

Eberhard Faber: Heimkehr der Brudermarke

Ein Meilenstein in der Geschichte von Faber-Castell: Eberhard Faber erweitert jetzt das Markenportfolio der Faber-Castell Gruppe

Mit Wirkung vom 1. Januar 2010 hat die Faber-Castell AG die sich im Besitz der Staedtler Firmengruppe befindlichen Rechte an der Marke Eberhard Faber erworben. Mit dem Kauf der europäischen Markenrechte kehrt ein Teil der vor allem in den USA bekannten Marke Eberhard Faber in den Schoß des Stammhauses zurück. Für die Markengeschichte von Faber-Castell ist dies ein Meilenstein, denn erstmals befinden sich alle drei Faber-Marken wieder in der Hand des ursprünglichen Unternehmens A.W. Faber, das in Folge der Heirat von Alexander Graf zu Castell-Rüdenhausen und Otilie Freiin von Faber im Jahr 1898 zu Faber-Castell umfirmierte.

Mit der Marke A.W. Faber schuf Lothar von Faber, der Ururgroßvater des jetzigen Firmenchefs, den ersten Markenartikel in der Branche weltweit. Seine beiden jüngeren Brüder Johann und Eberhard Faber machten sich in der 2. Hälfte des 19. Jahrhunderts selbständig und wurden zu erbitterten Konkurrenten des Mutterunternehmens. Das Unternehmen Johann Faber kaufte Roland Graf von Faber-Castell in den 30iger Jahren. Die Firmengruppe Staedtler erwarb 1978 die Markenrechte an Eberhard Faber für Europa. Im Jahre 1994 erstand Newell-Sanford die restlichen Markenrechte.

Marken-Eigenständigkeit bleibt erhalten

Die zukünftige Markenstrategie des Neuerwerbs erläutert der Geschäftsführer Europa, Rolf Schifferens: „Eberhard Faber soll das Produkt-Portfolio der Faber-Castell Gruppe ergänzen, dabei aber als Marke eigenständig bleiben. Eberhard Faber hat sich in den letzten Jahren als kompetente Kreativ-Marke für Kindergarten, Vor- und Grundschule erwiesen. Wir wollen ihr Potential in Vertriebssegmenten ausbauen, in denen Faber-Castell eher als Nischenanbieter auftritt. Gemeint ist hier insbesondere der Spielwarenhandel, aber auch Hobby- und Kreativmärkte sowie Ausstatter für Kindergärten und Grundschulen.“

Klassiker versus Trendsetter

Während die Marke Faber-Castell als zeitlos klassische Premiummarke auftritt, positioniert sich Eberhard Faber als eine Marke mit einem attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis, die schnell und flexibel auf Trends im Bastel- und Hobbybereich reagieren kann.

Die Sortimente beider Marken setzen unterschiedliche Schwerpunkte: Während der Fokus von Faber-Castell im hochwertigen Produktsegment liegt, ist Eberhard Faber Spezialist für Kinder- und Schulfarben sowie Modelliermassen: „Wir nutzen unsere Gruppenressourcen“, erklärt Schifferens in Bezug auf die Produktion der Sortimente. „Selbstverständlich gelten für beide Marken dieselben strengen Qualitätskriterien.“

Handel begrüßt die Markenübernahme

Der Handel reagiert durchwegs positiv: „Der Schritt, die Marke zu übernehmen, ist naheliegend und für uns als Händler begrüßenswert“, so Hans-Jörg Iden, Geschäftsführer von Duo Schreib und Spiel. „Schließlich gab es auch in der Vergangenheit sowohl im Handel als auch beim Endverbraucher aufgrund der Namensverwandtschaft immer wieder Verwechslungen, was die Zugehörigkeit der Marke Eberhard Faber anbelangt. Sie wurde oft genug mit Faber-Castell in Verbindung gebracht, zahlte also bereits seit langem auf das Konto des weltgrößten und ältesten Holzstiftherstellers ein.“ Positiv wurde auch die Entscheidung aufgenommen, die eigenständige Marke zu erhalten: „Eberhard Faber besitzt eine hohe Glaubwürdigkeit und Kompetenz, gerade im Kindergarten-, Schul- und Kreativbereich, insbesondere was Schulkreiden, Stifte und Modelliermassen anbelangt“, so Thomas Simon, Geschäftsführer ALS Verlag.

Vertriebsorganisation steht

Binnen weniger Wochen gelang es Faber-Castell, eine erfahrene Mannschaft für den Vertrieb auf die Beine zu stellen. Für die Geschäftsleitung der ab Januar 2010 aktiven Vertrieb GmbH konnte der Eberhard-Faber Geschäftsführer Burkhard Bräunlich gewonnen werden. Mit ihm wechselten auch die längjährigen Vertriebsmitarbeiter Bertram Schwinn (Vertriebsleitung), Jürgen Jaksche (Key Account), Stephan Frank und Gottfried Mildner (Vertrieb Bayern und Baden-Württemberg) zu Faber-Castell. „Durch den schnellen Aufbau der Organisation können wir einen reibungslosen Übergang der Betreuung langjähriger Eberhard Faber Kunden garantieren“, so Bräunlich. Auf der Paperworld 2010 wurde gerade den Stammkunden von Eberhard Faber das neue Sortiment detailliert vorgestellt werden. „Unsere Produktpalette ist vielschichtig und innovativ. Wir arbeiten derzeit noch fieberhaft, um den Produkten und Verpackungen den letzten Schliff zu geben“, erklärte Bräunlich gegenüber der Presse im Dezember 2009. „Wenn alles gut geht, werden die Käufer den Inhaberwechsel gar nicht bemerken und die gewohnten Eberhard Faber-Produkte weiterhin gerne vom Regal zur Kasse tragen.“