Klebabroller Clip & Twist
2. Platz swiss sourcing days Silver Award: Silhouette, Schneideplotter Cameo
3. Platz swiss sourcing days Bronze Award: Elco, Ordo zero Plastic

Erfolgreicher Messeabschluss

Die Bilanz der swiss sourcing days 2020 fiel von allen Seiten sehr positiv aus. Unisono wurden die Vielseitigkeit der Messe, der persönliche Austausch, die gute Stimmung und die Gastfreundschaft gelobt.

Auch nächstes Jahr finden die swiss sourcing days wieder statt. Vom Sonntag, 7. Februar bis Dienstag, 9. Februar 2021 warten erneut viele Neuheiten und attraktive Messeangebote auf die Besucher.



- 1 Die persönliche Beratung durch die Lieferanten ist ein Merkmal der swiss sourcings days.
- 2 Die Mineralquelle Eptingen AG ist ein wichtiger Lieferant und hat sich zu einem festen Messeaussteller entwickelt.
- 3 Gut gefüllte Messehallen und interessante Gespräche.
- 4 Das Gewinner-Produkt des swiss sourcing days award 2020: 3M, Klebabbroller Clip & Twist.
- 5 Die Sortimentskompetenz von Desinfektionsmittel und Betriebs-sanitäts-Produkten wurde erstmalig präsentiert.
- 6 Der röstfrische Kaffee wurde in nachhaltigen Thermobecher aus-
geschenkt, welcher die Messebesucher
behalten durften.
- 7 Gute Stimmung an der Messe. Nach-
haltige Sortimente wurde auch am
Messestand von Pagna vorgestellt.

Bei diesen Gesellschaftsspielen ist der Tastsinn mit von der Partie

Der Name dieses Magazins steht in der Auswahl der folgenden Spiele für einmal im Zentrum. Diese drei Gesellschaftsspiele sind vor allem ein haptisches Vergnügen und das in ganz unterschiedlicher Art und Weise – sei es, um mit einem ausgeprägten Tastsinn zu punkten oder die Eigenschaften des Spielmaterials für sich zu nutzen.



(Bild: pj)

1 Kippelino

- Autor: Reinhard Staupé
- Verlag: Nürnberger-Spielkarten-Verlag
- Spiel für 1–4 Personen
- Spieldauer: 10 Minuten
- Ab 5 Jahren

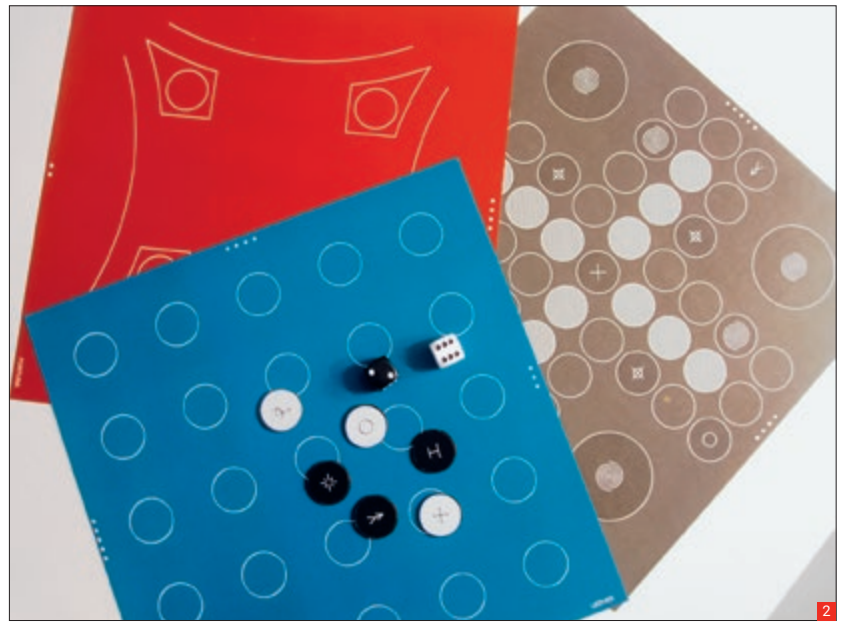
1 Kippelino

Es ist erstaunlich, was alles in eine kleine Spieleschachtel passt. Bei «Kippelino» sind das zahlreiche Karten, die Bretter simulieren. Hinzu kommen kleine Holzscheiben als Stützen für das zu errichtende Bauwerk. Ob man gemeinsam oder gegeneinander antritt, das Ziel bei «Kippelino» bleibt gleich: Es soll ein möglichst hoher Turm entstehen, bis zu zwölf Stockwerke liegen drin. Das klingt im ersten Augenblick ziemlich einfach, fordert dann aber Gross und Klein ganz schön heraus. Karten und Holzscheiben legt man abwechselnd. Die Plätze für die Holzscheiben gibt allerdings immer die nächste Karte vor. So entwickelt sich jede Partie anders und in ganz unterschiedliche, statische Richtungen. Jeder Spieler sucht seine bevorzugte Bauweise, legt die Teile einzeln oder gleich als Gesamtpaket auf die Baustelle. Es ist alles erlaubt, solange der Turm nicht kracht. «Kippelino» ist ein einfaches Mini-Bauspiel, das wenig Platz benötigt

und nur mit ganz viel Fingerspitzengefühl zu bewältigen ist. Der Name ist Programm. Umso grösser fällt der Jubel aus, wenn der Turm aus zwölf Stockwerken endlich auf dem Tisch steht. Diese Geschicklichkeitsaufgabe eignet sich auch sehr gut für Erwachsene.

2 UKENIKE

«UKENIKE» hat seinen Ursprung in den Bündner Bergen, denn dort wurde das Spiel erfunden. Das Spielfeld, die Konsole, ist drehbar und passt sich den Spielern an. Das ist auch nötig, denn bei «UKENIKE» schnippt man seine Spielfiguren mit dem Finger über das Feld. So ist die beste Schnipp-Position zentral. Ein weiterer Vorteil des Spiels: Die Spielfläche ist auswechselbar. Es lassen sich fünf unterschiedliche Spiele einlegen, deren Charakter ganz anders ist. Da gibt es bekannte Formate wie ein «Eile mit Weile» oder eine Mischung aus «Schach» und



(Bild: pj)

2 UKENIKE

- Autoren: Curdin Friberg, Roman Flepp
- Verlag: Freizeitfabrik
- Spiel für 2–4 Personen
- Spieldauer: 10–30 Minuten
- Ab 6 Jahren

«Carrom», aber auch ein knallhartes Ausscheidungsspiel und eine Zielübung. Alle fünf Vorschläge sind mit Schnipp-Einlagen angereichert. Sie erhalten damit eine ganz persönliche «UKENIKE»-Note. Kreative Köpfe können sogar ihr eigenes Spielfeld kreieren. Es befindet sich eine Blanks-Vorlage im Spiel, die man nach eigenen Wünschen bemalen kann.

Das besondere Spielgefühl entwickelt sich bei «UKENIKE» aus dem Spielmaterial. Spielfiguren und Konsole sind aus Metall, die Banden weich und elastisch. Damit eröffnen sich spielerische Feinheiten beim Zielen über die Bande. Die Spielfiguren gleiten erstaunlich gut und lange. Mit ein wenig Übung wird man hier zum wahren Meister und muss sich auch vor einer Partie «Makaki» nicht fürchten. Es ist der rätoromanische Name für «Hosenscheisser».



(Bilder: Abacusspiele)

3 Tajuto

- Autor: Reiner Knizia
- Verlag: Abacusspiele
- Spiel für 2-4 Personen
- Spieldauer: 60 Minuten
- Ab 10 Jahren



3 Tajuto

Bei «Tajuto» möchte man als Mönch unbedingt die höchste Bewusstseinsstufe erreichen. Der Weg dorthin führt unweigerlich über den Tastsinn. Die Erleuchtung erfolgt nämlich über den Bau von Pagoden, die nach und nach auf dem Spielfeld entstehen. Mittels verschiedener Aktionen muss man zuerst an Meditationspunkte gelangen, mit denen man im späteren Spielverlauf zu spielentscheidenden Erleuchtungspunkten kommt. Zentral ist der Bau von Pagoden. In einem Stoffbeutel sucht man blind nach den aufbauenden Stockwerken und versucht, sich die

Grösse zu ertasten. Selbst mit gutem Gespür bleibt man trotzdem in der Farbwahl blind. Der Bau der Pagodenteile und das Setzen von Opfersteinen bringen die Mönche auf dem Meditationsweg voran.

Im Erfolg darf man jedoch nicht zu meditativ werden. Wer seine Meditationspunkte geschickt eintauscht, seine Aktionsmöglichkeiten verbessert und Ziele auf dem eigenen Lebensweg erfüllt, kommt der Erleuchtung immer näher.

Mit dem kompletten Bau der vierten Pagode endet das Spiel. «Tajuto» ist ein Familienspiel, dessen Mechanismus stark auf dem Ziehen

der Pagodenteile aufbaut. Das erfordert ein wenig Glück und eine strategische Nutzung des meditativen Charakters. | **pj**



Mehr zu Patrick Jerg:

brettspielblog.ch
Hier erfährst du spielend mehr!

COLOR LINER
EMOTT
ever fine

Faserschreiber mit wasserfester Pigmenttinte
mit völlig neuem und innovativen Design

40 stilvolle Farben voller Einzigartigkeit - Neu entwickelte und robuste Faserspitze

uni
MITSUBISHI PENCIL



VSP



VSSD

Die Schweiz steht still, aber nicht ganz

Was vor einigen Wochen unvorstellbar war, ist nun eingetroffen, und wir alle sind von der weltweiten Pandemie «Corona» zum Innenhalten gezwungen worden. Einige Branchen mehr, andere weniger. Für jeden bedeutet dieser Zustand während und nach dem Shutdown eine grosse Unsicherheit – das gilt auch für den Verband VSP.

Corona hat unser Leben während der letzten Wochen komplett verändert und uns laufend vor neue Situationen gestellt, in denen schnelle Entscheidungen gefällt werden mussten. Manche waren gut, andere weniger, und einige Ideen konnten gar nicht umgesetzt werden. Dieser «Shutdown» (engl. für Still-Legung) hat uns aber aufgezeigt, wie verletzlich wir als Menschen sind, wie die Gesellschaft und sicher geglaubte Strukturen vor dem Kollaps stehen und Unternehmen an ihre Belastungsgrenze kommen.

In dieser Zeit war ein grosser Zusammenhalt, Verständnis für alle sowie eine starke Partnerschaft nötig. Der VSP war in dieser Zeit ebenso gefordert, und das Sekretariat bewältigte den Ansturm an Fragen und Informationen mit Bravour und Ruhe. Ich danke unserem Sekretär Benedikt Koch für die grosse Arbeit und seine Umsicht sowie für die vielen Inputs. Ohne unsere Geschäftsstelle wäre es nicht möglich gewesen, Sie laufend über neue Vorschriften und Änderungen zu informieren. Mein Dank geht auch an alle Mitglieder der BBK unter der Leitung von Nadja Zeller, welche den Unterricht innert weniger Stunden von Präsenz auf E-Learning umstellen und die QV-Verfahren laufend überdenken und anpassen mussten. Auch die einzelnen Kommissionen waren gefordert und gaben ihr Bestes. Ich bin stolz, dass unsere Mitglieder in dieser schwierigen Zeit auf engagierte, weitsichtige Exponenten zählen konnten und sich alle im VSP beschäftigten Personen – neben den eigenen Problemen in den Unternehmen – einbrachten, um den Verband am Leben zu erhalten.

Laufend aktuelle News vom VSP

Der VSP hat sich während der Krise intensiv mit den Verordnungen des Bundes, den Wettbewerbsvorteilen der Grossverteiler/Internet-Anbieter, den Anforderungen bei Kurzarbeiten und vielem mehr auseinandergesetzt. Wir versuchen, immer à jour zu sein und haben Sie via E-Mail oder auf unserer Homepage

informiert. Dies werden wir auch in Zukunft tun, damit Ihr Wissen immer topaktuell ist. Für einige Unannehmlichkeiten in dieser hektischen Zeit entschuldige ich mich im Namen aller Kommissionen und Mitglieder der Geschäftsleitung. Dem VSP war und ist es wichtig, dass in unseren Kommunikationskanälen und haptik.ch nur gesicherte Informationen verteilt werden.

Was bedeutet dieser Einschnitt für unsere Branchen?

Jedes Mitglied wird sich viele Fragen stellen müssen, wie es weitergehen soll, und da kommen mir spontan einige mögliche Entwicklungen in den Sinn:

Ja, es wird die nächsten Monate zu einem Minderkonsum in unseren Branchen kommen, da nach dem Shutdown weniger Geld vorhanden sein wird und dieses in Freizeit-Aktivitäten und Kultur fließen wird, da in diesen Sektoren Nachholbedarf besteht und die Sommersaison mit Ferien vor der Tür steht.

Ja, es wird zu einer Verlagerung in Online-Shops kommen, und dies wird das Ladengeschäft in Zukunft beeinflussen.

Ja, es werden nicht alle Geschäfte längerfristig überleben oder Nachfolger finden.

Ja, der Staat und die Geschäftsbanken helfen, die Folgen abzufedern. Am Schluss muss jedoch auch dieses Geld zurückbezahlt werden.

Nein, Papeterien werden nicht verschwinden, da wir Artikel des täglichen Bedarfs abdecken (wie vom Bund in seinen Verordnungen klar definiert) und wir somit gegenüber anderen Branchen immer einen Vorsprung haben. Leider gilt dies nicht für die Fachsektion VSSD.

Nein, es gibt keinen Personalschwund, da wir grossartige Produkte anbieten, die helfen, das Leben zu organisieren, zu gestalten oder spielerisch zu erleben

Geschäftsstelle

Paradiesgasse 7 | CH-7000 Chur
T +41 31 381 66 11 | F +41 31 381 66 14
info@papeterie.ch | www.papeterie.ch



«Passen Sie sich den
veränderten Bedingungen
an und bauen Sie Ihre
Stärken jetzt aus.»

und somit auch in Zukunft junge Menschen in unseren Branchen einsteigen wollen.

Nein, der Verband wird in der nächsten Zeit nicht verschwinden, da wir vom Bund den Auftrag haben, die Berufsbildung zu ermöglichen und auf starke und treue Mitglieder zählen können, die sich aktiv am Verbandsgeschehen beteiligen und den Sinn einer Mitgliedschaft in diesen stürmischen Zeiten klar erkennen konnten.

Nein, das Interesse an unseren Branchen wird nicht kleiner, da wir motivierte und starke Mitgliederfirmen haben, welche sich auf Spezialgebiete konzentriert haben, in ihrer Region stark verankert sind und dies nach aussen kommunizieren.

Nein, der Spieltrieb oder Bedarf nach Basteln/Malen/ usw. wird nicht abnehmen. Die Kunden haben in den letzten Wochen erfahren, was es heisst, ihre Zeit zu Hause zu verbringen und sich wieder mit Spieleklassikern oder Trend-

spielen auseinanderzusetzen. Dieser Boom wird noch anhalten.

Licht nach Schatten

Sie sehen aus meinen Gedanken, dass jede Krise Schatten, aber auch Licht bringt und somit neue Chancen eröffnet. Passen Sie sich den veränderten Bedingungen an und bauen Sie Ihre Stärken jetzt aus. Diese sind unter anderem: fachliche Beratung, Möglichkeiten zum Ausprobieren, lokal im Dorf/in der Stadt oder Region verankertes Fachgeschäft, Dienstleistungen wie Schneiden/Binden, Onlineshops, motivierte Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen und vieles mehr. Geben Sie Ihren Kunden jetzt das Gefühl, dass Ihre Papeterie oder Ihr Spielwarengeschäft einmalig ist und sich nach der Corona-Krise noch intensiver um die Bedürfnisse der Konsumenten als vorher kümmert.

Der VSP glaubt an eine positive Zukunft, da in den letzten Wochen auch vielen Bewohnern der Schweiz klar wurde, was Papeterien und Spielwarengeschäfte bieten und

wie ausgestorbene Dörfer aussehen. Sie alle haben in den letzten Wochen viel in Bewegung gebracht, Notfall-Pläne erarbeitet und Lösungen gefunden, um Ihr Geschäft weiterhin betreiben zu können. Nehmen Sie den Schwung mit und halten Sie noch länger durch. Wir alle haben an Kontur gewonnen, da wir aus den gewohnten Bahnen geworfen wurden. Bleiben Sie weiter kreativ, schwungvoll, voller neuer Ideen und Sie werden in Zukunft belohnt werden. Der VSP wird Sie auch zukünftig gerne kompetent und schnell betreuen und weiterhin sein Bestes geben!

Schauen wir gemeinsam positiv nach vorne!

Ihr Zentralpräsident
Thomas Köhler

Partner Fachausbildung Papeterie 2019–2022



Verbands- und Branchentermine

Verbandstermine

Dienstag, 19.05.2020*

Geschäftsleitungs-Sitzung

05.06. – 07.06.2020*

Delegiertenversammlung VSP, Glarus

Generalversammlung VSSD

Generalversammlung PEG

Generalversammlung PBS

+ Grusskarten Schweiz

Mittwoch, 26.08.2020

Geschäftsleitungs-Sitzung

Mittwoch, 30.09.2020

Zentralvorstands-Sitzung

Mittwoch, 04.11.2020

Geschäftsleitungs-Sitzung

* aufgrund der Corona-Situation voraussichtlich vorgesehen

BBK-Termine

Dienstag, 21.04.2020*

ABK-Tag

Freitag, 14.08.2020

Coaches-Tag

Dienstag, 19.05.2020*

BBK-Sitzung

Mittwoch, 30.09.2020

BBK-Sitzung

Freitag, 26.06.2020*

Rektorats-Tagung

Aktuelle und umfassende Informationen finden Sie laufend auf:

www.papeterie.ch und www.vssd.ch

* aufgrund der Corona-Situation voraussichtlich vorgesehen

Weiterbildung VSP

Für die Weiterbildung steht den VSP-Mitgliedern und ihren Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen die Lernplattform unter elearning.papeterie.ch zur Verfügung.

Periodisch werden betreute E-Learning-Kurse für Wiedereinsteiger/innen angeboten. Ausführliche Informationen und Anmeldung an:

VSP-Geschäftsstelle

Benedikt Koch
Paradiesgasse 7
7000 Chur

Tel. 031 381 66 11
Fax 031 381 66 14
E-Mail: info@papeterie.ch

SKY®

Beyond the ordinary.



Entdecken Sie den Mehrwert von SKY® Qualitätspapieren

Sky ist mehr als nur ein perfekt abgestimmtes Sortiment von Qualitätspapieren mit unschlagbaren Stärken. Sie profitieren von einer Top-Logistik mit 24-Stunden-Lieferung, einem durchdachten Marketingkonzept mit attraktiven POS-Massnahmen und den Top-Papieren in immer gleich bleibender Qualität. Mehr Wissenswertes über die Sky-Papiere finden Sie im Internet auf der innovativen Website **www.my-sky-paper.com**.



Impressum

Redaktion

Vanessa Borer (vb)
rubmedia AG
Zeitschriften
Postfach, CH-3001 Bern
vanessa.borer@rubmedia.ch

Freie Mitarbeitende:

Patrick Jerg
Thomas Köhler
Caroline Garcia

Werbeberatung

Christian Büchi
Roger Hauser
rubmedia AG
Zeitschriften
Postfach, CH-3001 Bern
Tel. +41 31 380 14 92
christian.buechi@rubmedia.ch

Administration

Remo Reist
rubmedia AG
Zeitschriften
Postfach, 3001 Bern
Tel. +41 31 380 14 96
remo.reist@rubmedia.ch

Abonnemente/ Adressmutation

Abo haptik.ch
rubmedia AG
Postfach, 3001 Bern
Tel. +41 31 380 14 96
abo@haptik.ch

Verlag und Druck

rubmedia AG
Pascal Rub
Postfach, 3001 Bern
haptik@rubmedia.ch

Erscheint 6x jährlich
Member of International Stationery Press
Association ISPA

ISSN 2571-7871 (Print)
ISSN 2624-5434 (Online)



Offizielle Publikation der Schweizer
Papeterien und Spielwarendetaillisten

Herausgeber

Verband Schweizer Papeterien, VSP
Paradiesgasse 7
7000 Chur

Grenzenlose Kreativität an der Creativeworld 2020

Bunt, quirlig und erfolgreich: Die 10. Creativeworld in Frankfurt konnte ihre Rolle als wichtigste internationale Plattform für den Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarf auch 2020 unter Beweis stellen.

Die diesjährige Creativeworld feierte die Freiheit im Herzen: Mehr denn je geht es darum, den Menschen die Mittel an die Hand zu geben, grenzenlos kreativ zu werden. Den Kombinationen von Materialien und der Bearbeitung mit traditionellen oder innovativen Techniken sind keine Grenzen gesetzt. Denn es geht um Vielfalt und Individualisierung. Im Fokus steht das Bedürfnis, alt und neu zu verbinden: Möbel, Accessoires und Kleidung bekommen eine Auffrischung mit Kreidefarben, Streufitter oder groben Stickereien und werden so zu neuen Lieblingsteilen. Ganz wichtig dabei: Der gestalterisch freie Umgang mit Typographien, statt Perfektion zählt Persönlichkeit.

Die Creativeworld Academy bot mit den knapp 30 Workshops eine ideale Plattform für den Austausch zwischen Fachbesuchern und Herstellern. Martina Lammel, Designerin und TV-Moderatorin, führte durch das abwechslungsreiche Programm: «In den Workshops werden nicht nur Kreativthemen, sondern vor allem Emotionen vermittelt.»

Nachhaltigkeit im Fokus

Hinter der neuen Freude am Upcycling (engl. für Abfallveredelung) und dem innovativen Umgang mit Fundstücken aus Flora und Fauna steht das Bedürfnis, sich

auch im kreativen Bereich im Einklang mit der Natur zu bewegen. Diese Einstellung spiegelt sich im Fokus auf wiederverwertbare Materialien, biologisch abbaubare Inhaltsstoffe, reduzierte Verpackungen, wiederauffüllbare Kartuschen und zertifiziertem Holz wider.

Dauerbrenner entwickeln sich weiter

Handlettering, Decoupage, Washi-Tape, Stempel und Stanzen: Die Lieblinge vergangener Jahre sind zu echten Dauerbrennern geworden und haben sich weiterentwickelt. Sie unterstützen den Trend zum Personalisieren, denn mit den beliebten Techniken werden Notiz- und Tagebücher, Rezeptsammlungen und Bullet-Journal-Planer zu unverwechselbaren Begleitern. Selbst der Mensch wird Teil des Kunstwerks – mit Gesichtsstempeln und passenden Farben, hautfreundlichen Baststiften zum Motivmalen und Tattoo-Pens. Auch Acrylic Pouring bleibt ein Riesentrend. Zum Thema Fluid Art ist nun das Gestalten mit alkoholbasierten Tinten hinzugekommen: Ob fließende Farbverläufe, Tropfen oder gegenständliche Motive – der Fantasie sind auch hier keine Grenzen gesetzt. | **pd/vb**



Die Creativeworld 2020 in Frankfurt brachte mit Workshops und Produktvorführungen Lebendigkeit in die Messehallen. (Bild: Messe Frankfurt/Jean-Luc Valentin)



Matthias Zeiher (Beiratsvorsitzender),
Claudia Leimert und InterES Geschäftsführer
Wolfgang Möbus.

InterES setzt auf Vorwärtsstrategie

Die Nürnberger Verbundgruppe InterES setzt auf die Gewinnung neuer Lieferanten und Mitglieder – und baut dabei seit Dezember auf die Unterstützung von Claudia Leimert als Projektmanagerin.

In den vergangenen Jahren hat die InterES deutlich mehr Gesellschafter verloren, als die Grosshandelskooperation dazu gewinnen konnte. «Der PBS-Grosshandel ist kein wachsendes Geschäft», gibt InterES-Geschäftsführer Wolfgang Möbus offen zu. Trotzdem sieht er das Geschäftsmodell der InterES nicht in Frage gestellt.

Der InterES-Beirat hatte bereits im Sommer grünes Licht für eine klare «Vorwärtsstrategie» gegeben und sich damit klar für eine positive Zukunftsentwicklung der InterES entschieden. Der Hintergrund dieser Entscheidung: Bei mehreren Gesprächen von Seiten Wolfgang Möbus mit potenziellen Interessenten, sprich nicht nur Unternehmen, die im Grosshandelsgeschäft aktiv sind, bestätigte sich immer wieder, dass die InterES in der Vergangenheit nur die grosshandelsrelevanten Lieferanten für die ZR gelistet hatte, nicht aber die Spezialisten aus den Bereichen Bürotechnik oder Büromöbel. Auch bei Anfragen aus dem Einzelhandelsbereich (meist Filialisten) fehlten bislang – als Anreiz für eine Mitgliedschaft in der InterES – die wichtigsten Lieferanten aus den Bereichen

Papeterie, Schulranzen, Bücher. Und ohne eine direkte Listung dieser für den Fachhandel relevanten Lieferanten bei der InterES seien keine neuen Mitglieder zu gewinnen.

Um das Manko fehlender Listungen zu umgehen, startete die InterES eine enge Zusammenarbeit mit dem Büroing/Büroforum in Haan. Damit wurde den InterES Mitgliedern über eine gleichzeitige Büroforum-Mitgliedschaft die Möglichkeit geboten, an einer sogenannten doppelstöckigen Zentralregulierung teilzunehmen.

Dies funktioniert, kostet aber doppelt Gebühren, so Möbus: «Die Rückvergütung für die Abrechner ist dadurch geringer, als dies bei einer direkten Listung mit der Inter-ES der Fall wäre. Für grosse Abrechner ist es daher notwendig geworden, dass diese Lieferanten zukünftig direkt über die Inter-ES abgerechnet werden können.» Klares Ziel 2020 ist es, durch neue Mitglieder die Inter-ES noch attraktiver zu gestalten und zukunftsfähig zu machen, «aber auch unsere bisher schon recht überschaubaren Mitgliedsbeiträge noch weiter zu reduzieren», so Möbus.

Um die gesteckten Ziele zu erreichen, bewilligten die Beiratsmitglieder entsprechende Mittel, um eine neue Stelle in der Nürnberger Zentrale zu schaffen. Mit Claudia Leimert, davon ist man in der Inter-ES überzeugt, hat man dafür die richtige Mitarbeiterin gefunden. Sie wurde quasi in die PBS-Branche hineingeboren und ist im elterlichen Betrieb, dem Handelshaus Mattheus, gross geworden. Bis Ende 2014 war sie Geschäftsführerin der Georg Mattheus GmbH, damals noch Soennecken-Mitglied. Nach dem Verkauf des Unternehmens war Claudia Leimert bis zum Sommer 2019 als Niederlassungsleiterin in Bad Hersfeld und Kassel aktiv. Im letzten Jahr ergänzte sie ihr Fachwissen durch erfolgreich absolvierte IHK-Kurse als Marketing- und Eventmanagerin.

www.inter-es.de

Arbeit im Homeoffice nimmt aufgrund der Corona-Pandemie deutlich zu

Fast jeder Zweite in Deutschland arbeitet mittlerweile zuhause. Jeder fünfte Berufstätige macht wegen des Coronavirus zum ersten Mal Homeoffice.

Im Kampf gegen die Corona-Pandemie misst eine deutliche Mehrheit der Deutschen der Digitalisierung grosse Bedeutung bei. Zwei Drittel (65 Prozent) sind der Ansicht, dass digitale Technologien dabei helfen können, die Ausbreitung des Coronavirus zu verlangsamen, etwa durch Homeoffice. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Befragung von mehr als 1000 Bundesbürgern in Deutschland ab 16 Jahren im Auftrag des Digitalverbands Bitkom.

Digitale Technologien mit immensen Potenzialen

Von den berufstätigen Befragten arbeitet mittlerweile jeder Zweite (49 Prozent) im Homeoffice. Für einige von ihnen ist das völlig neu: 18 Prozent durften zuvor gar nicht im Homeoffice arbeiten und machen das jetzt zeitweise (15 Prozent) oder ganz (3 Prozent). Weitere 31 Prozent konnten bereits vorher im Homeoffice arbeiten und tun das jetzt häufiger (17 Prozent) oder ganz (14 Prozent). Dagegen geben 41 Prozent an, ihre Tätigkeit sei grundsätzlich nicht für Homeoffice geeignet.

«Die Corona-Pandemie und die drastischen Beeinträchtigungen des öffentlichen Lebens erzwingen ein radikales Umdenken in der Kultur vieler Unternehmen. Digitale Technologien sind der Schlüssel, um die Arbeitsfähigkeit von Wirtschaft und öffentlichen Einrichtungen wie Ämtern und Schulen auch in dieser ausserordentlichen Krisensituation zu gewährleisten», sagt Bitkom-Präsident Achim Berg. «Dass mobiles Arbeiten und mobiles Lernen zum Standard werden könnten, schien bislang undenkbar. Jetzt aber werden wie unter einem Brennglas die immensen Potenziale sichtbar, die digitale Technologien grundsätzlich bieten – im Kampf gegen das Virus wie auch in der Reduzierung des Berufsverkehrs und verkehrsbedingter Emissionen. Alle Unternehmen sind gefordert, Homeoffice für die dafür geeigneten Tätigkeiten einzuführen.» | pd

Quelle: Bitkom Servicegesellschaft GmbH

WWW • haptik.ch/stellen

(Bild: iStock.com/kupicoo)



Mc PaperLand ist seit über 25 Jahren erfolgreich auf dem Markt und ist eines der führenden Unternehmen in der Papeteriebranche mit einem Filialnetz in der ganzen Deutschschweiz. Nebst einem starken Angebot an Papeterie-, Bürobedarf und diversen Geschenkartikeln haben wir uns zum Ziel gesetzt unsere Kunden bestmöglich zu beraten. Werden Sie ein Teil davon!

Detailhandelsfachfrau (w/m) 100%

Ihr Arbeitsort:

– Einkaufszentrum Seedamm-Center, Pfäffikon

Ihr Arbeitsbeginn:

– Per sofort oder nach Vereinbarung

Ihre Aufgaben:

- Bedienung und Beratung der Kundschaft sowie der aktive Verkauf
- Entgegennahme und Bearbeitung von Kundenanliegen
- Warenbewirtschaftung
- Sicherstellen einer optimalen Warenpräsentation gemäss internem Konzept

Ihr Profil:

- Abgeschlossene Ausbildung in der Papeteriebranche
- Engagierte, selbstständige und flexible Persönlichkeit
- Freude am direkten Kundenkontakt

Wir bieten:

- Sorgfältige Einarbeitung
- Abwechslungsreicher Arbeitsalltag
- Aufstiegsmöglichkeiten
- 5 Wochen Ferien

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Gerne erwarten wir Ihre vollständige Bewerbung inklusive Foto vorzugsweise in elektronischer Form.

Mc PaperLand, Andreas Kümin AG

Frau Monika Zehnder, Betti 52, 8856 Tuggen

monika.zehnder@mcpaperland.ch

www.mcpaperland.ch

Wir freuen uns auf Sie!

Rätsel-Auflösung aus haptik Nr. 2/2020

Haben Sie das haptik-Rätsel erfolgreich geknackt? Falls nicht, hier die Lösungen.

Lösungswort: Neuheiten

1. Stationery 2. wasserfest 3. Schulthek 4. Geschenkpapier 5. Set 6. Spielwaren 7. ToyAward
8. Paperworld 9. Recycling

Der Gewinner oder die Gewinnerin der Mini-Box «Brushmarker Pro 26er Set inkl. Blender» von karin wurde im haptik-E-Mail-Newsletter vom 1. April 2020 bekannt gegeben.



So werden Geschenke heute verpackt!

Egal wie gross Ihre Geschenke sind – mit PERFECTA haben Sie immer die perfekte Lösung.



Vorschau haptik^{ch} Nr. 4/2020

Swissness ist Trumpf: Grüezi und Bonjour!



Ob Büro, Schule, Papeterie oder Spiel: Im nächsten haptik-Magazin stehen traditionelle Schweizer Hersteller und Lieferanten im Fokus – inklusive einem Exkurs zu spannenden Firmen aus der Romandie.
(Bild: pixabay.com)

Kreatives Gestalten: Trends und Produktneuheiten



In der Kreativbranche werden laufend neue Ideen, Techniken und Materialien vorgestellt. Welche Trends und Neuheiten sind aktuell? Und welche Highlights bot die SWISSplannerCon am 6. Juni in Bern?
(Bild: Messe Frankfurt/Jean-Luc Valentin)

Vorschau zur ORNARIS Sommer-Ausgabe 2020



Die Geschenke-Saison rückt näher: Fach-einkäufer können an der ORNARIS in Bern vom 16. bis 18. August neue Produkte und Trends für das Weihnachtsgeschäft 2020 entdecken. Die Messevorschau gibt es in haptik Nr. 4/2020. (Bild: BERNEXPO AG)

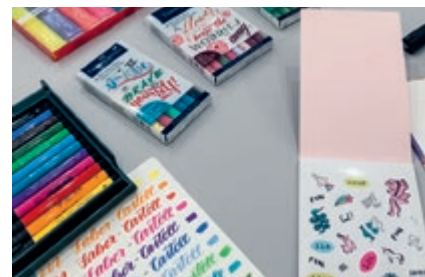
WWW. haptik.ch/termine

6. Juni Sa	SWISSplannerCON Bern Die Fans von Bullet Journaling, Handlettering und Co. treffen sich zum zweiten Mal an der SWISSplannerCON in Bern. www.swissplannercon.ch
23.–25. Juni Di bis Do	TWENTY2X Hannover Die neue Messe TWENTY2X in Hannover dreht sich um die digitale Zukunft des Mittelstandes. www.twenty2x.de
27.–30. Juni Sa bis Di	Tendence Frankfurt Neuheiten rund um die Themen Wohnen und Schenken zeigt die Konsumgütermesse Tendence in Frankfurt. tendence.messefrankfurt.com
8.–10. Juli Mi bis Fr	ISOT Tokio Die internationale Stationery & Office Products Fair Tokyo (ISOT) ist Japans grösste PBS-Fachmesse. www.isot.jp
11.–13. Juli Sa bis Mo	TrendSet München Die TrendSet ist die internationale Fachmesse für Interiors, Inspiration und Lifestyle in München. trendset.de
16.–18. August So bis Di	ORNARIS 2020 Bern Beim wichtigsten Treffpunkt der Schweizer Detailhandelsbranche im Sommer steht das Weihnachtsgeschäft im Fokus. www.ornaris.ch
29.–31. August Sa bis Mo	LIVE & GIVE Rheinberg (DE) «Jedem Anfang wohnt ein Zauber inne» – Antrieb und Anspruch für eine neue Fachmesse für Interior und Lifestyle. live-give-messe.de
4.–8. September Fr bis Di	Maison & Objet Paris Rendez-vous in Paris: An der Maison & Objet dreht sich alles um Design, Lifestyle und Innendekoration. www.maison-objet.com
11. September Fr	London Stationery Show London Papeterie-Fans sind willkommen an der führenden Papeteriemesse London Stationery Show im Business Design Centre. www.stationeryshowlondon.co.uk

Präsentiert wird hier eine Auswahl der wichtigsten Branchentermine. Alle Daten ohne Gewähr. Preis für Termin-Highlight (farbliche Hervorhebung und Kurzartikel mit Bild) siehe Mediadata auf www.haptik.ch. Daten für Termine bitte direkt an vanessa.borer@rubmedia.ch

Beachten Sie auch www.haptik.ch/termine

SWISSplannerCon: für Fans des analogen Planens



Sich inspirieren lassen, Neues dazulernen und sich austauschen rund um Handlettering und Bullet Journaling – an der zweiten SWISSplannerCon Anfang Juni in Bern steht die Begeisterung fürs kreative Organisieren im Zentrum. (Bild: cl)

ORNARIS: Treffpunkt des Schweizer Detailhandels



Vom 16. bis 18. August 2020 wird die ORNARIS wieder zum beliebten Treffpunkt der Schweizer Detailhandelsbranche. Die Sommerausgabe findet traditionell in Bern statt und bietet Facheinkäufern Produktneuheiten und Trends. (Bild: BERNEXPO AG)

Neue B2B-Fachmesse für Interior und Lifestyle



Charmant, persönlich, kompakt und kompetent: So wird für die neue B2B-Fachmesse vom 29. bis 31. August 2020 im deutschen Rheinberg geworben. Die Trendschau zeigt Produkte rund ums Schenken, Wohnen und Freizeit. (Bild: pixabay.com)

ELCO

switzerland

ELCO – Collegeblöcke

Speziell für den Einsatz im Businessbereich

Titel und Datumsfeld

5 mm kariert

Angenehm grauer Liniendruck

Perfekt im Büroalltag

Hochwertige Prestigevariante mit satiniertem Papier für noch besseres Schreibgefühl oder der Alltagsheld mit Offsetpapier.

Sie bestimmen, welcher Collegeblock Ihr Meeting-Begleiter wird!