

60 Jahre markante Produkte



(Januar 2020) **Als edding vor 60 Jahren als kleiner 2-Mann-Betrieb in einem Hamburger Kellerraum gegründet wurde, konnte noch niemand ahnen, wohin sich das Unternehmen entwickeln würde. Mit einem Startkapital von 500 Mark, einer cleveren Geschäftsidee und einer einfachen Schreibmaschine legten die beiden Schulfreunde Carl-Wilhelm Edding und Volker Detlef Ledermann den Grundstein zu einer globalen Marke, die heute (2018) einen Konzernumsatz von 141 Mio. Euro erwirtschaftet.**

Aus dem reinen Handelsunternehmen, das den ersten Permanentmarker auf dem deutschen Markt eingeführt hat, ist ein börsennotierter Konzern mit heute über 600 Mitarbeitern weltweit und 150 verschiedenen Produkten geworden, die in über 110 Ländern der Erde vertrieben werden. Bereits seit 1965 gehört auch die Marke Legamaster (vormals planMaster) mit Produkten zur Visuellen Kommunikation zum Konzern.

Die 2. Generation übernimmt das Ruder

Seit 2005 führt Per Ledermann das Familienunternehmen in zweiter Generation. Dabei ist sein erklärtes Ziel, die starke Position eddings in den klassischen Märkten, die von der Digitalisierung stark beeinflusst werden, zu erhalten und gleichzeitig neue Anwendungsfelder für die Marken edding und Legamaster zu erschließen. „Daher suchen wir gezielt nach neuen Bereichen, die Wachstumspotential haben und sich immer nah am Markenkern „Ausdruckskraft“ orientieren. So wurden beispielsweise neue Marker für die Dekoration von Porzellan eingeführt sowie Acryllackspray, Produkte fürs Handlettering, Nagellack und Druckerpatronen“, erläutert Per Ledermann die Strategie. „Do-it-yourself hat sich in den letzten Jahren als Trend entwickelt und ist eines unserer stärksten Wachstumsfelder, in dem wir weiterhin deutliche Akzente setzen und dem Handel auch in 2020 spannende neue Konzepte vorstellen werden.“

Digitalisierung als Chance

Im Zuge der Digitalisierung hat edding Möglichkeiten entdeckt, seine Stärken aus dem Markergeschäft auf andere Industrien und Applikationen zu übertragen und beschäftigt sich mit innovativen digitalen Technologien. Um die Entwicklung und Forschung an diesen neuen Lösungen im Bereich Markieren und Drucken und den internationalen Vertrieb zu beschleunigen, wurde Ende 2018 ein Start-Up gegründet - die edding Tech Solutions GmbH - mit Sitz in München. Zum Portfolio gehören zurzeit der edding Code sowie edding Compact Printer, Industriedrucker, die in hoher Qualität Informationen auf Oberflächen unterschiedlichster Art drucken. Beim edding Code kommt leitfähige Tinte zum Einsatz, die als unsichtbarer Code auf Papier, Verpackungen oder Labeln gedruckt wird und mittels Smartphone ausgelesen werden kann. Der edding Code bietet neue Lösungen zur Verifizierung

der Echtheit von Markenprodukten, zur Dokumentensicherheit, für interaktive Verpackungen oder für Marketing- und Promotionaktivitäten.

Online-Marketing-Aktivitäten

Die Welt hat sich in rasantem Tempo verändert und mit ihr auch das Marketing und die Kommunikation. Früher reichte es aus, ein attraktives Produkt zu haben, Anzeigen zu schalten, Kataloge und Werbeplakate für den Handel bereitzustellen. Im digitalen Zeitalter sind komplett neue Ansätze erforderlich, die gleichzeitig die Chance bieten, in direkten Austausch mit den Endverbrauchern zu treten. So begleitet edding den Launch neuer Produkte, vor allem im Kreativbereich, mit reichweitenstarken Influencer-Kampagnen und umfangreichen Social-Media-Aktivitäten, die das Kundeninteresse und die Bekanntheit der Produkte in der Zielgruppe fördern. Newsletter und eine informative, nutzerfreundliche Website, die laufend aktualisiert wird, unterstützen die Maßnahmen. Im Jubiläumsjahr präsentiert das Unternehmen eine umfangreiche Marken-Kampagne mit dem Titel „52 facts about edding“. Jede Woche haben die User auf Facebook die Chance, spannende, witzige oder auch überraschende Fakten über edding zu erfahren. Zum Beispiel schreiben edding Marker nicht nur Notizen, sondern auch Geschichte: Zur Zeit der Wende haben sich unter anderem Michail Gorbatschow, George Bush und Helmut Kohl auf der Berliner Mauer verewigt.

Handelssupport mit 360-Grad-Ansatz

Auch der Handelssupport wurde auf ein neues Level gehoben. Mit der Integration einer PIM-Lösung stellt edding Produktinformationen für den Einsatz in unterschiedlichsten Ausgabemedien bzw. Vertriebskanälen zur Verfügung. Um den Handel beim Launch neuer Produkte optimal zu unterstützen, wurde ein „360-Grad-Ansatz“ entwickelt, der alle Maßnahmen von der Produkt- und

Sortimentsentwicklung über Marketing-, Online- und Social-Media-Aktivitäten bis zur Verkaufsförderung am PoS exakt aufeinander abstimmt, um ein bestmögliches Ergebnis zu erzielen.

Adresse für Herstellernachweis:

edding International GmbH
Bookkoppel 7, D-22926 Ahrensburg
Tel. +49 (4102) 808 0, Fax +49 (4102) 808 169
E-Mail: info@edding.de, www.edding.com

Weitere Informationen und Bildmaterial:

Christiane Gieschen, edding International GmbH
Telefon: 04102 / 808 282, Fax: 04102 / 808 236
E-Mail: cgieschen@edding.de