

Objekt der Woche

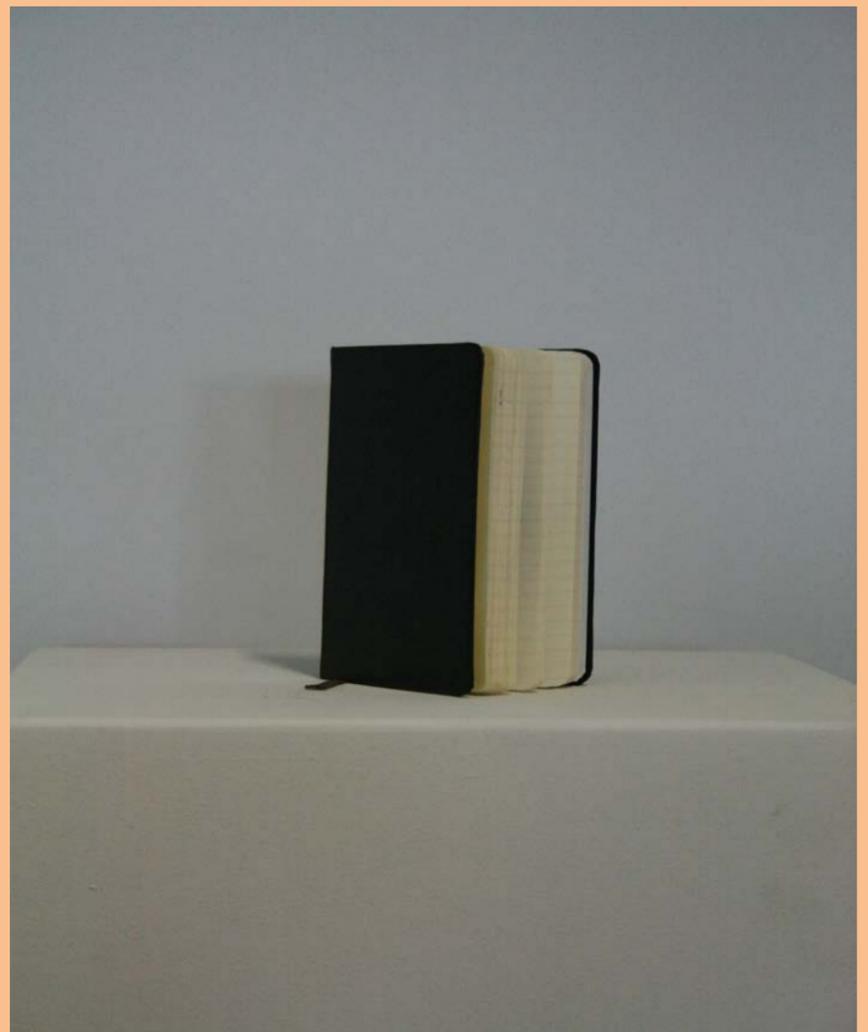
Das Notizbuch

Von Roxan Krummel

Ein Notizbuch ist eine Sammlung von Papierblättern, auf welchen neben Notizen auch Zeichnungen, Adressen und vieles mehr schriftlich festgehalten werden können. Der Nutzer kann jederzeit mobil Gedanken verschriftlichen und Skizzen festhalten.

Neben Blankoblättern gibt es Notizbücher in liniert, kariert oder mit anderen Seiteneinteilungen. Die Blätter können mit Hilfe einer Heftung, Bindung oder durch Kleber zusammengehalten werden, aber auch Klemmvorrichtungen für lose Blätter sind nicht unüblich. Die äußere Gestaltung kann sehr verschieden sein und bedient den Geschmack. Leder und Lederimitate sind genauso wie Kunststoffeinfäden und Papp- und Papierummantelungen vorzufinden und aufgrund der modernen Printmöglichkeiten in verschiedensten Designs gestaltet. Heutige Notizbücher stellen den Nutzer auch bei der Größe vor eine vielfältige Wahl - nahezu jedes Format kann käuflich erworben werden. Neben den klassischen DinA3-, DinA4- und DinA5-Formaten gibt es auch quadratische Fertigungen. Je nach Vorliebe und späterem Einsatzort kann der Konsument aus den unterschiedlichsten Größen wählen. Notizbücher werden von verschiedenen Firmen hergestellt und unterscheiden sich häufig nur durch kleine Details. Lesebändchen, integrierte Kalender und Seiten für Adressen sind häufig solche Details.

Das hier präsentierte Objekt ist ein Notizbuch der Marke *Moleskine* in der Farbe Schwarz. Es hat die Maße 9x14cm und kann somit dem Format DinA6 zugeordnet werden. Das Notizbuch wiegt 130g, was dem Hardcover geschuldet ist. Die Blätter des *Moleskine* sind liniert und bieten auf 96 Seiten Platz für Notizen. Besondere Details sind die abgerundeten Kanten des Buches sowie das Lesebändchen und der Gummizug, durch den die Seiten im geschlossenen Zustand nicht aufklappen können. Nutzer des *Moleskine* schätzen das cremefarbene, chlorfreie Papier mit seinen abgerundeten Ecken. Eine weitere Besonderheit ist die Notiztasche im Umschlag. Dort können lose Papiere eingelegt werden, sodass sie nicht verloren gehen oder zerknittert werden. Unverwechselbar wird das Notizbuch durch das Branding, die *Moleskine-Prägung*, auf der Rückseite. Auf der Homepage des Unternehmens wird über die Geschichte des



Notizbuches informiert. Nach Aussage von *Moleskine* wird dieses Format bereits seit zwei Jahrhunderten gefertigt. Der Ursprung läge dabei in einer kleinen französischen Manufaktur, die diese Bücher über 100 Jahre lang herstellen und in Pariser Buchhandlungen verkaufen würde. Der Erzählung nach besuchten internationale Intellektuelle und Künstler diese Buchhandlungen eigens um diese Notizbücher zu erwerben. Zu den Käufern gehörten laut *Moleskine* Vincent Van Gogh, Pablo Picasso, Ernest Hemingway und Bruce Chatwin. Mit dieser Art des *History Marketing* wird das Produkt geadelt und soll dem Käufer ein besseres Selbstbewusstsein vermitteln. Mittlerweile wurde jedoch bekannt, dass nicht zweifelsfrei bewiesen ist, ob Van Gogh und Hemingway diese Notizbücher tatsächlich verwendeten. Vielmehr soll mit dieser Art von *History Marketing* vermittelt werden, dass ein Notizbuch von *Moleskine* all die positiven Eigenschaften, die diese Künstler zu ihrem Schaffen inspirierten, besitzt.

Zur Namensherkunft von *Moleskine* wird auf den Schriftsteller Bruce Chatwin verwiesen, der in einem seiner berühmtesten Werke „Traumpfade“ die Geschichte eines schwarzen Buchs zeichnet. Erst zehn Jahre später nutzte das damals kleine Unternehmen *Modo&Modo SpA* in Mailand die Geschichte Chatwins und ließ sich den Namen *Moleskine* schützen. Zwei Jahre später wurden die Notizbücher auch außerhalb Italiens verkauft und gewannen immer mehr Liebhaber. Kurz darauf war *Moleskine* auch in Europa und den USA zu erwerben, später auch in Asien. Im Jahr 2006 wurde *Modo&Modo SpA* von den Investmentfonds *Société Générale* aufgekauft und der Name in *Moleskine Srl* geändert. Das Unternehmen expandierte weiter, sodass heute in 95 Ländern Notizbücher unter dem Namen *Moleskine* verkauft werden können. Auch der Sprung an die Mailänder Börse gelang, als das Unternehmen 2012 zu einer Aktiengesellschaft wurde. Mittlerweile werden jedoch nicht mehr nur die klassischen, schwarzen, kleinen Notizbücher verkauft sondern auch Kalender, Schreibutensilien und Etuis, die als nützliche Dinge für Kreative beworben werden.