

PRESSEINFORMATION

Der Vorhang fällt: Der Office Gold Club verabschiedet sich nach 16 Jahren erfolgreicher Markenförderung

Düsseldorf – Hier war alles Gold, was glänzt. Der Office Gold Club (OGC) war eine in seiner Branche einzigartige Initiative. Namhafte Hersteller aus der PBS (Papier, Büro, Schreibwaren) -Branche, darunter zum Teil direkte Wettbewerber, haben sich 2005 zusammengefunden, um gemeinsam effektiver agieren zu können. Das Ziel der Markenunternehmen: die qualitative und quantitative Verbesserung des Markenbewusstseins bei den Verbrauchern, insbesondere in der wichtigen Zielgruppe der Einkaufsentscheider. Ein weiterer wichtiger Fokus der Club-Arbeit lag auf der Förderung einer qualitätsorientierten Bürowelt. Dafür entwickelten die Mitglieder im Dialog mit Anwendern und Händlern zukunftsweisende Ideen und Lösungen. Am 30.06.2020 werden die Aktivitäten des OGC nun eingestellt.

„Es gehört zu den großen Erfolgen des Office Gold Club, das Image und die Bedeutung von Markenprodukten deutlich gefördert und gestärkt zu haben. Auch haben wir Markenhersteller uns als wichtige Anlaufstelle und kompetente Ansprechpartner für Einkaufsentscheider etablieren können. Beides bleibt, auch wenn der Office Gold Club selbst nicht mehr aktiv sein wird“, berichtet OGC Geschäftsführer Horst Bubenzer. Beiratsvorsitzender Andreas Soick ergänzt: „Wir haben viele intensive Kontakte geknüpft und standen kontinuierlich in persönlichem Austausch mit einer Vielzahl von Einkaufsentscheidern. Das soll und wird auch in Zukunft nicht abreißen. Der Kontakt wird nun von den einzelnen Markenherstellern gepflegt und nicht

mehr vom Gesamtverbund des Office Gold Club.“ Horst Bubenzer führt weiter aus: „Wir haben unsere Mission erfüllt und Marken und Branche gestärkt. Heute ist der gesamte Markt aber viel diverser und dynamischer geworden. Das erfordert sehr differenzierte Konzepte. Daher ist es jetzt an der Zeit, dass die Markenhersteller ihre Konzepte und Ansprüche individuell festlegen und steuern – was folgerichtig in ihrer eigenen Hand liegt.“

Auf www.office-gold-club.de finden Einkäufer Kontaktmöglichkeiten zu den einzelnen Markenherstellern sowie die Option, deren Newsletter zu abonnieren. So erhalten gewerbliche Einkäufer auch zukünftig alle relevanten Informationen rund um zukunftsweisende Lösungen für den Arbeitsplatz und die innovativen Markenprodukte der Hersteller.

Eingebunden in die Arbeit des OGC waren während des gesamten Zeitraums auch verschiedene PBS-Händler. „Wir möchten uns ausdrücklich bei unseren Handelspartnern bedanken, die den Weg in den vergangenen 16 Jahren gemeinsam mit uns gegangen sind. Vor allem bei unseren Veranstaltungen waren die Partnerhändler sehr aktiv und haben ihren Kunden eine besondere Informationsplattform geboten“, führt Horst Bubenzer aus.



Horst Bubenzer,
OGC Geschäftsführer



Andreas Soick,
OGC Beiratsvorsitzender

Messen, Mailings und Muster

Veranstaltungen waren eines der Kernelemente des OGC. Ob Roadshows, Markentage, Expertentreffs oder die Partizipation bei Paperworld Procurement – bei allen Events hatten Einkaufsentscheider die Gelegenheit, die Modern Work Lösungen der Markenhersteller persönlich kennenzulernen und in den Dialog mit Herstellern und Händlern zu treten. News und Expertenwissen, Produktlösungen und Gesamtkonzepte: Darüber

informierten auch regelmäßig die OGC-Mailings und -Website. Von der weiteren Möglichkeit, Produktmuster kostenlos testen zu können, machten zudem Tausende Gebrauch.

Für seine außergewöhnlichen Marketingkonzeption und -aktivitäten wurde der Office Gold Club 2008 mit dem European Office Products Award in der Kategorie „Editor’s Choice“ ausgezeichnet.

Bewegende Momente und verblüffende Rekorde

16 Jahre Office Gold Club – neben aller Professionalität gab es auch besonders ergreifende, lustige oder ungewöhnliche Momente. So rührte die Referentin der Roadshow 2011, Kirsten Bruhn, ihre Zuhörer zu Tränen, als sie über ihre Querschnittlähmung nach einem Motorradunfall im Alter von 20 Jahren berichtete. Sie gab nie auf und wurde mehrfache Goldmedaillengewinnerin bei den Paralympics. Ausnahmeschwimmerin und Sportmoderatorin Kristin Otto verriet 2009, dass sie bei Wettbewerben immer in Wollsocken zum Startblock ging – erst von den Konkurrenten belächelt und dann gefürchtet. „Menschen stolpern nicht über Berge, sondern über Maulwurfshügel“ – mit dieser Botschaft ermutigte Ironman Joachim Franz die Roadshowteilnehmer, auch große Ziele beherzt anzugehen. Dass Büroprodukte durchaus lafstegtauglich sind, zeigte 2015 die Haute-Couture Designerin Sibilla Pavenstedt mit ihrer exklusiven Office Gold Club Kollektion, kreiert aus Büroartikeln der beteiligten Markenhersteller. „Gesunde Pause“ – auch das ist wichtig am Arbeitsplatz und Bestandteil einer Burnout-Prävention. Ausnahme-Skispringer Sven Hannawald verriet 2018 dazu wertvolle Tipps.

Ebenfalls 2018 erhielten gleich mehrere der OGC Förderunternehmen den Nachhaltigkeitspreis von Deutschland Test für ihr vorbildliches soziales, ökonomisches und ökologisches Verhalten.

Bei den OGC Veranstaltungen – von den Roadshows über die Marken- und Expertentage bis hin zur Procurement-Teilnahme – wurden in den 16 Jahren zudem Rekorde der etwas anderen Art aufgestellt:

- 3.062 Jahre ist das zusammengenommene Alter aller OGC-Förderunternehmen.

- 15.150 Besucher informierten sich bei Roadshow-Veranstaltungen, Expertentagen und Procurement über die Lösungen der Office Gold Club Förderunternehmen.
- Über 300.000 Give-Aways wurden in den legendären OGC-Koffern und -Boxen verteilt.

OGC-Förderunternehmen: Das Who's who der PBS-Branche

Markenprodukte leisten mehr als No Names – diesen Beweis stellten die im Office Gold Club zusammengeschlossenen Hersteller seit der Gründung 2005 in jedem Jahr erneut eindrucksvoll unter Beweis. Nahezu alle großen Player der PBS-Branche waren zeitweise oder während des gesamten Zeitraums dabei. „Zu den großen Stärken des Office Gold Club zählte, dass alle Förderunternehmen kooperativ und konstruktiv zusammengearbeitet haben – darunter durchaus auch starke Konkurrenten“, berichtet Horst Bubenzer. „Uns allen war immer klar, dass wir gemeinsam mehr Schlagkraft haben, um unsere wichtigste Zielgruppe effizient ansprechen zu können. Und das gelingt nur in einem fairen Miteinander, bei dem der Wettbewerb ein Stück weit ausgeklammert wird.“

Folgende Unternehmen/Marken haben sich im OGC engagiert:

- 3M (mit Post-it® und Scotch™)
- ACCO Brands
- Avery Zweckform
- BIC
- Brother
- Casio
- Dahle
- DURABLE
- Dymo
- edding
- Elba
- Exacompta Clairefontaine
- Faber-Castell
- Franken
- Hamelin
- HERMA
- Holtz
- HSM
- Landré
- Leitz
- Magnetoplan

- Maul
- Mondi
- Novus
- Oxford
- Pelikan
- Pilot
- Pritt
- Rapid
- Römerturm
- Sanford
- SCHNEIDER
- Sigel
- Staedtler
- tesa
- Trodat
- UHU

Die Köpfe hinter dem Erfolg

Das ungewöhnliche Konzept des OGC war nur deshalb über einen langen Zeitraum so erfolgreich umsetzbar, weil neben den engagierten Förderunternehmen, Handelspartnern und interessierten Einkäufern ein passioniertes Beirats-Team ehrenamtlich für den Club aktiv war. Zu den Machern des OGC gehören:

- Geschäftsführer: Thomas Heine, Nicola Perl, Per Ledermann, Horst Bubenzer
- Beiratsvorsitzende: Horst Bubenzer, Andreas Soick
- Händlerbeiräte: Axel Schubert, Klaus Johanßon, Holger Schubert
- Beiräte: Peter Friedrich, Wolfgang Stemmer, Sven Schneller, Frank Lutz, Frank Riebau, Christian Schneider, Christoph Ollig, Paul Schalk, Stefan Warkalla
- Gast-Beirat: Thomas Bona
- Organisatorin: Carmen Schwenk
- Agenturen: Quartier Stuttgart, GROSSE LIEBE, Menyesch PR

„Ein großes Dankeschön an alle, die mit viel Herzblut dabei waren und aus einer tollen Idee eine anderthalb Dekaden währende Erfolgsstory gemacht haben“, erklärt Horst Bubenzer.

Der Office Gold Club

2005 haben sich große Markenhersteller der PBS-Branche – darunter auch direkte Wettbewerber – zum Office Gold Club (OGC) zusammengeschlossen, um gemeinschaftlich mit mehr Schlagkraft ihre wichtigste Zielgruppe, die Einkaufsentscheider, anzusprechen und gleichzeitig das Image von Markenprodukten zu stärken. 2006 wurde der OGC in eine GmbH umgewandelt, in der Geschäftsführer und Beirat ehrenamtlich agierten und gemeinsame

Marketingaktivitäten planen und durchführen. Ziel der Kooperation war es, die Arbeits- und Lebensqualität am (Büro-) Arbeitsplatz durch hochwertige Markenprodukte zu erhöhen.

Weitere Informationen unter www.office-gold-club.de.

Informationen und Bildmaterial:

Menyesh Public Relations GmbH

Claudia Twelsiek

Kattrepelsbrücke 1, 20095 Hamburg, Tel.: 040-36 98 63-17, Fax: 040-36 98 63-0,

E-Mail: ogc@m-pr.de