

# Appetitlich arrangiert

Kalenderblätter sind dekorativ – und haben Hochkonjunktur. Die einst ungeliebte Saisonware verzeichnet Jahr für Jahr kräftige Zuwachsraten, ist für den Handel aber kein leichtes Geschäft. Ein Erfolgsrezept ist die perfekte **Präsentation**, die deshalb im Fokus dieses **BÖRSENBLATT**-Spezials steht.



© Nicole Hehne

<b>STANDARDS</b>	
Editorial	3
News & Facts	22
Inserentenregister	150
Impressum	157
Finale – Vorschau	158
<b>SERVICE</b>	
ab Seite	151
Bestsellerliste	157
Kalendertipps	151

<b>FOKUS</b>	
<b>Eng, aber effektiv</b>	So viele Kalender – und so wenig Platz. Jedes Jahr der gleiche Stoßseufzer. Wie machen es die Köpfer? Beispiele aus München, Ravensburg und Stuttgart <b>6</b>
<b>Gute Pflege, guter Umsatz</b>	Ob Eingang, Treppenhaus oder Fahrstuhl: Wer die Buch-Habel-Filiale in Mainz betritt, kommt am Kalender nicht vorbei <b>10</b>
<b>Helfer im Laden</b>	Kalendergitter, Drehständer, Displays: Die Präsentationsangebote der Verlage im Überblick <b>12</b>



## MARKT

<b>Hier geht's lang</b>	Bald fällt der Startschuss für die Kalendersaison 2008 – und die kann wohl nur erfreulich werden. Denn die Umsatzkurve zeigt seit Jahren nach oben <b>14</b>
<b>Bilder für übermorgen</b>	Was will der Kunde 2009 auf dem Kalender haben? Wer Zeitplaner anbietet, muss Hellseher sein <b>18</b>
<b>Newcomer</b>	Der dicht besetzte Kalendermarkt und seine neuen Akteure <b>20</b>
<b>Dekoratives XXL-Kleid</b>	Die Lifestyle-Ästhetiker unter den Kalenderkäufern greifen immer häufiger zu Großformaten <b>21</b>



## MANAGEMENT

<b>Täglich grüßt das Murmeltier</b>	Bei der Gestaltung setzen die meisten Verlage auf das Prinzip Wiederholung. Ausflüge in die hohe Schule der Typografie sind eher selten <b>24</b>
<b>Ideen für das Feintuning</b>	Die Kalender-Anbieter machen vieles richtig. Aber es geht noch besser. Was sich der Handel wünscht <b>28</b>
<b>Panoramablick</b>	Von der Arktis bis ins All: Wie das Motiv aufs Kalenderblatt kommt – ein Besuch bei Palazzi <b>30</b>



## MEDIEN

<b>Sinn und Sinnlichkeit</b>	Der deutlichste Trend bei Zeitplanern für 2008 ist die Vielfalt. Bei den Themen macht die Spiritualität das Rennen <b>32</b>
<b>Cool Kids</b>	Conni und Tokio Hotel sind immer dabei – ohne Schüleragenda im Ranzen läuft nichts <b>36</b>
<b>Ständige Begleiter</b>	Immerwährende Kalender sorgen für Szenenwechsel – und trotzdem für Verlässlichkeit <b>39</b>
<b>Bildung zum Abreißen</b>	Geistiges Futter in kleinen Häppchen liefern die neuen Wissenskalender <b>40</b>



## MENSCHEN

<b>Beseelt von der Natur</b>	Micha Pawlitzki lichtet am liebsten Blumen und Landschaften ab – und verneigt sich mit seinen Aufnahmen vor der Schöpfung <b>42</b>
<b>In Bildern schwelgen</b>	Wie Petra von Schmude zu ihrem Hamburger Fachgeschäft Kunstgenuss kam <b>45</b>
<b>Täglich im Fußballfieber</b>	Der Gladbach-Fan Stefan Appenowitz und sein Traum vom eigenen Kalenderverlag <b>46</b>