



„Lifestyle for working and living“: die neue, designbetonte Organisationsbox „Allison“ offeriert viele Einsatzmöglichkeiten.

## Die neue Art der Organisation

„Willkommen in Allison’s World“, so präsentiert der in Herford ansässige Organisationsprodukte-Hersteller **HAN** eine neue Organisationsbox-Kollektion, die sowohl im Büro als auch Zuhause wirkungsvoll eingesetzt werden kann.

„Lifestyle For Working and Living“ laut die Ausrichtung. Im Frühjahr 2019 brachte das Unternehmen HAN unter dem Namen „Allison“ eine Neuheit auf den Markt, die das Thema moderne Organisation neu definieren soll: Eine designorientierte Organisationsbox, die sowohl den Office- als auch

den Home-Bereich emotional anspricht. Stylish im Design, kompakt im Format (bis DIN A5) ist „Allison“ als Multi-Talent überall dekorativ und funktional einsetzbar, wie Jens Magdanz, Marketing- und Vertriebsleiter bei HAN-Bürogeräte, unterstreicht. Die neue Serie steht dabei für ein Arbeits- und Lebensgefühl von heute, das zeitgeistorientierte Ansprüche nach Flexibilität und moderner Lebensart in sich vereint. Und dies getreu dem Motto „Life can be so orga-nice“, so der Vertriebschef.

Beeindruckend ist zunächst einmal die Vielseitigkeit von „Allison“. Hinzu kommen die Farbvielfalt und die modulare Kombinierbarkeit mit vielen nützlichen Features und smarten Funktionen. Entsprechend vielfältig sind die Einsatzmöglichkeiten ob als Utensilien-Box auf dem Schreibtisch, im Bad, in der Küche oder als blickfangstarker Taschenentleerer auf



Organisationsgenie: als Utensilien-Box auf dem Schreibtisch



... bei der Kaffeemaschine

der Kommode im Eingangsbereich. „Aufgrund der zahlreichen Produktvorteile hebt sie sich darüber hinaus deutlich von herkömmlichen Boxen ab“, betont Jens Magdanz. So ist „Allison“ modular und



Praktisch und optisch ein Hingucker: im Konferenzraum, ...



... im Home-Office ...



... und am Empfang

stapelbar, hat verschieb- und herausnehmbare Einsätze sowie entnehmbare Trennwände zur individuellen Organisation. Aufgrund hochwertigem ABS-Kunststoff ist die Box darüber hinaus auch spülmaschinengeeignet und lebensmitteltauglich. Durch ihr breites Farbspektrum kann sie Akzente im privaten wie auch geschäftlichen Ambiente setzen. Ob klassisch oder modern, zehn verschiedene

Farbtöne dürfte dabei kaum Wünsche offen lassen.

Unter dem Motto „Schöner wohnen und arbeiten mit Allison“ zielt HAN mit der Neuheit auf einen neuen Markt im Bereich hochwertiger Organisationsboxen, von dem gerade auch die Handelspartner des Unternehmens profitieren sollen. „Aufgrund der hervorragenden Verarbeitung in bewährter HAN-Qualität sowie der be-

eindruckenden Farbtintensität und -echtheit spricht „Allison“ breite Zielgruppen von jung bis alt, männlich oder weiblich, privater Endverbraucher oder gewerblicher Kunde an“, hebt Jens Magdanz die Vorteile und Chancen hervor.

Bei HAN in Herford verfolgt man weiter die Strategie, unter dem Aspekt „Made in Germany“ am Puls der Zeit zu sein, Trends frühzeitig zu erkennen und in die Produktentwicklung einfließen zu lassen. So antwortet das Unternehmen auf eine gesellschaftliche Entwicklung, die die zunehmend ineinanderfließende Arbeits- und Privatwelt zu einem Ganzen beschreibt. Office und Home scheinen räumlich wie auch geschmacklich nicht mehr zwingend voneinander trennbar. „Ich arbeite, wie ich lebe und ich lebe, wie ich arbeite“ – ein Statement, das der Hersteller mit dem neuen „Allison“-Konzept proaktiv aufgegriffen hat.

[www.allisons-world.de](http://www.allisons-world.de)  
[www.han-online.de](http://www.han-online.de)

Nachgefragt ...

### ... bei Jens Magdanz

**Herr Magdanz, kurz und knapp, was ist das Besondere an der neuen Marke Allison?**

Wir führen „Allison“ nicht als Marke, sondern als neues Produktsortiment unter der Dachmarke HAN ein – „Allison bei HAN“. Das besondere dieser innovativen Organisationsbox spiegelt sich bewusst schon im Produktnamen wieder. „Allison – All in on“ ist eine Lösung für die unterschiedlichsten und vielfältigsten Verwendungsmöglichkeiten – im Büro oder Zuhause. oder: „Allison setzt Deiner Kreativität im Bereich der Organisation keine Grenzen“.

**Welche Kundenzielgruppen stehen im Fokus?**

Sowohl gewerbliche als auch private Endverbraucher stehen hier gleichrangig im Fokus. Für uns erschließen sich zudem neue Vertriebswege mit diesem neuen Produktkonzept wie Möbelhäuser etc.

**Wie können Ihre Handelspartner davon profitieren?**

Der Handel ist auf der permanenten Suche nach kreativ-innovativen Produkten, um seine Sortimente attraktiv zu gestalten und sich somit vom Wettbewerb zu differenzieren. Mit „Allison“ bieten wir ihm ein solch attraktives Produktsortiment.

**FEATURES**

- neue, designbetonte Organisationsbox-Kollektion
- zehn verschiedene Farben stehen zur Auswahl
- breite Zielgruppenabdeckung von Office und Home