



Perfekte Location für die „Office B-B“: die Classic Remise in Berlin Moabit als Tempel der Automobilgeschichte



Rekord-Besucherzuspruch: Knapp 600 Einkaufsverantwortliche nutzten die Gelegenheit zum Infoaustausch.

# „Office B-B“ in Berlin mit Rekordwerten

Die Mischung stimmt – und das Konzept dahinter ebenso: Der Berliner Fachhändler **Roy Schulz** konnte auf der Mitte September veranstalteten Bürofachmesse „Office B-B“ mit neuen Themen, knapp 600 Besuchern sowie mit zufriedenen Ausstellern weiter punkten.

**Das Fachhandelsunternehmen** Roy Schulz verzeichnet nach der konzeptionellen Umstellung von der klassischen Hausmesse hin zur eigenständigen Branchenveranstaltung weiterhin beachtliche Zuwächse an Fachbesuchern und Ausstellern. Durch die Location-Wahl der Classic Remise in Berlin Moabit als besonderem Veranstaltungsort, wo am 19. September inzwischen zum dritten Mal die Messe unter dem neuen, einprägsamen Markennamen „Office B-B“ stattfand, sowie durch die stärkere Präsenz der Dienstleistungen für Kunden und Aussteller, konnte eine besonders hohe Zufriedenheit erzielt werden, wie die beiden Geschäftsführer Roy Schulz und Heiko Dalmer bestätigten. Allein schon die Classic Remise als Event-Location der besonderen Art mit dem ansprechenden Ambiente legendärer Oldtimer von Porsche, Rolls-Royce, Maserati,

Ferrari und vielen anderen hat sich als Glücksgriff herausgestellt. Zudem wird auf Anregungen der Besucher auch das Spektrum der Aussteller ständig erweitert. So waren in diesem Jahr erstmals unter anderem ein namhafter Entsorger, ein Anbieter infrastruktureller Dienstleistungen sowie ein IT-Dienstleister/Softwarehaus mit dabei. Hinzu kamen mehr als 50 Aussteller aus den Kernbereichen Bürobedarf, Büromöbel, Werbemittel sowie büronahen Dienstleistungen, die auf einer Fläche von rund 1000 Quadratmetern ihre Neuheiten präsentierten. „Letztlich muss das Gesamt-



Freundschaftsbesuch aus Jena: Roy Schulz (r.) konnte auch den Branchen-Kollegen Udo Böttcher (l.) begrüßen.

paket angefangen von der Location-Auswahl über das Catering und dem gezeigten Produkt- und Dienstleistungsspektrum bis zur persönlichen Betreuung stimmen“, so die Erkenntnis von Roy Schulz,

der inzwischen auf die Erfahrung von elf eigenen, großen Kundenveranstaltungen bauen kann.

## Neues Motto, zufriedene Besucher

Das Motto und der Schwerpunkt der diesjährigen „Office B-B“ war das Kernthema „Nachhaltigkeit“. An vielen Ständen der Aussteller sowie an einem eigenen „Roy Schulz Infostand“ standen Spezialisten mit Rat und Tat zur Verfügung. Ein weiteres neues Veranstaltungsformat bildeten die Fachvorträge. Neben Ard Jen Spijkervet, Vice President Central Europe bei Esselte Leitz, der über „die Bedeutung der Marke“ informierte, gab es weitere Vorträge zu den Themen „TCO – Betrachtung bei der Beschaffung von Büromaterialien“ sowie „aktuelle Gesetzgebung zur Vernichtung von Akten und Datenträgern“. Insgesamt 584 Fachbesucher aus den unterschiedlichsten Zweigen von Industrie, Handwerk und Handel sowie Behörden und Finanzwesen nutzten den Tag, um sich ganzheitlich von Produktneuheiten und Dienstleistungen rund um das Büro beraten und inspirieren zu lassen – eine Rekordzahl. Heiko Dalmer konnte jeweils den 250sten und 500sten Besucher persönlich in Empfang nehmen und mit einem Präsentkorb begrüßen. Die meisten Kunden kamen erwartungsgemäß aus den Bundesländern Berlin und Brandenburg; darüber hinaus waren



**Persönlicher Empfang: Heiko Dalmer bei der Begrüßung des 500sten Besuchers**

aber auch zahlreiche Gäste aus dem gesamten Bundesgebiet angereist. Diese wurden speziell mit Hotel- und Übernachtungshinweisen, Parkplätzen an der Ausstellungslocation sowie einem Bahn- und Flugbuchungsservice perfekt betreut. Auch „Branchen-Kollege“ Udo Böttcher von der Büromarkt Böttcher AG in Jena nutzte die Gelegenheit für einen Besuch.

## Weiter gut auf Kurs

Das Fachhandelsunternehmen Roy Schulz kann weiterhin auf eine positive Firmen- und Umsatzentwicklung verweisen. So konnte das Wachstum von knapp zehn Prozent im vergangenen Jahr auch 2014 weiter fortgesetzt werden, wie die beiden Firmenchefs Roy Schulz und Heiko Dalmer erläuterten. Für das Gesamtjahr wird ein Plus „im klar zweistelligen Bereich“ erwartet. Dabei konnten in diesem Jahr vor allem neue Großkunden wie beispielsweise der Entsorgungsdienstleister Alba oder Zalando neu gewonnen werden. Erfolgreich entwickelte sich zudem die engere Verzahnung der drei Kernbereiche Büromaterial, Büromöbel und Werbematerial. Die langfristige Blickrichtung spielt generell bei Roy Schulz eine zentrale Rolle. So steht bereits jetzt der Termin für die „Office B-B“ im kommenden Jahr fest, die am 18. September 2015 wieder in der Classic Remise veranstaltet wird.

[www.office-bb.de](http://www.office-bb.de)  
[www.royschulz.de](http://www.royschulz.de)



**Weitere Inhalte vermittelt (v.l.): Roy Schulz und Esselte-Leitz-Europachef Ard Jen Spijkervet, der einen Vortrag über „die Bedeutung der Marke“ hielt.**

# ES MUSS NICHT IMMER ORIGINAL SEIN.



Das Frankiermaschinen-Zubehör von KMP **PASST PERFEKT**, druckt in bestechend **HOHER QUALITÄT** und glänzt mit einem unschlagbaren **PREISVORTEIL** gegenüber den Tinten und Bändern der Originalhersteller. Wählen Sie mit gutem Gewissen KMP!

[www.kmp.com](http://www.kmp.com)

**Frankierzubehör für FRANCO-TYP  
POSTALIA, FRAMA, NEOPOST und  
PITNEY BOWES**