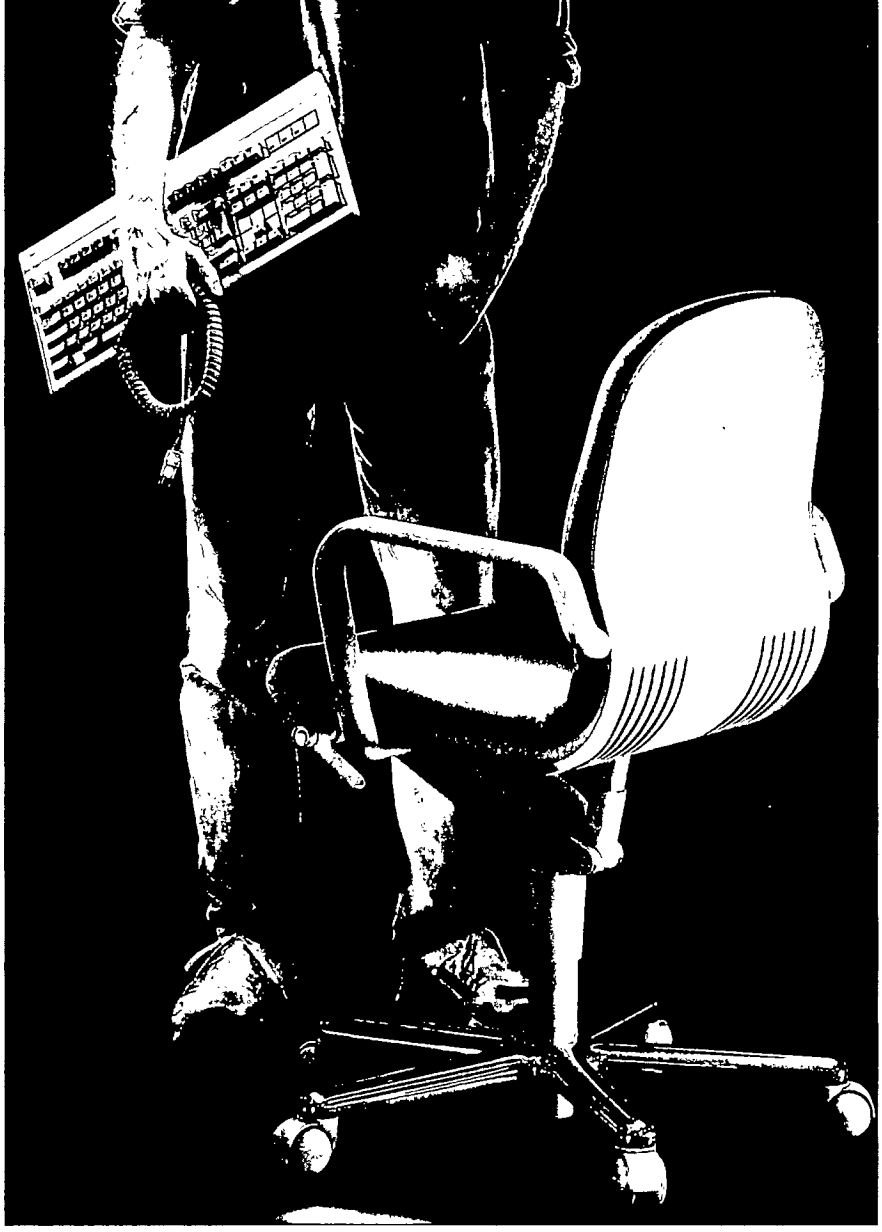
comma



AUFSTEIGER! Selbstbewußt mit Dynamik und Profil.

Das Persönlichkeitsbild: eigenständig, zielbewußt, vielseitig. Grundlage für optimistische Perspektiven. Der Bürodrehstuhl: Klöber Caddy.

Ein klares Profil, leichte Strukturen. Auf das Wesentliche reduziert mit technisch orientiertem Design. Einteilige Kunststoffschale mit elastischer Rückenzone, dynamisches Sitzen ohne aufwendige Mechanik.

Klöber Caddy –
Funktionsdrehstühle, Besucherstühle. Wirtschaftlich und zukunftsorientiert.

Swiss-Design

klöber
Die Freiheit, besser zu sitzen

☐ *Bitte senden Sie mir den CADDY-Katalog und nennen Sie mir den zuständigen Fachhändler.*

SP

Klöber GmbH + Co. Postfach 13 20 7770 Überlingen / Bodensee Telefon 0 75 51 / 80 90-0

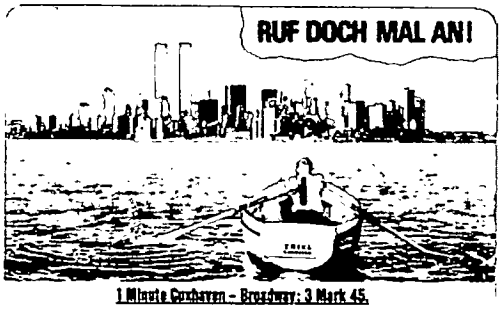
Sammler

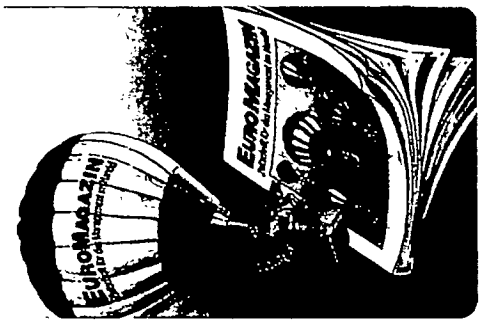
Zuwachs mit Tsatsiki

Westdeutsche haben ein neues Sammelobjekt entdeckt: Telefonkarten. Das Hobby boomt, die Plastikstücke verheißen höheren Gewinn als Aktien.

Als Minister, hohe Regierungsbeamte und Wirtschaftsführer aus den 35 KSZE-Staaten* im März und April in Bonn über die gewendete Weltpolitik und den wachsenden Handel zwischen Ost und West konferierten, lockte das Politspektakel eine neue Spezies von Sammlern in die Bundeshauptstadt. Denn dort galt es eine Rarität abzustauben.

Das Objekt der emsigen Sammlersuche – mehrfarbig, 45 Quadratzentimeter groß und hergestellt aus Plastik – steckte in der Tagungsmappe eines jeden Kon-





Sammlerobjekt Telefonkarten: „Die Jungs

greßteilnehmers und war ein Geschenk der Bundesregierung. Mit dem Plastikkärtchen, Auflage 2500 Stück, konnten die Bonn-Besucher 40 Zeiteinheiten lang umsonst in alle Welt telefonieren.

Die KSZE-Telefonkarte, Postwert zwölf Mark und eigentlich unverkäuflich, wird in Fachkreisen schon jetzt zum vielfachen Preis gehandelt. Denn seit die Bundespost vor ein paar Jahren mit der Ausgabe derartiger Telefonbilletts begann, stürzt sich eine rasch wachsende Sammlergemeinde auf jedes

* Konferenz über Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa.



Telefonieren mit Plastikkarte: Nach Gebrauch in den Müll



neue Plastikrechteck im Kreditkartenformat.

Mehrere tausend Westdeutsche, schätzen Insider, haben bereits ihre Sammelleidenschaft für die zumeist buntbedruckten Poststücke entdeckt, die sich zudem zum vorzüglichen Geldanlageobjekt entwickelten. Von den mittlerweile rund 300 verschiedenen Motiven mit Auflagen zwischen ein paar hundert und 400 000 Exemplaren sind etliche nur noch für 1000 Mark und mehr zu haben. Der Wertzuwachs verspricht höheren Gewinn als bei Aktien.

Schon gibt es, wie für Briefmarken, passende Einsteckhüllen aus „weichmacherfreier Folie", in denen die „Karten attraktiv und sicher unterzubringen" sind – „ein modernes Album für ein modernes Hobby" (Verlagswerbung).

Kartenliebhaber haben sich bereits in einem „Tele-Card-Club" (Offenbach) und im „Ersten Deutschen Telefonkartensammlerverein" (Holzkirchen) zusammengeschlossen, um Informationen und doppelte Stücke auszutauschen. Seit dem letzten Monat ist ein erster „Michel-Telefonkarten-Katalog Deutschland" aus dem einschlägig bekannten Münchner Schwaneberger Verlag auf dem Markt.

Die Autoren des neuen Registers versuchen, das Sammelsurium der bunten Kärtchen preislich einzuordnen – wegen des völlig freien Handels „ein außerordentlich heikles Thema". Dabei ist die Auflagenhöhe nicht allein entscheidend für den Preis eines Sammlerstücks, weil viele Exemplare nach Gebrauch im Müll landen. „Eine Regel läßt sich noch gar nicht aufstellen", sagt Michel-Chefredakteur Gerhard Webersinke, „dazu ist das Gebiet noch zu jung."

Im Weltmaßstab sind die bundesdeutschen Kartensammler Nachzügler. Telefonkarten-Weltmeister sind die Japaner, die bereits 60 000 verschiedene Plastikstücke geprägt haben und jedes Jahr 2000 neue Ausgaben auf den Markt bringen.

Auch in Frankreich, wo früher und schneller als in Westdeutschland Kartentelefone installiert wurden, hat die „Tél écartomanie", so der Pariser *Figaro*, längst breite Bevölkerungskreise erfaßt. Die französische Post förderte die Stekkenpferdreiterei, indem sie angesehene Künstler zur Verschönerung der Karten animierte. Vergangenes Jahr wurden

"TYVEK-PRO·TECH Schutzkleidung hat sich im Einsatz bei unseren Kunden als wirksamer Schutz gegen gesundheitsgefährdende Sprühnebel bestens bewährt."

Werner Stahl,
Dr. Stahl & Sohn GmbH u. Co. KG.
Überlingen



- Schutz gegen Sprühnebel von Pflanzenschutzmitteln*
- Wirksame Barriere gegen Carbarylpestizidstaub*
- Glatte Oberfläche gegen Schadstoffansammlungen
- Strapazierfähig und reißfest – auch im nassen Zustand
- Antistatisch
- Geringes Gewicht (40 g/m²)
- Einwegeinsatz ohne Kontaminationsstreuung

**TYVEK-PRO·TECH Schutzkleidung Typ nach Einsatzbedingungen wählen*

TYVEK-PRO·TECH Schutzkleidung erhalten Sie bei Ihrem Fachhändler. Weitere Informationen durch Tel. 06172/87-0.

Tyvek® PRO·TECH

Engineering Fiber Systems

DUPONT

® TYVEK-PRO-TECH ist ein eingetragenes Warenzeichen von Du Pont.

rund 40 Millionen „Télécartes" abgesetzt, für besondere Stücke zahlen Sammler bis zu 10 000 Mark.

In Westdeutschland sind gerade erst 10 000 öffentliche Fernsprecher in Betrieb, die statt mit Hartgeld ausschließlich mit der Chipkarte von der Post (20, 40 oder 200 Einheiten) benutzt werden können. So wurden 1989 auch erst gut zwei Millionen Karten abgesetzt. Bis 1995 aber soll jedes zweite öffentliche Telefon auf bargeldlose Benutzung mit Karten umgerüstet sein.

Das derart „expandierende Gebiet" (Schwaneberger Verlag) hat für Sammler zahlreiche Tücken. Die Anschaffung der Wertkärtchen ist nicht nur teuer, viele von ihnen sind, wie etwa die KSZE-Karte, nirgendwo zu kaufen.

So gibt beispielsweise die Bundespost gelegentlich Karten in geringer Auflage heraus, die an sogenannte wichtige Persönlichkeiten verschenkt werden; mitunter trägt so ein Präsent den handschriftlichen Namenszug des Bundespostministers Christian Schwarz-Schilling.

Ebenfalls schwer zugänglich sind Exemplare, die Firmen zu Werbezwekken kaufen und bedrucken lassen, um sie unter ihren Kunden zu verteilen. Andere mit Privatwerbung bedruckte Karten gelangen zwar ganz offiziell an Postschalter, aber nicht an alle: Eine aktuelle Musical-Serie mit den Motiven „Cats", „Starlight Express" und „Das Phantom der Oper" gibt es zwar in Frankfurt und München, nicht aber in Stuttgart.

Doch die Schwierigkeit der Ticket-Beschaffung steigert bei vielen Sammlern die Begierde nach den Lustobjekten – und den Einfallsreichtum der Stückesucher. „Die Jungs sind alle clever", sagt Thomas Peters, 33, der dem „Telefonkartensammlerverein" vorsitzt.

Als der Nahrungsmittelkonzern Kraft vor zwei Jahren 4500 Telefonkarten mit Eigenreklame („Philadelphia mit Tsatsiki") verloste, bombardierten Sammler die Firma mit Anrufen und Bittbriefen, um auch ohne Losglück an die Käse-Karte zu kommen. Mittlerweile kostet das Telefonbillett, das einst 6 Mark wert war, laut Michel 475 Mark, heiße Liebhaber zahlen sogar das Doppelte.

Eine Klassenlotterie, die ein spezielles Telefonkärtchen ausschließlich an ihre Kundschaft vergab, wurde von pfiffigen Sammlern bestürmt: Sie kauften ausnahmsweise mal ein Los, wurden vorübergehend als Kunden registriert und kamen so an die Karte.

Mit einem anderen Kniff ergattern zwei Kölner regelmäßig neue Editionen. Sie postieren sich neben den Kartentelefonen am Hauptbahnhof und schauen den Fernsprechern auf die Finger. Entdecken sie ein lohnendes Objekt, wird es dem Besitzer gegen eine nagelneue Schalterkarte abgeschnackt – ein Deal, von dem stets beide Seiten profitieren.

© WA Sturm 90



Mehr Bewegung im Büro.

Befreien Sie sich. Jetzt gibt es den Arbeitsplatz, der *beide* begeistert - Kaufleute *und* Techniker: das Pilot-System von BZ Plankenhorn. Es ist verkettbar, elektrifizierbar, hat viele Farben und tolle, passende Extras: z.B. 3. Ebene, Media-Rollwand, DIN A 0-Schubfach, Ordner-Fähre, Zeichentische, CAD-CAM-Plätze, Besuchertische u.v.m. Farbprospekt mit Händlernachweis schickt Ihnen BZ Plankenhorn, Abt. S 2, Postfach 1159, 7208 Spaichingen.



BZ Plankenhorn

Um zu erfahren, wo neue Karten zu ergattern sind, studieren Sammler Werbeprospekte und löchern Mitarbeiter fremder Betriebe. Angestellte in der Elektronikbranche gelten als ergiebige Anlaufstellen, aber auch Beschäftigte der Lufthansa und von Zeitungshäusern, die das Plastikrechteck bereits als Werbeträger entdeckt und genutzt haben, gelten als gute Adressen. Die heißesten Tips aber, wissen Sammler, gibt es direkt bei der Post. Peters: „Da ist irgendwo immer eine undichte Stelle."

Für das Sortieren der Sammlung ist ein Nachschlagewerk entbehrlich. Seit der Tsatsiki-Karte von Kraft erhält jede Ausgabe eine Kennung, die Auskunft über Typ, Seriennummer, Hersteller, Auflage, Produktionsmonat und -jahr gibt. Nun will Johannes Kaufmann, Marketing-Sachbearbeiter der Bundespost für Kartenanwendungen, mit einer Versandstelle für Telefonkarten in Nürnberg das Sammlerfieber weiter för-



Neuer Sammlerkatalog
„Außerordentlich heikles Thema"

dern. Rund 500 Interessenten haben sich bereits registrieren lassen, um sich Schalterkarten mit Posteigenwerbung oder Fremdreklame zusenden zu lassen.

„Wer heute in das Hobby einsteigt", glaubt Sammler Peters, „hat so gut wie keine Chance, rückwirkend Deutschland noch komplett zu bekommen." Der Neuling müßte mindestens 30 000 Mark für das vollständige Karten-Spiel auf den Tisch blättern.

Mehr Sinn macht da schon der Versuch, wenigstens alle Neuerscheinungen zu ergattern. Peters, der selber nicht alle alten Stücke beisammen hat, scheut bei seiner Plastik-Jagd weder Entfernungen noch Zeitaufwand.

Als er von der internen KSZE-Karte erfuhr, reiste er frühmorgens eigens von Köln nach Bonn, wo er mit Witz und guten Worten in den Besitz des begehrten Billetts kam. Peters: „Man muß die Information haben und auch schon mal eine Stunde früher aufstehen." ◄



ENTSCHEIDUNGEN MIT WEITBLICK.
ARABELLA HOTELS.

Die Arabella Hotels wissen, daß Menschen mit Weitblick keine kurzsichtigen Geschäftspartner brauchen. Darauf haben wir uns eingestellt.

Laut Capital (I/88) zählt zum Beispiel das Arabella Konferenz- und Veranstaltungszentrum München zu den vier besten innerstädtischen Tagungszentren Europas.

Kongresse sind keine Seminare und Tagungen keine Vorstandssitzungen. Alle haben eigene Ansprüche und brauchen ihr spezielles Umfeld. Deshalb sind die Angebote der Arabella Hotels so unterschiedlich wie Ihre Anforderungen.

Entscheiden Sie sich mit Weitblick – buchen Sie den feinen Unterschied.

ARABELLA HOTELS

10 x in Deutschland: Düsseldorf · Frankfurt · München · Oberbayern
Zentrale Reservierungsabteilung:
Arabellastraße 5 · D-8000 München 81 · Telefon 0 89/92 32-44 44
Telex 5 24 316 · Telefax 0 89/92 32 -25 49 · BTX* Arabella #

DER FEINE UNTERSCHIED – STIL AUS BAYERN

INFO-COUPON

Bitte ankreuzen!
Senden Sie mir Infomationen über die Arabella Hotels in:

☐ Düsseldorf ☐ Frankfurt ☐ München ☐ Oberbayern

Mich interessieren besonders:

☐ Geschäftsreisen ☐ Tagungen ☐ Incentives ☐ Ferienreisen ☐ Kurzreisen

SP