

Wie eine Hülle zum Designobjekt wurde

Die Gründerinnen von **JuliFoli** haben in der Dokumentenhülle mehr Potenzial gesehen – und mit dem Material der Firma **Sihl** ein Produkt mit Mehrwert kreiert. Nicht nur Hotels, Agenturen sowie viele „mobile workers“ schätzen mittlerweile die funktionalen Hüllen.

Vom lange unbeachteten Büroklassiker zum modernen Ordnungshelfer – mit Chique, mit praktischen Zusatzfunktionen und der Option, das Produkt zu individualisieren – JuliFoli bietet besondere Prospekthüllen: Eine USA-Reise und die inspirierenden Einflüsse der dortigen japanischen Trendläden hatten den Impuls für die Businessidee gegeben. „Wir haben uns in den Gedanken verliebt, die eher trostlose Klarsichthülle smarter und individueller zu gestalten“, erzählt Gabriela Grassmann. Gemeinsam mit Ina Braun ließ sie diesen Gedanken Wirklichkeit werden. Die beiden Gründerinnen entwickelten ein Produkt, das ihnen auf Reisen, aber auch in ihren Jobs in der Kreativindustrie immer fehlte: Vollflächig bedruckte Dokumentenhüllen, die in Kombination mit außergewöhnlichen Grafiken konkrete Zusatzfunktionen für den Nutzer bereit halten.

Verändertes Nutzerverhalten

„Mit dem digitalen Wandel hat sich auch das Archivierungsverhalten geändert. Vieles wird mittlerweile in der ‚Cloud‘ gespeichert und nicht länger in Ordnern im Büroschrank abgelegt“, erklärt Gabriela Grassmann den Hintergrund. Doch es gebe nach wie vor wichtige Unterlagen, die ausgedruckt werden müssen: „Hier braucht es Lösungen, die neben dem Schutz und der Aufbewahrung individuellen Zusatznutzen schaffen, zum Beispiel als kluge, mobile Alltagshelfer für Büro, Schule und Ausbildung“, erklärt Grassmann den konzeptionellen Ansatz. Im



Ausschnitt aus dem Sortiments-Spektrum: Stadtpläne, Landkarten, Muster, Farben – zugeschnitten auf unterschiedlichste Einsatzgebiete.

Rahmen der Suche nach dem optimalen Material wurden zunächst unterschiedliche Papier- und Foliensorten getestet. Letztlich fiel die Wahl auf „Enduro Ice“ von Sihl, ein spezielles Verbundmaterial bestehend aus einem Folienkern und zwei äußeren Papierlagen. Das einreißfeste Material überzeugte durch die halbtransparente, ansprechende Optik, die hochwertige Papierhaptik und die Strapazierfähigkeit. „Wir wollten Dokumentenhüllen, die visuelle Freude bereiten, die helfen, Wichtiges schnell zu finden und die sich auch eignen, etwas wertschätzend zu verpacken und zu übergeben“, sagt Braun.

Dass „Enduro Ice“ vom Beschichtungsspezialisten Sihl im Werk Düren produ-

ziert wird und damit „Made in Germany“ ist, überzeugte zusätzlich. Auch die weiteren Arbeitsschritte auf dem Weg zur JuliFoli-Dokumentenhülle finden ausschließlich in Deutschland statt. Das Ausgangsmaterial wird von Sihl zu ausgewählten Druckereien geliefert. Diese bedrucken und verarbeiten das Material nach den Vorgaben von Braun und Grassmann.

Inzwischen gibt es die JuliFoli-Dokumentenhüllen ganz offiziell am Markt. Sie werden in verschiedenen Serien angeboten, von der einfarbigen Hülle mit der Möglichkeit, diese mit Aufklebern zu individualisieren, über Hüllen mit Stadtplänen von zum Beispiel Paris, New York oder Berlin bis hin zu Lernhilfen mit Komma-



Veredelung bei Sihl in Dürren: Das Unternehmen nutzt die Hüllen aus „Enduro Ice“ zur Versendung seiner Mustermaterialien und Verkaufsunterlagen.



Ina Braun und Gabriela Grassmann: die JuliFoli-Gründerinnen haben ein Produkt geschaffen, das zum zunehmend digitalen Leben passt.

meln, dem Periodensystem und dem Farbkreis oder allen Länderflaggen.

Vertrieben werden die Dokumentenhüllen weltweit – über spezialisierte Importeure und Händler. Die Endkunden finden die Hüllen in Deutschland bereits in Museumsshops, Design-, Lifestyle- und Geschenkeläden sowie im Fachhandel für hochwertigen Büro- und Papeteriebedarf.

Individualisierung als Chance

Unternehmenskunden bietet JuliFoli zudem individuelle Hüllen im Corporate Design. Gute Erfahrungen hat damit zum

Beispiel das bayrische 5-Sterne-Hotel Schloss Elmau gemacht. „Wir legen im Haus sehr viel Wert aufs Detail“, erzählt Naomi Jödicke, Print & Online Publications Manager in Schloss Elmau: „Irgendwann fiel mir am Empfang auf, dass unsere Gäste zum Teil mit einem Wust an Papier begrüßt oder verabschiedet wurden und dieser dann in eine unschöne Standard-Hülle wanderte. Das entsprach nicht wirklich den hohen Erwartungen. Daraufhin haben wir nach einer ansprechenden Lösung gesucht und diese bei JuliFoli gefunden.“ Entstanden ist dann eine Hülle passend zur CI des Hotels –

anthrazitfarben, mit dem Logo von Schloss Elmau und dem Markenzeichen, dem Elefanten, auf der Vorderseite. „Zu Beginn sollten die Hüllen nur am Empfang genutzt werden. Aufgrund der Nachfragen liegen sie mittlerweile auch auf den Zimmern aus und werden von unseren Gästen gerne benutzt oder mitgenommen“, so Jödicke weiter.

Wie geht es weiter? Die beiden JuliFoli-Macherinnen haben noch viele Ideen: „Ein Zukunftsthema, das wir mit Sihl gerne angehen möchten, ist zudem eine Weiterentwicklung des Materials komplett aus nachwachsenden und/oder abbaubaren Rohstoffen. Wir möchten unseren Kunden ein ‚lebendiges‘ Produkt zur Verfügung stellen, bei dem wir täglich aufs Neue daran arbeiten, uns für Mensch und Umwelt zu verbessern“, so Grassmann und Braun. Bestätigung auf diesem Weg gab es bereits: So erhielt JuliFoli 2015 vom Verband der PBS-Markenindustrie den Innovationspreis als „Produkt des Jahres 2015“ und gehört zudem zu den Nominierten des „German Design Awards 2016“. Und: JuliFoli zählt zu den Gewinnern des „DesignPlus“-Wettbewerbs 2016 der Messe Ambiente.

www.julifoli.de

www.sihl.de

Novus Dahle

Dominique Fanta neuer Vertriebschef

Seit Anfang Juni ist Dominique Fanta ist neuer Sales Director verantwortlich für die Region Zentral-Europa bei Novus Dahle. Der 37-Jährige bringt für seine Arbeit bei dem Lingener Spezialisten für Bürotechnik und -einrichtung viel Erfahrung in der PBS-Branche mit: Seit dem Jahr 2002 war er im Key-Account-Management und der Vertriebsleitung von Unternehmen und Marken wie Tarifold, 3L und Lediberg tätig. Novus Dahle ist eine Tochter der emco Group, einem seit 1945 familiengeführten Traditionsunternehmen mit Hauptsitz in Lingen (Ems). Die Unternehmensgruppe ist mit 1200 Mitarbeitern und einem Jahresumsatz von 150 Millionen Euro international aktiv.

www.novus-dahle.com



Dominique Fanta

Maul

Weiter auf Wachstumskurs

Mit einer Umsatzsteigerung von 10,7 Prozent hat der in Bad König im Odenwald ansässige Büroartikel- und Büroleuchten-Hersteller Maul das erste Halbjahr 2016 abgeschlossen. Im Inland konnte laut Firmeninfo ein Plus von 12,3 Prozent verbucht werden, im Ausland erreichte man ebenfalls erfreuliche 6,6 Prozent. Den Zuwachs begründet das Familienunternehmen unter anderem mit der zukunftsorientierten Sortimentspolitik, die Maul seit Jahren betreibt. Auch für das zweite Halbjahr wird eine Fortführung der positiven Gesamtentwicklung erwartet.

www.maul.de