

pbsreport.de | Mai - Juni 2026

pbsreport

das businessmagazin für office & home



Der Büroring
Plattform und
Dienstleister
für den Handel

6 | Dialog #Interview

Ingo Dewitz: 50 Jahre Büroring
- Umbau unter Druck

20 | Home #Papeterie

Andreas Gerbinger -
Hybrides Handelsmodell

52 | Office #IT&Digital

dexxIT - Speicher wird
zum Engpass

Dort **werben**, wo **Arbeitswelten** entstehen



New Work Styles ist das Magazin für moderne Arbeitswelten - mit Fokus auf Architektur, Bürogestaltung, Technologie und Unternehmenskultur.

Es richtet sich an Entscheider, die Arbeitsumgebungen planen, ausstatten und verändern. Dazu zählen Unternehmen, Innenarchitekten, Projektentwickler, Büroeinrichter, Hersteller und Marken aus den Bereichen Office, Design, Licht, Akustik, IT und Ausstattung.

New Work Styles bietet ein hochwertiges Umfeld für Marken, die Lösungen für moderne Arbeitswelten anbieten. Dazu gehören unter anderem:

- Büro- und Objektmöbel
- Licht- und Akustiklösungen
- Raumkonzepte und Innenarchitektur
- IT- und Workplace-Technologien
- New-Work-Beratung und Services
- Designmarken und Ausstattung

Ständige Themen im Heft

- Neue Bürokonzepte und Architekturprojekte
- Arbeitsplatzgestaltung und Flächennutzung
- Technologien für den modernen Arbeitsplatz
- Führung, Kultur und Organisation

Erleben Sie die neue Art zu arbeiten

Bestellen Sie Ihr Ansichtsexemplar noch heute unter: verlag@newworkstyles.de oder blättern Sie online durch das neue Magazin auf newworkstyles.de

Reichweite, die ankommt

New Work Styles gibt es nicht nur im klassischen Vertrieb, sondern gezielt dort, wo Entscheider unterwegs sind:

- Lufthansa Business Lounges am Flughafen Frankfurt
- DB Lounges in Frankfurt, München und Berlin

Damit erreicht das Magazin Führungskräfte, Planer und Einkäufer genau im richtigen Moment - mit Zeit, Aufmerksamkeit und Interesse.

Erscheinungstermine Februar, April & Oktober

Mediaberatung: Armin Schaum

Tel.: 0 69 / 42 09 03 -55

E-Mail: armin.schaum@zarbock.de

New Work Styles – Ihr Kompass für die neue Arbeitswelt von morgen



zarbockmedia

Zarbock Media GmbH & Co. KG
Sontraer Straße 6
60386 Frankfurt/Main
verlag@zarbock.de
Telefon 069/42 09 03-72

Neue Wege im Handel

Liebe Leserinnen und Leser,

der PBS-Markt bleibt anspruchsvoll. Im Handel sinken Frequenzen, in der Industrie steigen Kosten, und viele Entscheidungen müssen unter Unsicherheit getroffen werden. Kaum ein Tag vergeht ohne neue Entwicklungen, die Planung erschweren. Was lange als konjunkturelle Schwäche galt, zeigt inzwischen strukturelle Tiefe.

Wie stark sich Geschäftsmodelle verändern müssen, zeigt das Interview mit Ingo Dewitz, Vorstand der Büroring eG (ab Seite 6). Der Umbau der Haaner Genossenschaft im Jubiläumsjahr steht exemplarisch für eine Branche, die ihre Strukturen neu ausrichten muss. Gleichzeitig macht der European Retail Award deutlich, dass unternehmerischer Mut und klare Konzepte auch in schwierigen Zeiten funktionieren. Erfolgreiche Händler setzen auf Nähe, Erlebnis und konsequente Kundenorientierung. Die EK Retail zeichnet seit 2025 (ehemals Passion Star) damit herausragende inhabergeführte Fachhändler in Europa aus. Die Auszeichnung würdigt Innovation und Kundenbindung im Nonfood-Einzelhandel (Seite 10).

Einen anderen Weg gehen Manufakturen wie Roterfaden. Sie stehen für Materialqualität, Langlebigkeit und ein bewusstes Gegenmodell zur schnellen Verfügbarkeit (Seite 18). Auch das Beispiel von Prisma-Mitglied Andreas Gerblinger zeigt, wie sich der Fachhandel neu erfinden kann. Sein hybrides Modell verbindet persönliche Beratung mit digitalen Prozessen und erweitert damit die klassische Rolle des stationären Geschäfts (Seite 20).

Die Soennecken Hausmesse in Overath lieferte wichtige Impulse für die Branche. Im Fokus standen Themen wie Digitalisierung, Plattformmodelle und neue Services. Handel und Industrie bewegen sich zunehmend in Richtung vernetzter Strukturen, in denen Daten, Prozesse und Sortimente enger zusammenrücken (Seite 44).

Diese Beispiele stehen für unterschiedliche Antworten auf dieselbe Frage. Wie bleibt der Fachhandel relevant in einem Markt, der sich spürbar verändert. Konsolidierung, Digitalisierung und neue Erwartungen der Kunden sind keine Zukunftsthemen mehr, sondern bestimmen bereits den Alltag.

Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen. Herzlichst,



(Faint, illegible text)

(Faint, illegible text)

Schreiben Sie uns Ihre Meinung oder senden Sie uns Anregungen und Vorschläge an:
pietro.giarrizzo@zarbock.de oder www.linkedin.com/in/pietro-giarrizzo bzw.
sabine.baumstark@zarbock.de

10 **Dialog** #European Retail Award



12 **Dialog** #Kolumne



20 **Home** #Papeterie



52 **Office** #IT&Digital



6 **Dialog** #Ingo Dewitz



18 **Home** #Papeterie



44 **Office** #Working



14 **Home** #Lifestyle



34 **Home** #Schule



Editorial

- 3 Neue Wege im Handel

Dialog

- 6 **#Titel:** Ingo Dewitz, Büroring, im Interview - Umbau unter Druck
- 10 EK Retail - Europäischer Handel im Fokus der Besten
- 14 **#Kolumne:** Sarah Thullner - Krisen, Klarheit und die Rolle der Kommunikation

Home #Lifestyle

- 14 Nordstil - Europäische Vielfalt prägt Sortiment
- 15 Lifestyle/News
- 16 Lifestyle Scout - SaisonHighlights

Home #Papeterie

- 18 Roterfaden - Planer mit Kultpotenzial
- 20 Andreas Gerblinger - Hybrides Fachhandelsmodell
- 22 bsb-obpacher - Tischkultur mit Persönlichkeit
- 23 Deli/Maul - Sauber korrigieren im Alltag

Home #Schule

- 24 Pilot Pen - Nachhaltigkeit als Impulsgeber
- 25 Verlag Komma³ - Fröhliche Grüße zum ersten Schultag
- 26 Wedo - Denim-Look
- 27 Veloflex - Nachhaltig organisiert
- 28 Häfft-Verlag - Displays rücken Verkaufsflächen zum Schulstart in den Fokus
- 29 Schneider - Design trifft Performance und Nachhaltigkeit
- 30 Step by Step - Schulranzen richtig beraten
- 31 Pentel - Farbenfroh ins neue Schuljahr

- 32 Eberhard Faber - Mit Panda, Fuchs & Co. kreativ durchstarten

- 33 Scout - Durchdachte Begleiter

- 34 Bags Innovation Hub - Selektive Partnerschaften im Schulranzenvertrieb

- 36 DerDieDas - Leicht, leichter, DerDieDas!

- 37 Edding/Share - Mehr Marken für mehr Wirkung

Home #Kreativ

- 38 da Vinci - Echte Qualität beginnt beim ersten Pinselstrich

Office #Working

- 40 Novus - Echte (R)Evolution für das Office
- 41 Wilkhahn - Burkhard Remmers verstorben
- 42 Magnetoplan - Toolset für moderne Teamarbeit
- 43 Brother - Mobile Kühlung für flexible Arbeitsplätze
- 44 Soennecken - Sortiment-Trends und Networking auf der Hausmesse
- 46 Leitz - Hybrid Arbeiten mit System
- 48 Ideal - Aktenvernichter klar positioniert
- 51 Linak - Tischgestell vereinfacht die GS-Zertifizierung

Office #IT & Digital

- 52 dexxIT - Speicher wird zum Engpass
- 54 Samsung - Digital Signage in Papieroptik
- 56 TCOrobotics - Robotik als neues Geschäftsfeld
- 57 AgfaPhoto: Neue Struktur für Supplies-Vertrieb

Agenda

- 58 Impressum/Termine

nordstil

25. – 27. 7. 2026

HAMBURG

**HERBST-
IDEEN.
WINTER-
TRENDS.**

Ordermesse. Branchentreff. Lifestylewelt.

**Wohnen & Dekorieren
Genießen & Verwöhnen
Schönes & Schenken
Lebensart & Lifestyle**

4 Themenwelten, 4 Hallen: Entdecken Sie das Neueste für Herbst und Winter, das Weihnachtsgeschäft sowie den erfolgreichen Start in den Frühling. Frische Kollektionen, starke Marken und die Fokussierung auf das A-Gelände eröffnen neue Perspektiven.

Tickets und Infos:
nordstil.messefrankfurt.com

messe frankfurt

A portrait of Ingo Dewitz, a middle-aged man with short, light-colored hair, smiling at the camera. He is wearing a dark blue blazer over a white t-shirt and light-colored trousers with a brown belt. His hands are in his pockets. The background is a blurred outdoor setting with greenery and a building.

Ingo Dewitz, Vorstand der Büroring eG:
***Das größere Risiko wäre eindeutig gewesen,
nichts zu verändern. Wenn wir nicht handeln,
verlieren wir an Relevanz.***

Umbau unter Druck

50 Jahre Büroring eG. Die Genossenschaft steht vor einem tiefgreifenden Umbau. Vorstand Ingo Dewitz erklärt die wirtschaftlichen Hintergründe, die Konsequenzen der Neuausrichtung und wie sich der Büroring künftig als Plattform und Dienstleister positionieren will.

Fünzig Jahre Büroring - und selten stand die Genossenschaft so stark unter Druck wie heute. Steigende Kosten, veränderte Beschaffungswege und neue Wettbewerber stellen das klassische Großhandelsmodell infrage. Im Jubiläumsjahr zieht der Büroring Konsequenzen und richtet sich neu aus. Im Gespräch erläutert Ingo Dewitz die Hintergründe und die nächsten Schritte.

Herr Dewitz, Sie haben auf der Generalversammlung im vergangenen Jahr in Leverkusen Ihre Rückkehr angekündigt. Was war Ihr erster Eindruck an Ihrer alten Wirkungsstätte und wo mussten Sie am schnellsten eingreifen?

Dewitz: Mein erster Eindruck war, dass wir es mit einer Organisation zu tun haben, die über viel Substanz verfügt, gleichzeitig aber in Teilen noch in Strukturen arbeitet, die nicht mehr sauber zum Markt passen. Das war schnell sichtbar. Am schnellsten eingreifen mussten wir bei Logistik, Kostenstruktur, Prozessqualität und Geschwindigkeit. Das Zentrallager war wirtschaftlich zu schwer geworden, viele Abläufe zu manuell, Entscheidungen zu langsam und an einigen Stellen fehlte schlicht die nötige Konsequenz in der Umsetzung. Der erste Schritt war deshalb Transparenz. Erst sauber auf den Tisch, wo wir wirtschaftlich stehen, was trägt und was nicht. Danach konnten wir Entscheidungen treffen.

50 Jahre Büroring. Statt Jubiläumstimmung prägen aktuell tiefgreifende Einschnitte das Bild. Warum war dieser Schritt notwendig?

Dewitz: Ein Jubiläumsjahr ist nicht nur der richtige Moment für Rück-

blick, sondern auch für Klarheit. Markt, Sortimente und Beschaffungswege haben sich in den letzten Jahren spürbar verändert. Gleichzeitig sind Kostenstrukturen gestiegen, Prozesse komplexer geworden und Geschwindigkeit ist heute ein echter Wettbewerbsfaktor. Unser bisheriges Modell war in Teilen nicht mehr wirtschaftlich genug für das, was der Markt heute verlangt. Wenn man den genossenschaftlichen Förderauftrag ernst nimmt, muss man genau da ansetzen. Nicht verwalten, sondern handeln.

War das klassische Großhandelsmodell in dieser Form am Ende dann nicht mehr zukunftsfähig?

Dewitz: In der bisherigen Form war es nicht mehr belastbar genug. Das klassische Großhandelsmodell stößt dort an Grenzen, wo hohe Fixkosten auf steigenden Preisdruck, sinkende Margen und neue digitale Marktmechaniken treffen. Das betrifft nicht nur uns. Der Unterschied ist nur, ob man das aussitzt oder ob man das Modell konsequent weiterentwickelt. Genau das tun wir jetzt.

Ein besonders einschneidender Schritt ist sicherlich der Personalabbau. Wie kam es dazu?

Dewitz: Im Zuge der Neuausrichtung verändern sich Aufgaben, Verantwortlichkeiten und ganze operative Bereiche. Das bleibt nicht ohne Auswirkungen auf die Organisation. Das ist kein leichter Teil dieser Veränderung, und den darf man auch nicht kleinreden. Aber durch den Rückbau des Zentrallagers und die neue Aufgabenverteilung entfallen Strukturen, die wir so nicht weiterführen

konnten, ohne die wirtschaftliche Stabilität der Genossenschaft zu gefährden. Das war am Ende eine wirtschaftlich notwendige Entscheidung, die wir mit der nötigen Verantwortung getroffen haben.

Sie sprechen den Rückbau des Zentrallagers an. Warum war dieser Schritt unausweichlich?

Dewitz: Das eigene Zentrallager war über viele Jahre ein wichtiger Teil unseres Modells. Aber es war am Ende auch mit hohen Fixkosten, hoher Kapitalbindung und begrenzter Skalierbarkeit verbunden. In einem Markt mit steigender Preistransparenz, wachsender Digitalisierung und engeren Margen wird so ein Modell zunehmend schwerer tragfähig. Deshalb war der Schritt folgerichtig. Mit PBS Deutschland haben wir uns bewusst für einen Partner entschieden, der Logistikkompetenz, Skalierung und Branchenverständnis mitbringt. Das gibt uns wirtschaftlich mehr Stabilität und operativ deutlich mehr Schlagkraft.

Was bedeutet diese Zusammenarbeit konkret für den Büroring und seine Mitglieder?

Dewitz: Die Aufgaben sind klar verteilt. PBS Deutschland übernimmt Lager, Logistik und Disposition. Wir konzentrieren uns auf das, was für unsere Mitglieder den eigentlichen Mehrwert schafft: Sortimentssteuerung, Daten, Systeme, Preise, Konditionen und die Weiterentwicklung unserer Plattform. Für den Händler bleibt der Prozess bewusst einfach. Er bestellt weiterhin beim Büroring. Im Hintergrund entsteht aber eine deutlich leistungsfähigere Struktur mit mehr



Ingo Dewitz, Vorstand Vertrieb und Marketing, und Björn Unfug, Vorstand Einkauf und Logistik, sehen im genossenschaftlichen Miteinander eine zentrale Stärke des Büroring. Gerade in Zeiten des Wandels seien Zusammenarbeit, gemeinsame Verantwortung und die Bündelung von Kräften die Basis für eine erfolgreiche Transformation.

Sortiment, besserer Verfügbarkeit und weniger Reibung im Tagesgeschäft.

Damit verändert sich das Geschäftsmodell grundlegend. Wie würden Sie diesen Wandel beschreiben?

Dewitz: Das klassische Großhandelsmodell trägt in dieser Form nicht mehr weit genug. Wir entwickeln Büroring deshalb bewusst weiter - hin zu einer digital gesteuerten Beschaffungsplattform. Das klingt technischer, als es am Ende ist. Im Kern geht es um weniger Komplexität, mehr Reichweite und bessere Prozesse. Wir steuern Ware, Daten, Sortimente und Systeme künftig deutlich stärker aus einer zentralen Logik heraus. Für den Händler zählt am Ende nicht unser Modell, sondern dass er mit weniger Aufwand breiter, schneller und wirtschaftlicher arbeiten kann.

Sie sprechen von einem Transformationsprozess. Wo steht der Büroring heute und wie sehen die nächsten Schritte aus?

Dewitz: Die grundlegenden Entscheidungen sind getroffen. Jetzt geht es um die Umsetzung. Der Umbau der Versorgungsstruktur läuft, die Systemanbindung steht, neue Sortimente werden integriert und die technische Basis für das Plattformmodell wird aufgebaut. Das ist kein kurzfristiges Projekt, sondern ein sauber geführter Umbau in mehreren Ausbaustufen. Wir greifen tief in bestehende Strukturen ein und bauen parallel neue auf.

Ein zentrales Stichwort ist das Datenmanagement. Warum ist das der entscheidende Hebel?

Dewitz: Weil Daten heute direkt über Wettbewerbsfähigkeit entscheiden. Es reicht nicht mehr, Produkte zu führen. Sie müssen digital sauber gepflegt, verkaufsfähig aufbereitet und in den Systemen nutzbar sein. Schlechte Daten kosten im Tagesgeschäft jeden Tag Geld. Genau deshalb ist Datenmanagement heute kein Nebenthema mehr, sondern ein zentra-

ler Teil der Wertschöpfung. Wir bauen hier ein leistungsfähiges Master-Data-Management auf, das unseren Händlern verkaufsfertige Daten für Shops, ERP und digitale Vertriebskanäle liefert.

Wenn Daten die Grundlage sind, wird Skalierung überhaupt erst möglich. Wie sieht dieser nächste Schritt konkret aus?

Dewitz: Sehr konkret. Wir erweitern das Sortiment in der ersten Stufe kurzfristig auf rund 45.000 Artikel und bauen darauf über zusätzliche Partner und virtuelle Sortimente eine belastbare Struktur mit rund 500.000 verkaufsfähigen Artikeln auf. In der nächsten Ausbaustufe sprechen wir über mehrere Millionen digital steuerbare Produkte. Entscheidend ist nicht die Zahl allein. Entscheidend ist, dass der Händler deutlich mehr Sortiment bekommt, ohne dass seine Komplexität im Tagesgeschäft mitwächst.

Viele Plattformmodelle entstehen derzeit im Markt. Warum sollte sich ein Händler ausgerechnet für den Büroring entscheiden?

Dewitz: Weil wir mehr liefern als Reichweite. Reine Plattformen liefern Infrastruktur. Wir liefern zusätzlich Steuerung, Datenqualität, Prozesssicherheit und ein Modell, das aus dem Handel heraus gedacht ist. Der Händler braucht nicht noch mehr Auswahl auf dem Bildschirm. Er braucht weniger Aufwand im Alltag und ein System, das ihm wirtschaftlich hilft. Genau da liegt unser Unterschied.

Neben klassischen Sortimenten bauen Sie neue Geschäftsfelder auf. Wie breit wird das künftig?

Dewitz: Deutlich breiter, aber nicht beliebig. Wir bauen keine Themenwiese, sondern zusätzliche Geschäftsfelder dort, wo für unsere Händler realer Mehrwert und neue Ertragsfelder entstehen. Robotics ist so ein Thema. IT-nahe Services, Security, Managed Services und perspektivisch auch KI-gestützte Anwendungen im Vertriebsalltag gehören ebenfalls dazu.

Nicht als Trendthemen, sondern als saubere Erweiterung des Geschäfts.

Welche Rolle spielt die Vernetzung innerhalb der Genossenschaft?

Dewitz: Eine deutlich größere als bisher. In der Genossenschaft steckt viel Wissen, aber wir haben es in der Vergangenheit nicht gut genug in die Fläche bekommen. Genau das ändern wir. Mit dem BR Partner Verse schaffen wir eine Plattform für Austausch, Best Practices, Marktdaten und konkrete Unterstützung im Tagesgeschäft. Weniger Rundmail, mehr echter Austausch.

Im Juni steht das PBS Forum in Dresden an, verbunden mit der 50. Generalversammlung. Welche Impulse sollen von dort ausgehen?

Dewitz: Es geht nicht nur um Austausch, sondern um konkrete Orientierung. Wir werden dort zeigen, wie die neue Struktur funktioniert, welche Sortimente und Services konkret

verfügbar sind und welche nächsten Schritte Händler jetzt gehen können. Weniger Folie, mehr Praxis. Genau darum geht es.

Was wäre die Konsequenz gewesen, wenn Sie diesen Umbau nicht angestoßen hätten?

Dewitz: Dann hätten wir an einem Modell festgehalten, das uns strukturell immer weiter ausgebremst hätte. Das größere Risiko war nicht die Veränderung. Das größere Risiko war, nichts zu verändern.

Zum Abschluss: Was wäre für Sie ein gelungenes Jubiläumsjahr?

Dewitz: Wenn wir in diesem Jahr nicht nur auf 50 erfolgreiche Jahre zurückblicken, sondern gleichzeitig die Grundlage dafür legen, dass Büroring wieder klarer, schneller und relevanter im Markt wird, dann ist das am Ende das bessere Jubiläumsgeschenk..

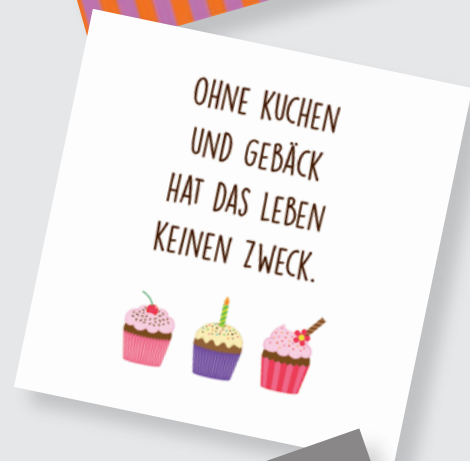
Herr Dewitz, vielen Dank.



Das PBS Forum 2026 bringt am 4. und 5. Juni 2026 Händler und Branchenpartner im Congress Centrum Dresden zusammen. Im Mittelpunkt stehen die 50. Ordentliche Generalversammlung und die Jahrestagung der Büro Forum 2020 AG. Das Bild oben entstand im vergangenen Jahr anlässlich der Generalversammlung in Leverkusen.

bsb

SERVIETTEN COLLECTION



Schluss mit Langeweile
JETZT ORDERN!

bsb-obpacher gmbh
bsb-obp.de
info@bsb-obp.de



Europäischer Handel im Fokus der Besten

Der European Retail Award 2026 würdigt außergewöhnliche Fachhändler aus Europa. Vier Unternehmen aus Deutschland, den Niederlanden und Frankreich wurden in Bielefeld ausgezeichnet. Die Jury hebt Unternehmergeist, Kundenorientierung und innovative Konzepte hervor.

Sie sind Individualisten, Kümmerer mit direktem Draht zu den Menschen vor Ort, Ein- und Verkäufer, Berater und Dienstleister, Wirtschaftsfaktoren, Arbeitgeber und Ausbilder, Eventmanager. Ihre Geschäfte sind echte Spotlights. Zehn dieser Allrounder wurden von einer hochkarätig besetzten Fachjury für den European Retail Award 2026 nominiert. Vier von ihnen konnten die Auszeichnung jetzt entgegennehmen.

Initiator und Organisator der jährlichen Preisverleihung für den inhabergeführten Fachhandel in Europa ist die internationale Mehrbranchenverbundgruppe EK Retail. Die Handelsgruppe ehrt Unternehmer, die mit besonderen Aktivitäten Zeichen in herausfordernden Zeiten und Märkten setzen.

Am 21. April 2026 fiel die Entscheidung in der Bielefelder Eventlocation Lokschuppen. Zahlreiche Gäste aus Handel, Industrie, Verbänden und dem Dienstleistungssektor verfolgten die

Verkündung der Gewinner. Durch den Abend führte die niederländische Schauspielerin, Sängerin und Moderatorin Nathalie van Gent.

In seiner Ansprache betonte der neue CEO Frank Duijst die Bedeutung der Auszeichnung. „Der Einzelhandel hat es mit wirtschaftlichen Herausforderungen und einem Strukturwandel, der es in sich hat, zu tun. Erfolgreiches Handeln ist dennoch mit einem wachen Unternehmergeist sowie außergewöhnlichen Haltungen und Aktivitäten möglich. Solche Händler ehren wir und rücken sie stellvertretend für unsere gesamte Branche ins Rampenlicht.“

Die Vielfalt im europäischen Einzelhandel zeigt sich in einer großen Bandbreite an Konzepten, Traditionen und Innovationen. Zehn Finalisten aus sechs Nationen hatten sich im Auswahlprozess der unabhängigen Jury durchgesetzt. Entsprechend anspruchsvoll war die Entscheidung.

Den Award für „Excellence in Stakeholder Engagement“ erhielt das Kaufhaus Schäffer. Das seit 1891 in Osnabrück etablierte Haus bietet auf 2.700 Quadratmetern und vier Etagen ein breites Sortiment von Tisch und Tafel über Home und Living bis hin zu Küche und Kinderland. Ein 70-köpfiges Team bringt kontinuierlich neue Impulse ein und sorgt für persönlichen Service. Ergänzt wird das Konzept durch ein haus eigenes Café mit vier Konditorinnen, eine Kochschule mit Thementagen sowie eine ausgeprägte Omnichannel-Strategie und starke Präsenz in sozialen Medien.

Der Award für „Outstanding Customer Experience“ ging an Konijnendijk Mode in Zuid-Beijerland (NL). Das 1937 gegründete Modehaus nahe Rotterdam verbindet auf 6.000 Quadratmetern rund 200 Marken mit einem konsequent erlebnisorientierten Ansatz. 90 Mitarbeitende setzen auf persönliche Beratung, Personal Shopping und individuelle Betreuung in unterschiedli-



Tobias Schonebeck (Geschäftsführender Gesellschafter, Schäffer) mit dem European Retail Award in der Kategorie „Excellence in Stakeholder Engagement“.



Familie Konijnendijk mit (v. l. n. r.) Marius, Paul, Daisy und Nick Konijnendijk von Konijnendijk Mode mit dem European Retail Award in der Kategorie „Outstanding Customer Experience“.



In seiner Ansprache betonte der neue EK Retail CEO Frank Duijst die Bedeutung der Auszeichnung.



Stimmungsvolles Ambiente bei der Abendveranstaltung: Neben der Preisverleihung stand die Verabschiedung von Dr. Claudia Wasser im Mittelpunkt. Sechs Jahre lang leitete sie die international besetzte Fachjury. Johanna Graef-Krengel dankte ihr im Namen aller Beteiligten für ihr Engagement (Abb. oben rechts).

chen Lebenssituationen. Ergänzt wird das Angebot durch Events, Gastronomie und einen Kinderbereich.

Für „Boosting Customer Involvement“ wurde das Kurz Elektrozentrum in Freudenstadt ausgezeichnet. Das Unternehmen betreibt ein 10.000 Quadratmeter großes Technologie-Erlebniszentrum mit 120 Mitarbeitenden. Im Mittelpunkt steht die Verbindung von Beratung, Workshops, Live-Vorfürhrungen und Mitmach-Formaten. Die „Experience & Empower“-Philosophie zieht

sich durch alle Bereiche. Nachhaltigkeit, soziale Projekte und die Verbindung von stationärem Handel und digitalen Angeboten sind fest im Konzept verankert.

Der Award „Achieving Growth through Customer Activation“ ging an Culinarion Tours in Tours im Tal der Loire. Das 2011 gegründete Fachgeschäft setzt auf ein kuratiertes Sortiment rund ums Kochen und Backen, das auf 140 Quadratmetern inszeniert wird. Persönliche Beratung, Workshops und Community-Angebote schaffen eine enge Kunden-

bindung. Ergänzt wird das Konzept durch digitale Inhalte sowie Treueprogramme mit personalisierten Vorteilen.

Im Rahmen der Veranstaltung wurde zudem Dr. Claudia Wasser verabschiedet. Die Chefredakteurin der Fachzeitschriften Trend & Style und Kitchen Trend war sechs Jahre Vorsitzende der internationalen Jury. Johanna Graef-Krengel dankte ihr im Namen aller Beteiligten für ihr Engagement.

ek-retail.com



Jakob Haizmann (Geschäftsführung, Kurz Elektrozentrum) mit dem European Retail Award in der Kategorie „Boosting Customer Involvement“.



Carine Finas (Inhaberin, Culinarion Tours) mit dem European Retail Award in der Kategorie „Achieving Growth through Customer Activation“.



Führung in unsicheren Zeiten: Klare Kommunikation im Team schafft Orientierung, auch wenn nicht alle Antworten vorliegen.

Krisen, Klarheit und die Rolle der Kommunikation

Unsicherheit prägt viele Unternehmen. Gerade in Krisenzeiten zeigt sich, wie wichtig klare Kommunikation ist. Sarah Thullner beschreibt, warum Haltung entscheidend wird - und wie Führung auch ohne fertige Antworten Orientierung geben kann.

Wir leben in Zeiten, in denen sich Nachrichten gefühlt täglich überschlagen. Neue Entwicklungen, neue Herausforderungen, neue Unsicherheiten.

Und mit jeder neuen Information stellt sich eine Frage: Wie gehe ich damit um - für mich selbst und im beruflichen Kontext?

Krisen lösen unterschiedliche Reaktionen aus. Manche Menschen verspüren Angst. Andere reagieren mit Wider-

stand oder Wut. Wieder andere ziehen sich zurück oder wirken wie gelähmt.

Und dann gibt es diejenigen, die nach außen ruhig und stabil wirken. Doch auch hier lohnt sich ein genauerer Blick: Ist es echte Stabilität - oder eher ein Umgang mit Unsicherheit, der nach außen stark wirkt?

Gerade im Business zeigt sich in solchen Zeiten eine besondere Herausforderung: Führung.

Wie führen Sie, wenn Sie selbst nicht alle Antworten haben? Wie kommunizieren Sie, wenn sich Rahmenbedingungen ständig verändern? Und wie viel Offenheit ist in solchen Momenten hilfreich - oder vielleicht auch zu viel?

In Gesprächen und Beobachtungen fällt mir auf, dass es nicht den einen richtigen Weg gibt. Es gibt keinen festen Plan, der sich einfach anwenden lässt. Jede Krise ist anders. Jedes Unternehmen ist anders. Jeder Mensch reagiert unterschiedlich.

Gerade deshalb wird Kommunikation zur zentralen Führungsaufgabe. Sie ist nicht nur Mittel zum Zweck, sondern oft der entscheidende Faktor dafür, wie Teams mit Unsicherheit umgehen.

Was jedoch immer eine Rolle spielt, ist die eigene Haltung zur Kommunikation. Schweigen kann kurzfristig Sicherheit geben - doch langfristig entsteht oft Unsicherheit im Team.



Sarah Thullner ist Kommunikationsexpertin und Coach mit Schwerpunkt auf moderner Unternehmenskultur. Sie unterstützt Teams und Führungskräfte dabei, ihre interne und externe Kommunikation bewusster, klarer und wertschätzender zu gestalten. Ihr besonderes Interesse gilt den Dynamiken hybrider Arbeitsformen und der Frage, wie Sprache Vertrauen und Zusammenarbeit stärkt. Mehr unter: sarah-thullner.de

Zu viel Offenheit hingegen kann Menschen verunsichern, wenn sie keine Orientierung mehr erkennen.

Es ist also ein Balanceakt. Zwischen Transparenz und Stabilität. Zwischen Nähe und Klarheit. Zwischen dem Teilen von Gedanken - und dem bewussten Führen durch Worte.

Dabei geht es nicht darum, perfekt zu kommunizieren. Es geht darum, bewusst zu kommunizieren.

Sich darüber im Klaren zu sein: Welche Wirkung haben meine Worte? Was brauchen meine Mitarbeitenden gerade? Und welche Rolle möchte ich in dieser Situation einnehmen?

Denn genau hier beginnt Führung.

Nicht in fertigen Antworten - sondern in der Fähigkeit, Orientierung zu ge-

ben, auch wenn noch nicht alles geklärt ist.

In größeren Unternehmen helfen oft klare Kommunikationsrichtlinien, um Struktur zu schaffen und eine einheitliche Linie zu halten. Doch auch diese ersetzen nicht die persönliche Haltung der Führungskraft.

Denn am Ende wird Kommunikation immer durch Menschen geprägt. Und genau deshalb wird sie auch unterschiedlich wahrgenommen. Was für den einen Klarheit schafft, kann für den anderen noch Fragen offenlassen.

Hinzu kommt ein weiterer Aspekt, der oft unterschätzt wird: Timing. Nicht jede Information muss sofort geteilt werden - aber auch nicht zu spät.

Zwischen vorschneller Reaktion und zu langem Abwarten liegt der Raum, in

dem Führung wirksam wird. Wer hier bewusst entscheidet, stärkt Vertrauen und verhindert unnötige Unsicherheit im Team.

Mein Impuls für Sie: Stellen Sie sich in herausfordernden Zeiten eine zentrale Frage: Wie möchten Sie in dieser Situation wahrgenommen werden? Als jemand, der alles für sich behält? Oder als jemand, der Orientierung gibt - auch wenn nicht alle Antworten vorhanden sind?

Sprechen Sie Themen an. Schaffen Sie Raum für Austausch. Und hören Sie zu.

Denn gerade in Krisen entscheidet Kommunikation nicht nur über Informationen - sondern über Vertrauen.

sarah-thullner.de

Anzeige

EBERHARDFABER

Animal Pen



Animal Pen Füller
Soft Touch Oberfläche,
Gummierter Griff
für sicheren Halt und
ermüdungsfreies
Schreiben



Animal Erase It!



Write

Erase

Rewrite

Animal Erase It!
Gelschreiber Radierbar
Eule, Waschbär, Bambi und Leopard



Safari Bus
Metallbus im Safari-Look mit 16 Animal Filzstifte,
2 Ausmalkarten und 2 Stickerkarten



Follow us on Instagram
@eberhard_faber_offiziell

Nordstil: Europäische Vielfalt prägt Sortiment

Die Nordstil zeigt im Sommer vom 25. bis 27. Juli 2026, wie vielfältig europäische Konsumgüter sein können. Aussteller aus 16 Ländern liefern Impulse für den Handel. Im Fokus stehen klare Sortimente, neue Produktideen und direkt umsetzbare Konzepte für den Point of Sale.

Die Nordstil rückt die Vielfalt europäischer Konsumgüter in den Fokus. Aussteller aus 16 Ländern zeigen, wie unterschiedlich Handschriften im Sortiment wirken können und wie sich diese gezielt kombinieren lassen. Für den Handel entsteht daraus ein breites Angebot, das Inspiration und direkte Umsetzbarkeit verbindet.

Fachbesucher finden in den vier Themenwelten gezielt Produkte, die bestehende Sortimente erweitern oder neu strukturieren. Die Messe positioniert sich dabei bewusst kompakt und nah am Bedarf des Handels. Über den nordischen Raum hinaus setzt sie damit Impulse für die Sortimentsentwicklung im europäischen Konsumgütermarkt.

Im Bereich Schönes und Schenken stehen persönliche Produkte mit klarer Gestaltung im Mittelpunkt. Das dänische Label Perlemust bringt Schmuck

aus recyceltem Silber auf die Fläche, kombiniert mit Perlen und Steinen und bewusst reduziert im Design. Jalfe aus Süd-Dänemark ergänzt das Angebot mit tragbaren Basics aus Merinowolle und Bio-Baumwolle, die sich langfristig in bestehende Garderoben integrieren lassen.

Die Themenwelt Wohnen und Dekorieren zeigt, wie sich Atmosphäre gezielt gestalten lässt. Fragrances of Ireland setzt auf Duftwelten mit Bezug zur irischen Küste. TheMoshi aus Schweden verbindet Accessoires mit internationaler Handwerkskunst und nordischer Formsprache. EJA International aus Dänemark bündelt verschiedene Markenwelten, darunter Au maison, und eröffnet damit vielfältige Kombinationsmöglichkeiten. Home Society aus den Niederlanden fokussiert sich auf dekorative Konzepte mit klarem Bezug zu saisonalen Inszenierungen im Handel.

In der Halle Lebensart und Lifestyle wird die Bandbreite funktionaler und gestalterischer Produkte sichtbar. Demi Art aus Südtirol bringt Zirbenholz-Produkte mit multisensorischer Wirkung ein. Konplott aus Luxemburg setzt mit opulentem Modeschmuck gezielte Blickpunkte. Feellab und Manta Gifts aus Italien kombinieren unterschiedliche Marken zu kuratierten Sortimenten. Ergänzt wird das Angebot durch visuell prägnante Produkte wie Wohntextilien von Kura D aus Polen oder Beschilderungslösungen von VWM aus Schweden, die gezielt Aufmerksamkeit am Point of Sale schaffen. Vinoos aus den Niederlanden verbindet Genuss und Design mit Wine Gums und Schmuck aus recycelten Weinflaschen.

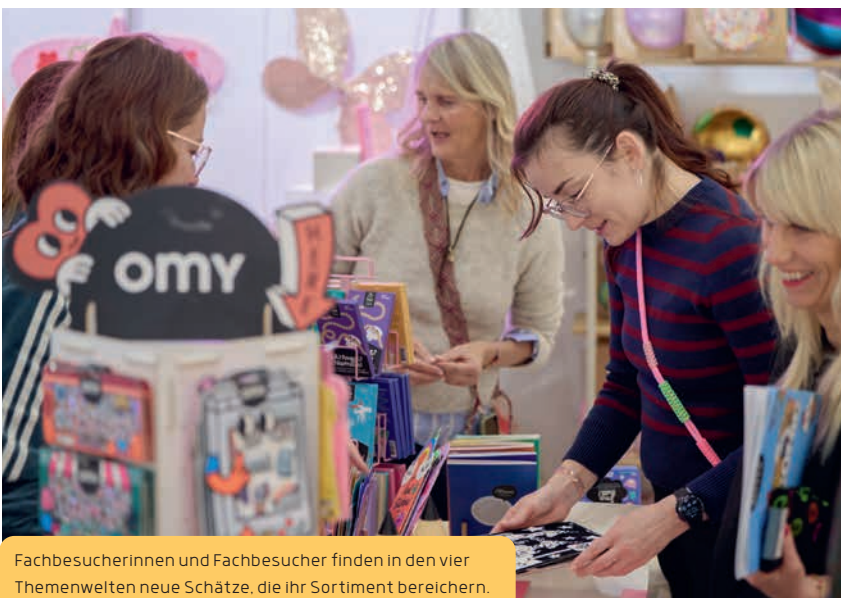
Im Segment Genießen und Verwöhnen stehen Feinkost und Präsentation im Fokus. Greenomic Delicatessen aus Luxemburg bietet ein breites Sortiment von Pasta über Öle und Essig bis zu süßen Spezialitäten, das sich für Themenflächen im Handel eignet. 28Lots aus Österreich ergänzt dies mit handgemachter Schokolade und ungewöhnlichen Geschmacksrichtungen.

Mit dieser Struktur zeigt die Nordstil ihre Rolle als Arbeitsmesse für den Handel. Die klare Gliederung erleichtert die Orientierung und unterstützt die Entwicklung eigenständiger Sortimente. Gleichzeitig liefert die internationale Ausrichtung konkrete Ansätze für die Weiterentwicklung im Markt.

Die Sommerausgabe der Nordstil findet vom 25. bis 27. Juli 2026 in Hamburg statt. Die Winterausgabe folgt dann vom 9. bis 11. Januar 2027.

nordstil.messefrankfurt.com

Foto: Messe Frankfurt



Fachbesucherinnen und Fachbesucher finden in den vier Themenwelten neue Schätze, die ihr Sortiment bereichern.



Lizenzbranche vernetzt sich neu

Die BRANDmania findet am 24. und 25. Juni 2026 in der Zeche Zollverein in Essen statt und bringt zentrale Akteure der Lizenz- und Markenwelt zusammen. Das Event positioniert sich als B2B-Plattform für Kooperationen und Geschäftsanbahnung. „Die BRANDmania steht als zentrale Plattform für Austausch auf Augenhöhe, neue Partnerschaften und echte Business-Potenziale“, erklärt Geschäftsführer Christian Ulrich. Zu den Teilnehmern zählen unter anderem Hasbro, Mattel, Paramount Global und Warner Bros. Discovery. Das Konzept setzt auf Networking, Matchmaking und ein kuratiertes Bühnenprogramm. „Vor Ort gibt es mehr Networking-Lounges und Erlebnisflächen“, sagt Katrin Störr, Head of BRANDmania. Ergänzt wird das Format durch Praxisbeispiele erfolgreicher Kooperationen sowie den BRANDbaby Award.

brandmania.events

TrendSet: Ordertermin Herbst/Winter

Die TrendSet Sommer 2026 findet vom 11. bis 13. Juli 2026 in München statt und zählt zu den zentralen Orderterminen für Interiors und Lifestyle im südlichen deutschsprachigen Raum. Der Handel aus Deutschland und den angrenzenden Märkten nutzt die drei Tage, um Trends einzuordnen und Sortimente für Herbst und Winter 2026/27 zusammenzustellen. In den Hallen der Messe München zeigen rund 1.740 Marken und Kollektionen aus etwa 40 Ländern ihre Neuheiten. Das Spektrum reicht von Interior über Dekoration bis zu Lifestyle-Artikeln und bietet eine klare Orientierung für die kommende Saison. Ergänzt wird das Angebot durch Sonderflächen. Die Topic Area TrendSet Newcomer stellt junge Unternehmen vor, TrendSet Bijoutex bündelt Trends rund um Modeschmuck, Beauty, Fashion und Accessoires. Die internationale Ausstellerstruktur und der kompakte Zeitraum unterstützen effiziente Orderprozesse und den direkten Austausch zwischen Industrie und Handel.

trendset.de



Schreibware trifft Popkultur

Stabila startet 2026 eine globale Lizenzkooperation mit dem Netflix-Erfolg „KPop Demon Hunters“. Die Kollektion verbindet ikonische Schreibgeräte mit einem der derzeit erfolgreichsten Entertainment-Formate und zielt auf neue, international vernetzte Zielgruppen. Die geplante Kollektion setzt auf visuelle Wiedererkennbarkeit. Charaktergrafiken und Motive aus dem Film werden auf ausgewählten Produkten umgesetzt und sollen die Markenwelt in den Alltag von Schülerinnen und Schülern, Studierenden und kreativen Nutzern übertragen. Für den Handel eröffnet sich damit ein Thema, das über klassische Sortimentslogik hinausgeht. Die Kooperation zeigt ebenso, wie sich Schreibwaren zunehmend in Richtung Lifestyle entwickeln.

stabilo.com

Zurück zum echten Gespräch

Ein Hörer, ein Kabel, ein klares Ziel - und plötzlich ist ein altes Prinzip wieder ganz vorne. In den USA geht das Tin Can Phone viral und wird zum Symbol einer neuen Gegenbewegung zum Smartphone. Kinder wählen per Tastenfeld die ID ihrer Freunde und sprechen direkt miteinander. Ohne Display, ohne Apps, ohne Ablenkung. Eltern schätzen die Kontrolle, Schulen treiben den Trend aktiv voran. Das Gerät verkauft sich hunderttausendfach und steht für eine klare Haltung: weniger Bildschirm, mehr echtes Gespräch. Ein Retroprodukt wird zum Zeitgeist.

tincan.kids



Spritz ohne Aufwand genießen

Die Flasche steht bereit, ein Dreh am Verschluss, ein leises Zischen - und der Sommer beginnt genau in diesem Moment. Der Mionetto Orange Spritz Ready-to-Serve bringt das klassische Aperitivo-Gefühl direkt ins Glas, ohne Vorbereitung, ohne Aufwand. Was in Italien seit Jahrzehnten zur Kultur gehört, entwickelt sich längst international zum festen Bestandteil moderner Genussmomente. Spritz steht heute für Leichtigkeit, Geselligkeit und eine bewusste Auszeit vom Alltag. Genau hier setzt Mionetto an und übersetzt den Trend in ein Format, das sofort funktioniert. Die Kombination aus fruchtiger Orange, feiner Bitterkeit und prickelnder Frische trifft den Zeitgeist. Erhältlich mit 5,9 Prozent Alkohol oder alkoholfrei, passt sich der Drink unterschiedlichen Anlässen an. Die 0,75-Liter-Flasche eignet sich für gemeinsame Abende, das 0,2-Liter-Format für unterwegs, Picknick oder spontanen Treff im Park. Der Aperitivo wird damit flexibel und alltagstauglich. Ein Produkt, das nicht nur ein Getränk ist, sondern ein Gefühl transportiert - von Sommer, Freiheit und einem Hauch Dolce Vita, der sich jederzeit öffnen lässt.

mionetto.com

Becher voller Geschichten

Ein Blick auf den Becher genügt und schon beginnt eine kleine Reise. Die Kollektion Nora Stories lebt von Illustrationen, die mehr sind als Dekor. Starke Frauen, eigensinnige Katzen, leuchtende Früchte und verspielte Blüten eröffnen eigene Bildwelten. Entworfen von der Berliner Designerin Martina Leykamm trägt jedes Motiv ihre klare Handschrift und verleiht den Bechern Charakter. Die Farbwelt verbindet alle Serien zu einem stimmigen Gesamtbild, das Ruhe und Ausdruck zugleich schafft. Mit 16 Motiven entsteht eine Auswahl, die bewusst auf Individualität setzt. Jeder Becher wird zum persönlichen Begleiter im Alltag, ob am Frühstückstisch oder im Büro. Die kompakte Form mit 300 Millilitern Volumen liegt gut in der Hand und passt in jede Routine.

koziol.de



Saison**High**lights



Reisen in Powder Rose

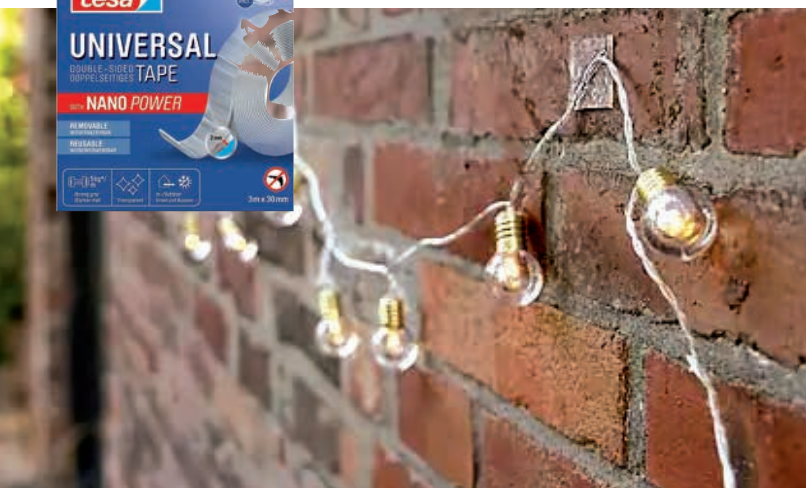
Ein Koffer, der nicht laut sein muss, um aufzufallen. Das sanfte Powder Rose wirkt wie ein leises Statement - feminin, klar und selbstbewusst zugleich. Entwickelt für Frauen, die unabhängig reisen, Entscheidungen treffen und ihren eigenen Stil leben. Die streng limitierte Edition von Titan umfasst nur 25 nummerierte Exemplare weltweit und macht jedes Stück zu etwas Persönlichem. Gefertigt aus widerstandsfähigem Polycarbonat, leicht im Handling und robust im Einsatz, begleitet dieser Trolley nicht nur Wege, sondern Haltungen. Er steht für Beweglichkeit, Freiheit und den Mut, jederzeit aufzubrechen. Preis der Sonderedition rund 260 Euro. Ab dem 6. Juli 2026 haben Liebhaberinnen hochwertiger Reiseaccessoires die Möglichkeit, eines der begehrten Stücke zu erwerben.

titan-bags.com

Becher für jeden Tag

Ein Griff, ein Schluck, unterwegs. Der Helia Thermobecher von Sigg macht Schluss mit Einweg und bringt Routine in Bewegung. Klare Form, matte Oberfläche, sanfte Farben. Ein Accessoire, das nicht auffällt, sondern bleibt. Ob Smoothie am Morgen, Eiskaffee am Nachmittag oder ein Drink am Abend. Helia begleitet den Tag und hält, was er verspricht. Bis zu 24 Stunden kühl, bis zu vier Stunden warm. Für Pendler, Reisen oder ruhige Stunden im Freien. Der Becher ist robust, wiederverwendbar und passt in Getränkehalter wie in Seitentaschen. Der Schraubdeckel schützt, die Strohhalöffnung erleichtert das Trinken. Mitgelieferte Bürste für die Reinigung. Entwickelt für Menschen, die bewusst konsumieren und ihren Alltag einfacher gestalten wollen.

sigg.com



Starker Halt für fast alles

Ein sauber abgerollter Streifen, fest angedrückt - und schon sitzt alles sicher an der Wand. Die tesa Montagebänder mit Powerbond Technologie bieten zuverlässigen Halt auf Fliesen, Putz, Tapete oder Glas. Je nach Variante tragen sie auch schwere Objekte oder Spiegel im Bad. Selbst im Außenbereich bleiben sie stabil. Das System umfasst mehrere Lösungen für unterschiedliche Anforderungen und macht Bohren oft überflüssig. Für alle, die Dinge dauerhaft und ordentlich befestigen möchten. Auch bei wechselnden Projekten bleibt die Anwendung einfach und präzise.

tesa.com



Das einzigartige Klammermechanismus im Inneren des Planers sorgt für maximale Flexibilität. In den Taschenbegleiter passen verschiedene Formate und auch Hefte anderer Hersteller.



Planer mit Kultpotenzial

Roterfaden hat aus einer Diplomarbeit ein Ordnungssystem entwickelt, das durch Materialqualität, maximale Flexibilität und konsequente Fertigung in Deutschland punktet. Das Besondere ist ein patentierter Klammermechanismus, der nahezu jedes Fremdformat integrieren kann.

Wer heute im Fachhandel hochwertige Schreibwaren, Planer und langlebige Begleiter für den Alltag sucht, findet in Roterfaden ein Sortiment, das sich bewusst von klassischen Kalenderkonzepten absetzt. Im Mittelpunkt steht der Taschenbegleiter, ein modulares System, das 2006 aus der Diplomarbeit von Beate Mangrig an der Hochschule der Bildenden Künste Saar entstand. Die ursprüngliche Fragestellung war ebenso einfach wie relevant. Nicht das nächste Sonderformat sollte entwickelt

werden, sondern eine Lösung für die reale Nutzung von Planern, Notizen, Skizzen und losen Papieren.

Das Ergebnis ist bis heute das Alleinstellungsmerkmal des Unternehmens aus Saarbrücken. Ein patentierter Klammermechanismus im Inneren des Planers hält Hefte, Einlagen und lose Blätter sicher zusammen, ohne Lochung und ohne proprietäre Formate. Genau darin liegt für den PBS-Fachhandel ein wesentlicher Vorteil. Kundinnen und Kunden können vorhandene DIN-A5-Hefte anderer Marken problemlos weiterverwenden. Auch lose Papiere lassen sich sicher befestigen. Das erweitert die Anschlussfähigkeit an bestehende Sortimente im Handel erheblich und schafft Beratungspotenzial am POS.

Die Produkte sind nicht als kurzlebige Saisonware gedacht, sondern als dauerhafte Begleiter. Gefertigt wird zu 100 Prozent in Deutschland, in sorgfältiger Handarbeit und mit einem klaren Fokus auf Langlebigkeit. Das Sortiment reicht von klassischen Lederausführungen über Wollfilz bis hin zu innovativen Mate-

rialien wie Kaktusleder, pflanzlichem Filz, Recyclingleder oder upgecyceltem Zeltstoff aus der Kooperation mit Vaude. Für Händler entsteht daraus ein Sortiment mit klarer Materialgeschichte, hoher Haptik und starker Differenzierung gegenüber industrieller Massenware.

Besonders relevant ist die Vielfalt der Außen- und Innenmaterialien. Zum Einsatz kommen ausschließlich chromfrei oder vegetabil gegerbte Leder aus deutschen Gerbereien. Das vollnarbige Rindsleder entwickelt im Gebrauch eine natürliche Patina und unterstreicht damit den langlebigen Charakter der Produkte. Ergänzt wird das Angebot durch 100 Prozent Merino-Filz, der sich durch Robustheit, angenehme Haptik und einen natürlichen Selbstreinigungseffekt auszeichnet. Wer vegane Alternativen sucht, findet mit pflanzlichem Filz auf Basis von Pflanzenresten und Holzfasern sowie langlebigem Kaktusleder überzeugende Optionen.

Hinzu kommen Materialien, die dem Sortiment eine besondere erzählerische Tiefe geben. Drucktuch etwa, ursprünglich aus dem Offsetdruck, bringt



Nils Bellaire, Milena Grandjean und Beate Mangrig [v.l.n.r.] leiten Roterfaden gemeinsam.



Die Produkte stehen exemplarisch für ein Geschäftsmodell, das Design, Handwerk und unternehmerische Eigenverantwortung konsequent verbindet.

grafische Spuren, Farbreste und sichtbare Nutzungsgeschichte in die Hüllen ein. Gerade für papieraffine Zielgruppen im PBS-Handel entsteht daraus ein spannender Brückenschlag zwischen Schreibkultur und Drucktradition. Gewachste Baumwolle für robuste Innenlösungen oder Recyclingleder aus Produktionsresten erweitern die Range zusätzlich.

Für Fachhändler ist diese Materialvielfalt ein starkes Verkaufsargument, weil sie unterschiedliche Zielgruppen anspricht. Klassische Papeterie-Kunden greifen zu Leder und Filz, designorientierte Käufer zu Drucktuch oder Tanzboden, nachhaltig orientierte Zielgruppen zu Kaktusleder, Recyclingleder oder Upcycling-Materialien. Gleichzeitig bleibt die Kernidee immer dieselbe. Die Hülle ist langlebig, der Inhalt bleibt flexibel austauschbar.

Das macht den Taschenbegleiter auch im täglichen Gebrauch vielseitig. Er funktioniert im Office, in der Werkstatt, auf Reisen und als kreatives Arbeitswerkzeug für Skizzen, Projektlisten oder Notizen. Kleine Gebrauchsspuren, verschütteter Kaffee oder etwas Regen gehören nicht zum Problem, sondern werden Teil der Produktgeschichte. Gerade diese Patina und Materialehrlichkeit unterscheidet das Konzept von vielen standardisierten Planern.



Seit 2006 werden alle Roterfaden Produkte in sorgfältiger Handarbeit aus hochwertigen Materialien in Deutschland gefertigt.



In diesem Jahr feiert Roterfaden das 20-jährige Bestehen: Aus einer Idee wurde ein Prototyp, ein Start-up, eine Marke und vor zwei Jahren eine Genossenschaft, deren Mitarbeitende ohne Chef auskommen.

Auch der stationäre Handel profitiert von der Beratungsfähigkeit des Sortiments. Seit 2011 betreibt Roterfaden ein eigenes Ladengeschäft in Saarbrücken und sammelt dort unmittelbare Erkenntnisse über Nutzung, Wünsche und Materialpräferenzen. Diese Erfahrung fließt in das Händlergeschäft ein. Bestellungen können telefonisch, per E-Mail oder über den Händlerlogin im Webshop erfolgen. Persönliche Besuche und Mitarbeiterschulungen sind möglich. Fachhändler werden zudem online gelistet, was zusätzliche Sichtbarkeit schafft.

Bemerkenswert ist, dass sich die besondere Haltung des Unternehmens nicht nur im Produkt, sondern inzwischen auch in der Struktur widerspiegelt. Die Nachfolge wurde 2024 nicht klassisch gelöst, sondern über eine Genossenschaft organisiert. Beate Mangrig überführte das Unternehmen gemeinsam mit den langjährigen Mitar-

beitenden Milena Grandjean und Nils Bellaire in die Roterfaden Taschenbegleiter eG. Damit blieb die gestalterische und kulturelle Identität des Hauses erhalten.

Die Genossenschaft ist heute bewusst nur ein Teil der Geschichte, aber ein logischer Abschluss einer Marke, die seit jeher auf Langlebigkeit, Verantwortung und gemeinsames Weiterdenken setzt. „Ich bin Designerin, konnte aber in den Jahren als Geschäftsführerin oft nur wenig Freiraum für neue Designprojekte schaffen. Ich freue mich nun über deutlich mehr Raum für Kreativität. Die Zeit für Meetings und Nachbesprechungen ist in unserer Genossenschaft auf ein Minimum gesunken. Jeder weiß, was zu tun ist, und erledigt seine Aufgaben gewissenhaft“, erklärt Beate Mangrig. So wird aus einem starken Produktkonzept auch ein tragfähiges Unternehmensmodell für die Zukunft.

roterfaden.de

Hybrides Fachhandelsmodell für die Kleinstadt

Der Fachhandel sucht nach Antworten auf sinkende Frequenzen und steigende Kosten. In Wertingen kombiniert Andreas Gerblinger persönliche Beratung mit einem autonomen 24/7-Konzept und entwickelt sein Geschäft „Genial Genießen“ zu einem hybriden Smart-Store.





Der Druck auf kleinere Standorte im Fachhandel wächst. Gerade in Mittel- und Kleinstädten entscheiden flexible Öffnungszeiten und klare Sortimentsprofile über die Zukunftsfähigkeit eines Geschäfts. Während reine Automatenlösungen oft als Notlösung gelten, setzt das Fachgeschäft Gerblinger in Wertingen auf ein hybrides Modell.

Das Geschäft bleibt zu den Servicezeiten von Montag bis Freitag zwischen

8.30 bis 18 Uhr und samstags bis 13 Uhr mit Beratung und Lotto geöffnet. In den Randzeiten wird der vordere Bereich zur autonomen Zone. Ab 6 Uhr morgens, abends bis etwa 22 Uhr sowie an Wochenenden ermöglichen Self-Scanning und Self-Checkout den Einkauf ohne Personal.

Der Umbau war anspruchsvoll. Technik, Zugangssysteme und Warenpräsentation mussten integriert werden, während der Betrieb weiterlief. Gerade im kleinstädtischen Umfeld ist zudem die Kundenakzeptanz entscheidend. Nicht jeder Stammkunde ist sofort bereit, selbst zu scannen. Vertrauen in Technik und einfache Bedienung sind Voraussetzung.

Auch rechtliche Fragen wie Jugendschutz, Zahlungsabwicklung und Videoüberwachung mussten geklärt werden. Für ein inhabergeführtes Geschäft ohne eigene IT-Struktur bedeutet das zusätzliche Komplexität.

Die Flächenstruktur wurde neu geordnet. Schreibwaren wanderten nach hinten, im Eingangsbereich dominiert ein kuratiertes Angebot für den schnellen Bedarf. Kulinarik, Genussprodukte und Geschenkartikel stehen

im Fokus. Und allen Unkenrufen zum Trotz, „es würde ja eh keine Bücher mehr geben, thront in direkter Sichtachse die neue Bücherwand mit aktuellen Bestsellern. Mitten im SB-Shop.“

Gerblinger reagiert damit auf verändertes Einkaufsverhalten. Spontankäufe am frühen Morgen oder am Sonntag werden möglich, ohne das Fachhandelsprofil aufzugeben.

Nach Angaben von Andreas Gerblinger wird das Modell bereits stark genutzt, vor allem abends und am Wochenende. Nach den ersten fünf Monaten im Betrieb lässt sich bereits feststellen, dass das System größtenteils zusätzlichen Umsatz generiert! Für Wertingen bedeutet das Konzept jedoch eine klare Aufwertung der Nahversorgung.

Der Weg dahin war ernüchternd. „Wenn du mit den Anbietern sprichst, hört sich das immer super an, nur merkt man schnell, wir sind nicht die Zielgruppe, wir haben keine 500 Filialen, kein Digitalteam, das komplizierten API-Anpassungen an das eigene Warenwirtschaftssystem oder unserer Buchhandelssoftware machen kann.“

Auch wirtschaftlich sei vieles nicht darstellbar gewesen. „Auch die Preisvorstellungen, die da aufgerufen werden, holst Du in hundert Jahren nicht mehr rein, bei unseren Margen.“

Andreas Gerblinger entwickelte daher mit einem lokalen Elektriker Schließsystem, Automatisierung und Zahlterminal selbst. Der „Gerblinger SB-Shop“ entstand aus unternehmerischer Praxis.

Das Beispiel aus Wertingen zeigt, dass Hybridmodelle für inhabergeführte Fachgeschäfte eine realistische Option sein können. Wer Technik pragmatisch einsetzt und seine Marke stärkt, kann Öffnungszeiten erweitern und zugleich lokal relevant bleiben. Interessierte Kolleginnen und Kollegen können sich direkt an Andreas Gerblinger wenden.

dergerblinger.de



Andreas Gerblinger (Abb. links) bietet inzwischen eine Beratungsleistung für interessierte Kollegen an, die den Weg jetzt ebenfalls gehen wollen, aber teures Lehrgeld vermeiden möchten.

Tischkultur mit Persönlichkeit

Wenn aus kleinen Details etwas Besonderes entsteht, wird jeder gedeckte Tisch zur Bühne für Stil und Persönlichkeit. Genau hier setzt das neue Servietten Sortiment von bsb-obpacher an: Es verbindet kreative Designs mit hochwertiger Qualität für unvergessliche Momente..

Das neue Servietten Sortiment der bsb-obpacher bringt frischen Wind auf den Tisch - trendig, witzig und unwiderstehlich verkaufsstark. Ob Geburtstag, Grillparty, Mädelsabend oder ein entspanntes Dinner mit Freunden: Für jeden Anlass gibt es das perfekt abgestimmte Design. So wird jede Tischdekoration zum echten Hingucker.

Mach Schluss mit Langeweile und serviere Stil pur! Mit einer großen Auswahl an Motiven setzt das Sortiment kreative Akzente und sorgt für das gewisse Etwas bei jeder Gelegenheit. Besonders überzeugend: Ein Teil der Kollektion ist in naturbraunem Recyclingmaterial erhältlich - ideal für alle, die Wert auf eine stilvolle und bewusstere Tischkultur legen.

Auch in puncto Qualität und Funktionalität lässt das Sortiment keine Wünsche offen: Die 3-lagigen Servietten bieten angenehme Stabilität und eine hohe Lagenhaftung. Mit dem bewährten Format von 33 x 33 cm eignen sie sich perfekt für Tisch und Buffet. Jede Packung enthält 20 Servietten - verfügbar in rund 60 verschiedenen Everyday-Motiven sowie 20 festlichen Weihnachtsdesigns.



Für eine attraktive Präsentation am Point of Sale stehen praktische Warenträger zur Verfügung: wahlweise eine mobile Drehsäule mit Rollenfuß oder eine Variante auf Bodenplatte zur Mon-

tage auf Podesten oder in Rückwänden. Ein Sortiment, das nicht nur den Tisch verschönert, sondern auch den Verkauf ankurbelt.

bsb-obpacher.de



Ob gemütlich, festlich oder verspielt - die neue Servietten-Kollektion von bsb-obpacher lädt dazu ein, jeden Anlass mit einer Prise Charme und Individualität zu bereichern.

Sauber korrigieren im Alltag

Mit dem Korrekturroller bietet Deli ein Produkt für den täglichen Einsatz, das Fehler sofort und vollständig abdeckt. Ein direktes Überschreiben ist ohne Wartezeit möglich. Das sorgt für effiziente Abläufe, besonders in Situationen, in denen es auf Tempo ankommt. Der gleichmäßige Bandlauf gewährleistet glatte Ergebnisse ohne Wellenbildung. Unterstützt wird dies durch einen U-förmigen Applikator, der ein kontrolliertes und exaktes Auftragen ermöglicht. Auch bei längeren Korrekturen bleibt die Anwendung präzise. Die transparente Kunststoffhülle erlaubt jederzeit den Blick auf den aktuellen Bandstand. Das erleichtert die Handhabung und sorgt für Planungssicherheit im Arbeitsalltag. Eine Schutzkappe bewahrt das Band vor Schmutz und Austrocknung, was die Nutzungsdauer verlängert. Der Korrekturroller ist vielseitig einsetzbar, ob in Schule, Studium, Büro oder bei Prüfungen. Als Produkt der Marke Deli steht er für eine funktionale Lösung im Bürobedarfssortiment und ist über Maul verfügbar. **maul.de**



Ordnung auf kleinem Raum

Mit der Maul-Rundbox Recycling bringt Maul Struktur auf den Schreibtisch. Die Box besteht zu über 85 Prozent aus recyceltem PS-Kunststoff aus Post-Consumer-Material. Sie trägt den Blauen Engel und wird in Deutschland gefertigt. Sechs großzügige, staffelartig angeordnete Einzelbehälter ermöglichen einen schnellen Zugriff auf Schreibgeräte und Kleinteile. Büroklammern, Pins sowie Stifte, Radiergummi, Klebstoff, Scheren, Lineal oder Pinsel lassen sich übersichtlich sortieren. Ein zusätzliches Fach kann als Kartenständer, Zettelfach oder Handyablage genutzt werden. Im Arbeitsalltag zeigt die Rundbox ihre Stärken durch klare Struktur und einfache Handhabung. Auch in Küche, Werkstatt oder für Kosmetikzubehör sorgt sie für Übersicht. Die matte Oberfläche und die reduzierte Formgebung unterstreichen den funktionalen Charakter. Mit einem Durchmesser von 14 Zentimetern und einer Höhe von 12,5 Zentimetern bleibt sie kompakt und platzsparend. Die Rundbox ist mit drei Jahren Garantie ausgestattet und wird in einer recycelbaren, kunststofffreien Verpackung geliefert. **maul.de**



www.blauer-engel.de/uz30a



**Gemacht fürs
Größerwerden**

www.scout-schulranzen.de



DERDIEDAS®



**Wir
machen Schule.
Leichter.**

www.derdiedas.de



SIMBA · DICKIE · GROUP

www.undercover-germany.de



EcoVadis-Auszeichnung bestätigt den Nachhaltigkeitsansatz von Pilot. Mit der Platinum-Medaille zählt das Unternehmen zu den Top 1 Prozent der weltweit bewerteten Firmen.

Nachhaltigkeit als Impulsgeber

Nachhaltigkeit ist im PBS-Markt vom Zusatznutzen zum Kaufkriterium geworden. Hersteller wie Pilot zeigen, wie sich Recyclingmaterial, Produktentwicklung und klare Kommunikation zu einem schlüssigen Sortiment verbinden lassen - mit Mehrwert für den Fachhandel.

Nachhaltigkeitsaspekte entwickeln sich in der PBS-Branche zunehmend zum entscheidenden Kaufkriterium und damit auch zu einem wichtigen Differenzierungsfaktor im Handel. Hersteller wie Pilot setzen hier bereits seit über 20 Jahren auf einen konsequenten Eco-Design-Ansatz und zeigen, wie sich Nachhaltigkeit und Sortimentsattraktivität sinnvoll verbinden lassen. Im Fokus steht dabei eine klare Strategie: Bestehende Produkte innovativ weiterentwickeln und gezielt dort verbessern, wo es einen spürbaren Unterschied macht.

Andrea Günter, Geschäftsführerin Pilot Pen Deutschland bekräftigt: „Wir beschäftigen uns bei Pilot seit über 20 Jahren intensiv mit nachhaltigen Lösungen wie Ressourcenschonung - also schon lange bevor das Thema so stark im Fokus stand wie heute. Dieser Anspruch ist fest in unseren Werten verankert und prägt unsere Produktentwicklung bis heute.“

Innovative Weiterentwicklungen

Wie dieser Ansatz in der Praxis aussieht, zeigt der G-2⁺. Die Weiterentwicklung des Klassikers G-2 besteht aus mindestens 75 Prozent recyceltem Kunststoff (ohne Nachfüllungen und plastikfreie Komponenten). Zusätzlich trägt der G-2⁺ in den Schreibfarben Schwarz, Blau, Rot und Grün das Österreichische Umweltzeichen - ein unabhängiges Gütesiegel, das für geprüfte Umweltstandards steht und dem Handel Orientierung bietet.

Auch der FriXion Ball⁺ folgt diesem Prinzip: Er wird in der EU produziert, besteht zu über 90 Prozent aus recyceltem Kunststoff (ohne Nachfüllungen und plastikfreie Komponenten) und ist ergonomisch zertifiziert (IGR, 2025). Damit verbindet er Nachhaltigkeit mit Komfort und moderner Gestaltung - ein Ansatz, der im Regal ebenso überzeugt wie im Gebrauch.

Bestätigt wird dieser Weg durch die aktuelle EcoVadis-Auszeichnung: Die europäische Produktionsstätte von Pilot in

Frankreich wurde mit der Platinum-Medaille bewertet und zählt damit zu den Top 1 Prozent der weltweit geprüften Unternehmen. Für den Fachhandel ergibt sich daraus ein klarer Vorteil: Produkte, deren Eigenschaften sich glaubwürdig kommunizieren lassen und gleichzeitig neue Kaufimpulse setzen.

Relevanz für den Handel

Gerade hier liegt die Chance für den PBS-Fachhandel Nachhaltigkeitsaspekte nicht isoliert zu betrachten, sondern als integralen Bestandteil eines attraktiven Sortiments. Produkte wie G-2⁺ oder FriXion Ball⁺ machen deutlich, wie sich Innovationskraft, Ressourcenschonung und bewährte Qualität sinnvoll miteinander verbinden lassen. Das Ergebnis sind Artikel, die leicht erklärbar sind, Vertrauen schaffen und gleichzeitig neue Kaufimpulse setzen - am POS, im Beratungsgespräch und im wachsenden Segment nachhaltiger Schreibwaren.

pilotpen.de



Mit liebevollen Designs und fröhlichen Farben begleiten die neuen Karten von Komma³ kleine Schulstarter in ihren neuen Lebensabschnitt.

Fröhliche Grüße zum ersten Schultag

Unter dem Motto „Viel Spaß in der Schule“ präsentiert der familiengeführte Verlag Komma³ eine liebevoll gestaltete Kollektion frischer und farbenfroher Schulanfangskarten, die mit kreativen Ideen und einem besonderen Pfiff begeistern. Die fröhlichen Motive machen Lust auf den großen Tag und begleiten kleine

Schulstarter mit einer Extraportion guter Laune.

Ein ganz besonderes Highlight ist der coole Reflektor, der jeder Karte beiliegt. Ob am Schulranzen, Turnbeutel oder an der Jacke befestigt - er setzt nicht nur stylische Akzente, sondern sorgt auch für mehr Sicht-

barkeit und Sicherheit im Straßenverkehr.

Mit viel Sorgfalt in Deutschland hergestellt, vereinen diese Karten Qualität, Funktionalität und liebevolles Design - eine rundum gelungene Überraschung zum Schulanfang.

kommadrei.de

Anzeige



Der integrierte Reflektor macht jede Karte zu einem praktischen und zugleich stylischen Begleiter im Alltag.



Timeless.

548/E *Pastel* DIE HEFTZANGE TRÄGT NEUE FARBEN

BALMA, CAPODURI & C. s.p.a.
Via Thomas A. Edison, 4
27058 VOGHERA (PV) - Italien
Tel.: +39 0383 212012
Fax: +39 0383 41164
E-mail: info@zenithbc.com

ZENITH
VERLIEBT IN QUALITÄT SEIT 1924.
www.zenith.it



Funktional und optisch abgestimmt zeigt sich die Denim-Serie mit Rucksack, Mappen und Mäppchen als durchgängiges Organisationskonzept für Schule, Studium und mobiles Arbeiten.

Denim-Look für Schule und Büro

Der Jeans-Trend erreicht das PBS-Sortiment. Mit der Denim-Serie bringt Wedo aufeinander abgestimmte Taschen- und Organisationslösungen in den Handel. Im Fokus stehen Funktion, robuste Materialien und ein durchgängiges Design für Schule, Studium und mobiles Arbeiten.

Die neue Serie umfasst mehrere Artikel, die sich optisch und funktional ergänzen. Herzstück ist ein Rucksack, flankiert von Schreib- und Ringbuchmappen sowie einem durchdachten Mäppchen. Alle Produkte sind in einem einheitlichen, blaumelierten Denim-Look gehalten und bestehen aus pflegeleichtem Polyester mit Leinenstruktur. Das sorgt für eine textile Anmutung, bleibt im Alltag jedoch widerstandsfähig und leicht zu reinigen.

Der Rucksack ist auf den mobilen Einsatz ausgelegt. Zwei gepolsterte Innenfächer schützen Notebooks bis 15,6 Zoll und Tablets bis 10,5 Zoll. Hinzu kommen ein großzügiges Hauptfach sowie ein separates Nebenfach für Unterlagen und Bücher. Die Fronttasche übernimmt die Organisation kleinerer Gegenstände. Sie bietet Einsteckfächer, ein Sicherheitsfach mit Reißverschluss, Smartphone-Fach, Stiftschlaufen und einen Schlüsselhalter. Ergänzt wird das Konzept durch eine Deckeltasche, ein Bodenfach und ein rückseitiges Reiß-

verschlussfach für Wertsachen. Seitliche Netzfächer und ein Trolleygurt erhöhen die Alltagstauglichkeit. Gepolsterte Schultergurte und ein atmungsaktives Rückenpolster sorgen für Tragekomfort. Mit einem Volumen von rund 28 Litern positioniert sich das Modell zwischen Schul- und Businessrucksack.

Die Schreibmappe richtet sich an Nutzer, die mit unterschiedlichen Blockformaten arbeiten. Einschubfächer ermöglichen das Einlegen von oben, unten oder seitlich. Damit eignet sich das Modell auch für Linkshänder. Innen bieten Fächer und Gummizugschlaufen Platz für Karten, Stifte und Zubehör. Ein umlaufender Reißverschluss hält Inhalte sicher zusammen.

Ergänzend dazu bietet die Ringbuchmappe eine herausnehmbare 2-Ring-Mechanik mit 30 Millimetern Durchmesser und einer Füllhöhe von 20 Millimetern. Sie lässt sich sowohl mit gelochten Unterlagen als auch mit Blöcken

kombinieren. Auch hier ist der Blockeinschub von allen vier Seiten möglich. Zusätzliche Fächer und Schlaufen erweitern die Organisationsmöglichkeiten, ein großes A4-Faltfach nimmt lose Dokumente auf.

Das Mäppchen rundet das Sortiment ab. Drei Reißverschlussfächer strukturieren den Innenraum. Im mittleren Fach finden Stifte und ein Standard-Geodreieck Platz. Sieben Stiftschlaufen sowie Karten- und Netzfächer schaffen Ordnung für kleinere Utensilien. Das Innenfutter ist abwischbar, die Reißverschlüsse sind farblich abgestimmt.

Für den Fachhandel ergibt sich ein klar strukturiertes Konzept mit abgestimmten Produkten. Die Serie lässt sich als Set oder einzeln platzieren und spricht unterschiedliche Zielgruppen an. Schüler, Studierende und mobile Berufstätige finden funktionale Lösungen in einem einheitlichen Design.

wedo.de

Nachhaltig organisiert

Die Reißverschlussaschen von Veloflex sind als Alternative zu klassischen Kunststoffprodukten konzipiert. Sie bestehen aus PVC-freien Materialien und sind auf eine langlebige Nutzung im Alltag ausgelegt. Gerade im schulischen und studentischen Umfeld, in dem Unterlagen, Schreibgeräte und Zubehör täglich transportiert werden, gewinnt die Kombination aus Robustheit und Umweltverträglichkeit an Bedeutung. Die Taschen schützen Inhalte vor Schmutz und Feuchtigkeit und eignen sich für Dokumente ebenso wie für technische Kleinteile oder persönliche Gegenstände. Gleichzeitig unterstützen sie eine strukturierte Organisation, da Materialien übersichtlich gebündelt und schnell griffbereit gehalten werden können. Das reduziert Suchaufwand und erleichtert den Alltag, insbesondere bei



häufig wechselnden Lern- und Arbeitssituationen. Ein funktionales Detail ist die teilweise transparente Ausführung. Sie erleichtert die Übersicht über den Inhalt und reduziert Suchzeiten. Der Reißverschluss ist auf häufige Nutzung ausgelegt und sorgt für einen sicheren Verschluss, auch beim Transport im Rucksack oder Schulranzen.

Ergänzt wird das Sortiment durch die Velobag XXS. Das kompakte Format richtet sich an Nutzer, die nur ausgewählte Utensilien mitführen. Trotz der geringen Größe bietet die Tasche Platz für Kabel, Kopfhörer oder kleinere Schreibwaren und unterstützt eine strukturierte Organisation im Alltag. Die Velobag XXS ist so konzipiert, dass sie sich in bestehende Organisationssysteme integrieren lässt. Sie kann in Ringbüchern oder Mappen abgeheftet werden und unterstützt eine strukturierte Ablage.

veloflex.de

Anzeige

Aufhängen ohne Werkzeug: Sicher befestigt, rückstandsfrei entfernt

Cleveres Befestigen
mit tesa®





Medium-Display: Trendige Schülerplaner gut sortiert und griffbereit



Gemeinsam bereit für den Schulstart: das kultige Häfft Original und sein neuer Begleiter, das Notiz-Häfft



Large-Display: Sichtbar, strukturiert, abverkaufsstark - das volle Häfft-Sortiment zum Schulstart

Displays rücken Verkaufsflächen zum Schulstart in den Fokus

Mit kompakten Verkaufs-Displays und klarer Warenstruktur unterstützt der Häfft-Verlag den Fachhandel zum Schulstart. Auffällige Topper und übersichtliche Zweitplatzierungen sollen Bestseller und Neuheiten schnell sichtbar machen.

Zum Schulstart setzt der Häfft-Verlag seit Jahren erfolgreich auf attraktive Verkaufs-Displays mit plakativen Topper-Schildern und klarer Artikelstruktur selbst auf kleiner Verkaufsfläche.

Unterschiedliche Größen, kluge Bestückung und die ansprechende Optik der Aufsteller helfen dabei, Bestseller und Neuheiten sichtbar und attraktiv zu platzieren, damit die Kundschaft im oft turbulenten Schulanfangsgeschäft rasch und ohne großen Beratungsaufwand die Wunschartikel findet.

Aktions-Displays als Zweitplatzierung

„Die Häfft-Aufsteller haben sich seit Jahren im Schulanfang bewährt“, weiß Verkaufsleiter Hermann Hopf zu berichten. „Wir bieten für unterschiedliche Altersgruppen oder Themen wie Schulkalender oder Sprachenlernen eigene Display-Lösungen. So können wir das umfangreiche Schulsortiment des Häfft-Verlags als Zweitplatzierung klug in Szene setzen.“

Lieber finden statt suchen!

Vor allem die thematisch angepassten Topper-Schilder dienen dabei als Scheinwerfer für Bestseller und Neuheiten und lenken die Blicke der Kundschaft auf das gesamte Angebot. Die übersichtliche Struktur sorgt dank stabiler Display-Stege für Ordnung, strukturiert das Sortiment und erleichtert das Finden des Wunschartikels. Nicht nur für Eltern gilt im Schulanfangsgeschäft: Alle wollen schnell das Richtige finden und sicher sein, eine gute Wahl zu treffen.

Der Handel weiß vor allem die attraktive Optik, die Stabilität und das bequeme Handling zu schätzen. „Wir liefern die Displays fertig aufgebaut und mit Ware in einem separaten Umkarton an. Durch den beiliegenden Aufbauplan sind sie für den Handel schnell und einfach zu befüllen“, betont Hopf. Auch der geringe Pflege- und Beratungsbedarf entlastet den Fachhandel im allzu oft stressigen Schulgeschäft.

Übersichtliche „Stille Verkäufer“

Besonders gefragt ist das kompakte Medium-Display, ideal für Tisch- oder Regalplatzierungen mit neun unterschiedlichen Artikeln und jeweils ganzen Verkaufseinheiten.

Das Large-Display auf einer 1/4-Chep-Palette setzt als Stand-Display einen starken Akzent auf jeder Verkaufsfläche, wirkt mit 153 Zentimetern Höhe aber nicht übermächtig und überzeugt mit seinen 20 gut sichtbaren Artikelfeldern bei geringeren Mengen pro Artikel. Beide Displays werden mit dem markanten „School up your life!“-Topper ausgeliefert, der jedoch abnehmbar ist.

Die vielseitige Auswahl an Covern, Formaten und Designs spricht Schüler:innen und Eltern gleichermaßen an.

haefft-verlag.de/katalog



Der Schneider Slider Rave präsentiert sein neues Farbupdate - modern, selbstbewusst und mit starkem Markencharakter. Die Trendfarben verbinden Designfreude, Lifestyle und Nachhaltigkeit zu einem Statement, das man sehen und fühlen kann.



Design trifft Performance und Nachhaltigkeit

Der beliebte Druckkugelschreiber Slider Rave von Schneider präsentiert sein Farbupdate 2026 - frisch, progressiv und mit maximalem Markencharakter. Die Edition knüpft an den Erfolg der vergangenen Jahre an und setzt ein klares Statement in puncto Design und Verantwortung.

Der Slider Rave ist das, was entsteht, wenn technologische Schreibkultur auf überzeugende Haptik trifft. Die patentierte Viscoglide Technologie sorgt für ein außergewöhnlich weiches Schreibgefühl - leicht, geschmeidig und hochpräzise.

Die gummierte Soft Touch Oberfläche macht auch längere Schreibsessions angenehm und entspannt. Gleichzeitig setzt Schneider ein klares Statement in Sachen Umweltbewusstsein: Das Gehäuse besteht zu 68 Prozent aus recyceltem Kunststoff - ein bedeutsamer Schritt in Sachen ressourcenschonender Produktion.

Ob im Büro, in der Schule oder unterwegs - der Slider Rave liefert konstant. Die dokumentenechte Tinte nach ISO 12757-2 ist lichtbeständig, wischfest und sogar beim Markieren mit Textmarkern zuverlässig. Der Slider Rave bietet darüber hinaus einen echten Pluspunkt.

Dank cleverem Plug+Play System ist der Kugelschreiber nachfüllbar, so hat man lange Freude am Lieblingsstift. Diese auswechselbare Großraummine Slider 755 XB mit Edelstahlsch Spitze garantiert einen besonders großen Pastenvorrat bei sauberen Schriftbildern bis zum letzten Strich. Bei all der Technologie

bleibt der Slider Rave für Rechts und Linkshänder gleichermaßen geeignet.

Die neuen Trendfarben verleihen dem Sortiment einen zeitgemäß ästhetischen Look, der zwischen Minimalismus und Farbakzent perfekt balanciert. Mit Arctic, Blossom, Urban Grey setzt Schneider auf klare, moderne Töne, die sowohl modisch als auch professionell funktionieren. Ob als Einzelstück, im Etui oder als Highlight auf dem Schreibtisch, der Slider Rave trifft den Zeitgeist und bleibt zugleich ein Produkt, das man täglich benutzt, gerne zeigt und nicht mehr aus der Hand geben möchte.

schneiderpen.com

Schulranzen richtig beraten

Der Schulstart bringt Frequenz in den Fachhandel. Step by Step zeigt den Eltern, worauf es beim Ranzenkauf ankommt und warum die Beratung im Fachgeschäft entscheidend bleibt. Ergonomie, Passform und Individualisierung stehen dabei im Mittelpunkt.



Die Anprobe im Fachhandel entscheidet. Passform, Ergonomie und Tragegefühl lassen sich nur im direkten Vergleich vor Ort bewerten.

Mit Blick auf die Einschulung rückt ein zentrales Sortimentssthema wieder in den Fokus des Fachhandels. Der Schulranzen ist für viele Familien eine der wichtigsten Anschaffungen. Für Step by Step ist klar, dass neben Design vor allem Ergonomie und Passform entscheidend sind. Genau hier liegt die Stärke des stationären Handels.

Die Auswahl beginnt idealerweise im Fachgeschäft. Kinder können verschiedene Modelle anprobieren und unmittelbar erleben, wie sich ein Schulranzen trägt. Für Eltern wird die Beratung zum entscheidenden Faktor. Unterschiede bei Passform, Tragesystem und Ausstattung lassen sich nur im direkten Vergleich sinnvoll bewerten. Der Fachhandel übernimmt damit eine zentrale Rolle im Entscheidungsprozess.

Im Mittelpunkt steht die Ergonomie. Ein Schulranzen muss sich dem Körper des Kindes anpassen. Körpernahe Passform, verstellbare Gurte und eine ausgewogene Gewichtsverteilung sorgen dafür, dass der Rücken entlastet wird. Gerade in den ersten Schuljahren ist das ein wesentliches Argument für die Kaufentscheidung. Für den Handel bedeutet das, Beratungskompetenz gezielt auszuspielen und den Mehrwert gegenüber rein preisgetriebenen Angeboten klar zu vermitteln.

Ist das passende Modell gefunden, gewinnt ein weiterer Aspekt an Bedeutung. Kinder entscheiden stark über das Design. Themenwelten wie Meerjungfrauen, Tiermotive oder klassische Einsatzfahrzeuge sorgen für emotionale Bindung. Der Schulranzen wird damit nicht nur funktionales Produkt, sondern persönlicher Begleiter im All-

tag. Für den Handel eröffnet das Zusatzpotenziale über passende Accessoires und ergänzende Sortimente.

Seit mehr als 20 Jahren entwickelt Step by Step Schulranzen mit Fokus auf Passform, Funktionalität und kindgerechtem Design. Ergänzt wird das Konzept durch den Einsatz nachhaltiger Materialien. Damit bedient die Marke sowohl funktionale Anforderungen als auch wachsende Erwartungen im Bereich Umweltbewusstsein.

Für Fachhändler ergibt sich daraus eine klare Positionierung. Beratung, Anprobe und individuelle Auswahl sind die entscheidenden Faktoren im Verkauf. Wer diese Stärken gezielt nutzt, kann sich im wettbewerbsintensiven Schulsortiment differenzieren und zusätzliche Umsätze generieren.

stepbystep-schulranzen.com

Produkt Highlights

Farbenfroh ins neue Schuljahr

In der Schule sind durchdachte, zuverlässige Produkte unverzichtbar. Mit dem Fineliner „Pointliner Colour“, dem Druckbleistift „Q-Erase“ und der Schulschere bietet Pentel drei Produkte, die Schreiben, Strukturieren und kreatives Arbeiten gleichermaßen unterstützen. **pentel.de**

Enorme Schreiblänge

Der Pointliner Colour Dye Ink von Pentel ist ein zuverlässiger Fineliner für Schule, Studium und Alltag. Seine beeindruckende Schreiblänge und die stabile, metallgefasste 0,4-mm-Spitze sorgen für Langlebigkeit und saubere Linien. Die wasserbasierte Farbstofftinte bringt in 24 brillanten Farben Struktur in Notizen, Unterlagen und Diagramme. Der Fineliner gleitet sanft über das Papier und das Schreibgefühl ist unabhängig vom Schreibwinkel angenehm. Er ist lineal- und schablonengeeignet sowie vielseitig einsetzbar. Der Pointliner Colour Dye Ink ist einzeln sowie im 6er-, 12er- oder 24er-Set erhältlich.



Mehr Radierleistung

Der Q-Erase von Pentel ist ein stylischer Druckbleistift mit integriertem XXL-Radierer - perfekt für Notizen, Skizzen und schnelle Korrekturen in der Schule. Das extra lange Radierstück lässt sich durch einfaches Drehen herausfahren. In vier Farbvarianten im auffälligen Colour-Blocking-Design setzt der Q-Erase auch optisch Akzente im Mäppchen. Die soft e Griffzone sorgt für ein angenehmes Schreibgefühl, während die stabile 3-mm-Minienführung präzise Anwendungen an Lineal und Schablone ermöglicht. Der Druckbleistift Q-Erase ist in der Strichstärke 0,5 oder 0,7 mm im Härtegrad HB verfügbar.

Sicheres Schneiden

Die farbenfrohe Schulschere von PLUS ist eine sichere Begleiterin, die speziell für Kinder von 6 bis 10 Jahren entwickelt wurde. Ihre kurze, leicht gebogene Klinge ermöglicht einfaches und sauberes Schneiden, während die abgerundete Spitze für zusätzliche Sicherheit sorgt. Die Klingen aus gehärtetem, rostfreiem Edelstahl sorgen für Langlebigkeit. Ein reibungsdämpfender Verbindungsring gewährleistet langes, komfortables Schneiden. Die ergonomische Griffform unterstützt das korrekte und sichere Greifen der Schere. Die Schulschere ist in drei Farben erhältlich und überzeugt durch durchdachte Funktionalität und hohe Qualität - Ideal für präzises Basteln.





Tierisch stylisch schreiben - mit Panda, Fuchs und Koala wird jeder Text zum Highlight.



Kreativspaß zum Mitnehmen: Der Safaribus für unterwegs ist bereit für jedes Abenteuer.

Vier neue Charaktere, unendliche Möglichkeiten: Mit den radierbaren Gelschreibern kann man Fehler einfach wegradieren.

Mit Panda, Fuchs & Co. kreativ durchstarten

Die Animal-Familie von Eberhard Faber wächst weiter und bringt frischen Spaß auf den Schreibtisch. Mit liebevollen Designs, durchdachter Funktionalität und jeder Menge Persönlichkeit werden Schreiben und Malen zu kleinen Abenteuern im Alltag.

Die neuen Produkte der Animal Familie von Eberhard Faber bringen frischen Schwung in den kreativen Alltag - tierisch verspielt, durchdacht gestaltet und voller Schreibspaß.

Mit den neuesten Füllern wird jedes Wort zum Erlebnis: Ob cooler Panda, schlauer Fuchs oder entspannter Koala - die liebevoll gestalteten Designs machen nicht nur optisch Freude, sondern überzeugen auch durch Qualität. Die M-Feder mit Iridiumkorn sorgt für ein angenehm weiches und flüssiges Schreibgefühl, während die Softtouch-Oberfläche ein komfortables, ermüdungsfreies Schreiben

ermöglicht - perfekt für Schule, Alltag und kreative Momente.

Auch die radierbaren Gelschreiber bekommen tierischen Zuwachs: Vier neue Charaktere bringen Persönlichkeit aufs Papier. Der flinke Leopard steht für Tempo und Energie, der neugierige Waschbär für Entdeckergeist, die weise Eule für kluge Gedanken und das zarte Bambi für Leichtigkeit und Sanftheit. Und falls doch einmal ein Fehler passiert - einfach wegradieren und weiterschreiben.

Ein echtes Highlight ist der kreative Safaribus: Der stabile Metallbus ist nicht nur ein Hingucker, sondern auch ein ro-

buster Begleiter für unterwegs. Mit seinen drehbaren Rädern sorgt er für spielerische Unterhaltung - ob auf Reisen, im Restaurant oder zwischendurch. Im Inneren warten 16 bunte Filzstifte mit verschiedenen Tiermotiven sowie liebevoll gestaltete Sticker und Ausmalkarten darauf, entdeckt zu werden. So entstehen im Handumdrehen fantasievolle Abenteuer.

Die Animal Familie macht kreatives Schreiben und Malen noch schöner - und bringt jede Menge tierische Freude in den Alltag.

eberhardfaber.de



Scout Schulranzen stehen für Sicherheit und ergonomischen Tragekomfort. Sie sind außerdem robust und langlebig und in vielen verschiedenen Designs erhältlich.



Die Modelle der Exklusiv-Kollektion sorgen mit großen Reflexflächen oder blinkenden Lichtleitern für maximale Sicherheit.



Alle Modelle der Basic-Kollektion entsprechen der DIN 58124.

Durchdachte Begleiter

Kinder wachsen - und mit ihnen ihre Wünsche, ihre Abenteuer und ihr Alltag. Nach dem Motto „Gemacht fürs Größerwerden“ entwickelt Scout Schulranzen, die sie über die gesamte Grundschulzeit hinweg begleiten: ergonomisch, langlebig und in trendigen Motiven.

Scout bietet für jedes Kind das passende Modell. Der schlanke Scout Neo ist für nahezu jeden Kinderrücken geeignet, während der Scout Micro mit leichtem Gewicht punktet und die ideale Passform für kleine, zierliche Kinder bietet. Der lässige Scout Alpha rundet als softer Schulrucksack die Modellpalette ab.

Dank höhenverstellbarem Tragegurtsystem bei allen Modellen wachsen die Schulranzen individuell mit, sorgen jederzeit für ergonomischen Sitz und tragen das Gütesiegel der Aktion Gesunder Rücken e. V. (AGR).

Neben Komfort steht auch Verantwortung im Fokus: Alle Textilien sind zu 100 Prozent aus recyceltem Polyester gefertigt. So verbinden alle Scout Schulranzen Langlebigkeit mit einem bewussten Umgang mit Ressourcen.

Designs, die Kinder lieben

Die vielen neuen Designs ermöglichen es Kindern, ihren eigenen Stil zu zeigen: dynamische, actiongeladene Motive wie „Power Drift“ oder „Shark Zone“ treffen auf verträumte, kreative Welten wie „Ballet Dream“ oder „Fairly World“. So findet jedes Kind einen Schulranzen, der zur eigenen Persönlichkeit passt und sich mit den magnetischen „Funny Snaps Move“ zudem immer wieder neugestalten lässt. Gleichzeitig bleibt die Funktion im Blick: Alle Modelle der Basic-Kollektion sorgen mit fluoreszierenden Neon-Warnflächen sowie retro-reflektierenden Elementen für optimale Sichtbarkeit im Straßenverkehr und entsprechen der DIN 58124.

Exklusive Highlights

Die Modelle der Scout Exklusiv-Kollektion 2026/2027 sorgen mit durchdachten

Details für ein Plus an Sicherheit auf dem Schulweg: So blinken durch hochsensible Bewegungssensoren bei den LED-Modellen sieben kleine Lichter und ganze Lichtleiter bei den Safety Light-Modellen, während großflächige Reflexflächen die Superflash Extreme Ranzen strahlen lassen.

Mediale Unterstützung und POS-Support für den Handel

Scout bietet seinen Händlern umfassende Unterstützung durch Influencer-Kooperationen, starke Social-Media-Inhalte, die die Marke gezielt fördern, und aufmerksamkeitsstarkes POS-Material. Eine sichtbare Markenpräsenz sowohl online als auch im Geschäft ist somit garantiert.

scout-schulranzen.de



Gianluca Siciliano, Gründer und Geschäftsführer vom Bags Innovation Hub, treibt die Entwicklung ergonomischer Schulranzen mit einem klaren Fokus auf Passform, Funktionalität und unabhängige Produktinnovation voran.

Selektive Partnerschaften im Schulranzenvertrieb

Mit dem Start der Vororderphase richtet die Mannheimer Bags Innovation Hub GmbH ihre Marke Innovabag strategisch neu aus und setzt bewusst auf selektive Distribution sowie eine enge Zusammenarbeit mit dem Fachhandel statt auf flächendeckende Präsenz.

Der Schulranzenmarkt bleibt in Bewegung: Neben etablierten Marken und breiten Preiseinstiegen gewinnen differenzierte, beratungsintensive Konzepte zunehmend an Bedeutung. Für den Fachhandel rücken damit Passform, Ergonomie und Produktverständnis stärker in den Fokus. In diesem Umfeld positioniert sich Innovabag als Premiumanbieter mit klarer Haltung und eigenständigem Ansatz.

Mit Beginn der Vororderphase setzt das Unternehmen gezielt auf eine begrenzte Anzahl von Handelspartnern, um eine intensive Zusammenarbeit im Verkauf sowie eine nachhaltige Stärkung der Beratungsqualität am Point of Sale sicherzustellen. „Wir möchten keine Produkte wahllos in den Markt drängen, um kurzfristige absatzorientierte Erfolge zu generieren. Unser Ziel ist es, gemeinsam mit unseren Partnern ge-

sund und nachhaltig zu wachsen, Projekte zu entwickeln und Ziele gemeinsam festzulegen“, so die Unternehmensphilosophie.

Hinter der Marke steht Gründer und Geschäftsführer Gianluca Siciliano, ein mehrfach ausgezeichnete Produktentwickler. Zu seinen Auszeichnungen zählen unter anderem der Gründerpreis Pioniergeist 2022 sowie der Innovati-

onspreis Ergonomie 2023 des IGR e. V. Gemeinsam mit seiner Frau, die medizinische Expertise einbringt, verbindet das Unternehmen Produktentwicklung mit fundiertem Wissen aus Ergonomie, Physiotherapie und Gesundheitslehre und positioniert sich damit klar als Ergonomiespezialist im Schulranzenbereich.

Das zentrale Alleinstellungsmerkmal ist das eigens entwickelte Schulranzenkonstrukt, der sogenannte Innovabag-Corpus. Dieses ermöglicht es, bei einem Gewicht von nur rund 900 Gramm ein Innenvolumen von 24,5 Litern zu realisieren, ohne größer zu sein als etablierte, hochfrequentierte Produkte im Markt. Gleichzeitig kommen ausschließlich hochwertige Premium-Materialien sowie eine umfangreiche Ausstattung und Funktionalität zum Einsatz.

Innovabag setzt konsequent auf individuelle Anpassung statt standardisierter Größen. Über ein präzises System aus Hüftgurt und Schulterkontrollriemen lässt sich der Schulranzen exakt auf die Körperproportionen des Kindes einstellen. Ergänzt wird dies durch die neu entwickelte Rückenpolsterung Innova-Ergopadding, die vollständig auf starre Stabilisatoren verzichtet und mit anpassungsfähigem Aktivschaum arbeitet. Die Polsterung passt sich dem Kinderrücken individuell an und sorgt für eine gleichmäßige Lastverteilung.

Die ergonomische Kompetenz konnte das Unternehmen bei zwei der bekanntesten Institute unter Beweis stellen und hat sich bewusst für die Zusammenarbeit mit der Aktion Gesunder Rücken (AGR) entschieden. Nach erfolgreicher Prüfung wurde Innovabag mit dem AGR Award 2025 für besonders rückenfreundliche Produkte ausgezeichnet.

Auch in den Bereichen Material und Sicherheit setzt Innovabag auf Premi-umlösungen: Die Konstruktion ist wasserabweisend und benötigt keinen zusätzlichen Regenschutz, während eine vollflächige Kristall-Reflexionsbeschichtung für hohe Sichtbarkeit im Straßenverkehr sorgt.

Ein weiteres Differenzierungsmerkmal ist das DoubleBag-System, bei dem eine Fronttasche magnetisch im Brustbereich fixiert wird und so eine ausgewogene Gewichtsverteilung zwischen Rücken und Vorderseite ermöglicht. Zusätzlich lässt sich die Fronttasche als eigenständiger Rucksack für Freizeit, Sport oder als Übergangslösung nutzen.

Für zusätzliche Individualisierung bietet das Unternehmen mit den Innovabag StickOns eine moderne Lösung, die ohne Klett oder Magnet auskommt. Die Elemente lassen sich rückstandslos anbringen und entfernen und stellen eine



Gianluca Siciliano (Mitte) mit Jan Butzal (l.), Team Sales, und Tarik Simsek, Assistenz (r.), die das Vertriebsteam ergänzen.

nachhaltige Alternative zu herkömmlichen Systemen dar.

Die Markteinführung wurde von einer starken Nachfrage begleitet. Auf Schulranzenveranstaltungen und Verkaufsevents konnte Innovabag nach Unternehmensangaben überdurchschnittliche Abverkäufe erzielen. „Der Endkunde sucht genau dieses Produkt, eine echte Premium-Alternative mit Innovation, Funktion und einer glaubwürdigen Gründerstory“, erklärt Siciliano.

Parallel zum Markteintritt baut das Unternehmen seine Struktur weiter aus. Bereits nach dem ersten Geschäftsjahr wurden sieben neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eingestellt, weitere Positionen - insbesondere im stationären Vertrieb, sind aktuell ausgeschrieben. Die Finanzierung erfolgt bewusst unabhängig, ohne Banken und ohne externe Investoren, wodurch Entscheidungen frei von kurzfristigem Wachstumsdruck getroffen werden können.

Im Rahmen der Vororderphase startet Innovabag erstmals mit einem eigenentwickelten B2B-Vertriebskonzept, das auf planbare Mengen, direkte Ansprechpartner und eine enge Zusammenarbeit mit dem Fachhandel ausgerichtet ist. Die Anzahl der Partner bleibt bewusst begrenzt, um eine intensive Betreuung sicherzustellen.

Neben Produkt und Vertrieb legt das Unternehmen großen Wert auf Community und Markenbindung. Geplant sind eigene Formate zur Stärkung des Netzwerks, darunter eine Veranstaltung für Handelspartner, Unterstützer sowie Freunde und Familie im Sommer.

bagsinnovationhub.de



Das Team von Innovabag vereint Produktentwicklung, medizinische Expertise und Vertrieb. Gemeinsam arbeitet es an einem differenzierten Konzept, das auf Beratungskompetenz, nachhaltiges Wachstum und eine enge Zusammenarbeit mit dem Fachhandel setzt.



Die neuen Ranzen der Exklusiv-Editionen LED und Superflash kombinieren auffälliges Design mit zusätzlicher Sicherheit für den Schulweg.



Leicht, leichter, DerDieDas!

DerDieDas startet wie gewohnt mit besonders leichten Schulranzen in die neue Saison. Der Claim „Wir machen Schule. Leichter.“ bleibt und steht für spürbare Leichtigkeit, ergonomischen Komfort und durchdachte Funktionalität.

Auch in der Saison 2026/2027 können sich Eltern und Kinder aus einer breiten Auswahl an Schulrucksäcken und Schulranzen bedienen, die mit einem Gewicht von unter 1.000 Gramm zu den leichtesten auf dem Markt gehören: Der ErgoFlex Tiny ist ideal für zierliche Kinder, während der ErgoFlex Easy besonders viel Platz bietet. Wer es soft und lässiger mag, kann zwischen dem geräumigen Schulrucksack ErgoFlex Light und dem ultraleichten ErgoFlex Superlight wählen.

Vielfältige Designs - von Weltraum bis Abenteuer

Die Schulranzen von DerDieDas zeichnen sich nicht nur durch ihr geringes Gewicht aus, sondern auch durch ihre kreativen und emotionalen Designs.

So dürfen sich die Kids auf tolle, neue Motive freuen: Ob „Mission to Mars“ für kleine Weltraumfans, „Wild Spirit“ im abenteuerlichen Look, das zauberhafte „Magical Bloom“ oder das zum Träumen einladende „Make a Wish“: In den liebevoll gestalteten, fantasievollen Welten ist für jeden das Passende dabei.

Exklusive Highlights

Die neuen Ranzen der Exklusiv-Editionen LED und Superflash bieten nicht nur auffällige Designs, sondern auch ein Plus an Sicherheit auf dem Schulweg: Die Modelle der LED-Edition sind mit dem leuchtenden LED-Ring um das Bullauge, der per Knopfdruck aktiviert wird und strahlt, solange der Ranzen in Bewegung ist, super sichtbar. Die Superflash Modelle machen

ABC-Schützen mit ihren großen Reflexflächen im Straßenverkehr unübersehbar. Und durch die 2 herausnehmbaren Extra-Polster im Rücken passen sich die Exklusiv-Modelle noch besser an. Sicher, sichtbar und bequem!

Starke Unterstützung für den Handel - online und am POS

DerDieDas unterstützt seine Handelspartner mit aufmerksamkeitsstarken Social-Media-Inhalten, die die Marke gezielt in Szene setzen, ergänzt durch wirkungsvolle POS-Materialien, die direkt am Verkaufsort für zusätzliche Sichtbarkeit sorgen. So wird eine durchgängige und präsente Markenwahrnehmung - digital wie im Geschäft - sichergestellt.

derdiedas.de

Mehr Marken für mehr Wirkung

share baut sein Schulsortiment zur BTS-Saison 2026 weiter aus und integriert zusätzliche Markenprodukte. Für den Handel entsteht ein breiteres Angebot mit klarer Positionierung. Gleichzeitig bleibt der soziale Ansatz zentral und schafft zusätzlichen Mehrwert für Endkunden.



share Schreibwaren verbinden sozialen Nutzen mit ökologischer Verantwortung und setzen auf umweltfreundliche Materialien.

Für die kommende BTS-Saison können sich Handelspartner auf ein Komplett-sortiment der Marke share mit neuen Produkten von führenden Marken freuen. Und Verbraucherinnen und Verbraucher haben noch mehr Möglichkeiten, mit dem Kauf von Schreibwaren unkompliziert einen sozialen Nutzen zu generieren. Denn mit jedem verkauften share Schreibwarenprodukt wird eine Unterrichtsstunde für ein Kind in Uganda ermöglicht.

Neues share Schulsortiment 2026

Für die Ausstattung von Schülerinnen und Schülern von der Grundschule bis zur weiterführenden Schule bietet share ein vielseitiges Sortiment: von Kinderprodukten über Textmarker und Füllhalter bis zu hochwertigen Notizbüchern. Dieses Jahr ergänzen weitere beliebte Markenprodukte das Angebot, wie der Kugelschreiber Slider Edge von Schneider, der Fineliner Point 88 von Stabilo, Herma Schulteketten, eine Postmappe von Herlitz und UHU Klebestifte.

„Die Gewinnung weiterer Marken für das share Schulsortiment ist für uns ein wichtiger nächster Schritt. Wir sind überzeugt, dass sowohl neue als auch bestehende Marken bei Distributionspartnern aus unterschiedlichen Handelsformaten und beim Endkonsumenten auf positive Resonanz stoßen werden“, berichtet Andreas Helmig. Vor zwei Jahren hat edding exklusiv die strategische und vertriebliche Verantwortung für das Schreibwarensortiment des Social-Impact-Unternehmens share übernommen und das Angebot stetig ausgebaut.

Die share Schreibwaren unterstützen nicht nur mit jedem Kauf ein soziales Projekt, sondern stehen auch für verstärkte ökologische Nachhaltigkeit durch den bewussten Einsatz ausgewählter Materialien wie Naturholz oder PCR-Material.

Ein QR-Code auf der Verpackung sorgt für Transparenz und zeigt, wo die Hilfe ankommt. Bis heute konnten mehr als 6 Millionen Schulstunden für Kinder in Uganda ermöglicht werden.

Verkaufsunterstützende Maßnahmen

Zur Vermarktung des share Sortiments werden dem Handel nach Bedarf kundengerechte Displays vom Theken- bis zum Bodendisplays angeboten sowie Materialien für den POS, wie Flyer, Plakate, Rollup Banner und vieles mehr. Umfangreiche Online Aktivitäten im Bereich Social Media und für händler-eigene Webseiten ergänzen das Angebot.

edding.de/share



Für den Handel stehen kundengerechte Displays vom Theken- bis zum Bodendisplays sowie POS-Materialien bereit.



Die Junior-Pinsel gibt es auch im praktischen Set, das Kindern eine vielseitige Auswahl an Formen und Größen für kreatives Gestalten bietet.

Echte Qualität beginnt beim ersten Pinselstrich

Nach intensiver Planungs- und Bauphase hat da Vinci am Standort Nürnberg seinen hochmodernen Erweiterungsbau eröffnet. Im Einklang mit den Leitlinien „Tradition, Innovation und Nachhaltiges Handeln“ ist die Pinselproduktion und Logistik nun effizienter aufgestellt

Das Nürnberger Familienunternehmen da Vinci Künstlerpinselfabrik steht seit Jahrzehnten für höchste Pinselqualität - gefertigt mit Präzision, Erfahrung und einem klaren Bekenntnis zum Standort Deutschland.

Nach dem Neuanfang im Jahr 1945 entwickelte sich die Manufaktur konsequent zu einem Spezialisten für hochwertige Künstlerpinsel. Mit der Markeneintragung „Leonardo da Vinci“ im Jahr 1952 wurde dieser Anspruch auch namentlich verankert: inspiriert vom Universalgenie der Renaissance, verpflichtet zu Perfektion, Innovation und künstlerischer Freiheit.

Bis heute verbindet da Vinci traditionelle Handwerkskunst mit modernster Technologie. Sorgfältig ausgewählte Materialien, handwerkliches Können und kontinuierliche Weiterentwicklung prägen jedes einzelne Produkt. Dieses Zusammenspiel zeigt sich auch in der

jüngsten Investition am Standort Nürnberg: Mit einem hochmodernen Erweiterungsbau, dessen Bau 2023 begann und der 2025 bezogen wurde, stärkt das Unternehmen gezielt seine Produktions- und Logistikprozesse. Effizienz, Nachhaltigkeit und zukunfts-

orientierte Fertigung stehen dabei im Mittelpunkt.

Gleichzeitig bleibt der Kern unverändert: Qualität „Made in Germany“. Die Produktion in Nürnberg steht nicht nur für kurze Wege und hohe Standards,



Der Neubau der Firma da Vinci wurde im April 2025 fertiggestellt. Ganz bewusst wurde auf eine Verlagerung der Fertigung ins Ausland verzichtet.

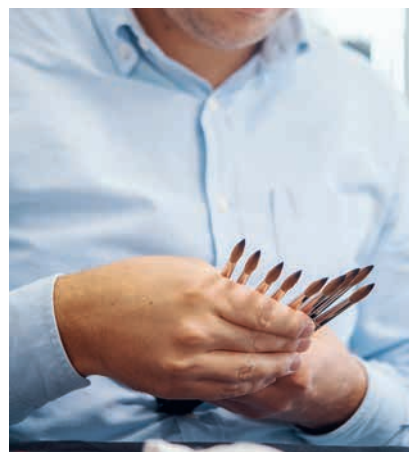


© Stephan Minx

Ob groß oder klein, rund oder flach - mit den Junior-Pinseln von da Vinci entdecken Kinder spielerisch verschiedene Pinselarten und entfalten ihre Kreativität von Anfang an.



Das Sortiment reicht von handgefertigten Kosmetik- und Künstlerpinseln bis zu Hobby-, Schul-, Nail- und Dentalpinseln - gefertigt in Nürnberg.



In der Produktion am Standort Nürnberg werden ausschließlich hochwertige Pinsel gefertigt, denn nur Qualität garantiert eine lange Lebensdauer.

© Stephan Minx

sondern auch für Verantwortung - gegenüber Umwelt, Mitarbeitenden und kommenden Generationen. So entsteht ein Produkt, das Tradition und Fortschritt sichtbar vereint.

Und genau hier schließt sich der Kreis zur Anwendung: Denn echte Qualität zeigt sich besonders dort, wo sie täglich im Einsatz ist - etwa bei den ersten kreativen Schritten junger Künstlerinnen und Künstler.

Mit den speziell entwickelten Juniorpinseln bringt da Vinci seine jahrzehntelange Expertise in eine Form, die per-

fekt auf Kinder abgestimmt ist. Ob im Kindergarten, in der Schule oder im therapeutischen Bereich: Die Serien Junior Synthetics und Junior Borste verbinden langlebige Verarbeitung mit kindgerechtem Design. Sie liegen sicher in kleinen Händen, sind robust im täglichen Gebrauch und fördern spielerisch die Freude am Malen.

Die Synthetik-Haarpinsel überzeugen als vielseitige Allrounder: elastisch, formstabil und für nahezu alle Farbtypen geeignet. Sie behalten auch bei häufigem Einsatz ihre präzise Spitze und lassen sich mühelos reinigen. Die Synthetik-

Borsten hingegen sind kräftiger ausgelegt - ideal für dickflüssige Farben oder strukturierte Untergründe. Beide Varianten eint ihre hohe Widerstandsfähigkeit und ihre einfache Handhabung.

Durchdachte Details wie rutschhemmende Griffzonen, wasserbasierte Lackierungen und praktische Abflachungen gegen Wegrollen machen die Juniorpinsel zu zuverlässigen Begleitern im kreativen Alltag. So wird aus „Made in Germany“ nicht nur ein Qualitätsversprechen, sondern ein spürbarer Vorteil - vom ersten Pinselstrich an.

davinci-defet.com

Echte (R)Evolution für das Office

Novus startet den Relaunch seiner Office-Verpackungen mit der „Evolution“-Serie. Im Fokus stehen kunststofffreie Faltschachteln, ein moderner Markenauftritt und deutliche Logistikkvorteile. Parallel wurde das Sortiment der Serie gestrafft und gezielt erweitert.

Mit einem umfassenden Verpackungs- und Serienupdate stellt Novus seine Office-Linie neu auf. Den Auftakt macht die „Evolution“-Serie mit kompakten Heftgeräten und Lochern, die für Büro, Homeoffice und den mobilen Einsatz konzipiert ist. Im Mittelpunkt steht ein vollständig überarbeitetes Verpackungskonzept, das ohne Kunststoff auskommt und zugleich die Präsentation am Point of Sale flexibler gestaltet.

Bislang waren die klassischen Bürogeräte in rot-grauen Faltkartons mit Kunststoff-Sichtfenster erhältlich, während die Sets der Serie in klassischen Blisterverpackungen ausgeliefert wurden. Für Dominique Fanta, Sales Director Global Accounts & Europe und Brand Manager von Novus Dahle, war genau das nicht mehr zeitgemäß. „Nicht mehr zeitgemäß, zu viel Plastik, altmodisches Design“, erklärt er. „Für uns der ausschlaggebende Grund dafür, bei unserem Verpackungsrelaunch mit der ‚Evolution‘ Serie zu beginnen.“

Die Umstellung stellte das Unternehmen vor mehrere Anforderungen. Die neue Verpackung sollte vollständig kunststofffrei sein, für sämtliche Farbvarianten funktionieren und sowohl stehend als auch liegend oder hängend im Handel präsentiert werden können. Entwickelt wurde dafür ein Faltkarton mit produktspezifischer Aussparung. Die Farbinformation übernimmt nun der bereits vorhandene Einleger, der zugleich zum zentralen Gestaltungselement wird. Ergänzt wird die Lösung durch ein stabiles Euroloch, das zusätzliche Möglichkeiten für die Warenpräsentation im Fachhandel schafft.

Auch optisch vollzieht die Marke einen deutlichen Schritt nach vorn. Statt der bisherigen Rot-Grau-Anmutung prägt künftig ein sanftes Salbeigrün das Er-



Neues Gewand für die „Evolution“ Bürogeräteserie von Novus: das neue Konzept setzt auf kunststofffreie Verpackungen und eine flexible Warenpräsentation. Den Anfang macht das Heftgerät NOVUS E 20.

scheinungsbild. „Wir haben entschieden, uns vom bisherigen Rot und Grau zu verabschieden. Die Farben waren etwas in die Jahre gekommen und harmonierten nicht immer mit unseren Produktfarben“, betont Fanta. „Der neue Grünton passt deutlich besser und wirkt insgesamt moderner.“ Eine überarbeitete Schrift, reduzierte Icons und ein klarer Logoauftritt verstärken den sachlich aufgeräumten Look.

Neben Nachhaltigkeit und Design zählt das neue Konzept auch auf die Logistik ein. Durch die platzsparende Faltschachtel erhöht sich die Anzahl der transportierbaren Produkte pro Standardpalette erheblich. Beim „Evolution“-Set passen nun 800 statt bisher 288 Einheiten auf eine Palette. Das verbessert Lagerung, Transport und Flächeneffizienz im Handel spürbar.

Parallel zum Packaging wurde die Serie selbst neu geordnet. Einzelne Farben und Produkte entfallen, neue Varianten kommen hinzu. Zurück im Sortiment ist das Heftgerät Novus E 20 mit

integriertem Klammerentferner und einer Heftleistung von bis zu 20 Blatt. Insgesamt umfasst die Reihe nun vier Einzelprodukte mit zwei Heftgeräten und zwei Lochern sowie ein Set aus Heftgerät und Locher. Angeboten werden alle Varianten in sechs Farben, von klassischen Tönen wie Blau, Schwarz und Rot bis zu aufmerksamkeitsstarken Varianten in Pink, Petrol und Grün. Die hellgrauen Unterteile sorgen für ein einheitliches Erscheinungsbild.

Für Novus ist der Relaunch damit mehr als ein reines Verpackungsupdate. „Die neuen Verpackungen sind nicht nur eine Evolution der gleichnamigen Serie, sondern des gesamten neuen Verpackungskonzepts von Novus Office“, unterstreicht Fanta. „Weniger geht nicht, mehr muss nicht: Wir verzichten beim Packaging vollständig auf Kunststoff und schaffen gleichzeitig eine klare, zeitgemäße Markenpräsenz.“ Schrittweise sollen nun weitere Verpackungen des Office-Sortiments auf das neue Konzept umgestellt werden.

novus-dahle.com

Burkhard Remmers verstorben

Am 18. März 2026 verstarb der langjährige Pressesprecher und Leiter Unternehmenskommunikation des Büromöbelherstellers Wilkhahn. Burkhard Remmers prägte über 30 Jahre die Außendarstellung des Familienunternehmens und wird nicht nur am Headquarter in Eimbeckhausen, sondern auch in der internationalen Möbelbranche schmerzlich vermisst.

Geboren im bayrischen Augsburg, studierte Burkhard Remmers in seiner Heimatstadt Germanistik, Geschichte und Erziehungswissenschaften. Nach seinem Abschluss zog es ihn jedoch nicht wie ursprünglich geplant ins Lehramt, sondern zunächst in die Marketingabteilung des Möbelherstellers USM im badischen Bühl.



Ein unermüdlicher Kämpfer für das Gute:
In Gedenken an Burkhard Remmers

1995 wechselte er zu Wilkhahn und verantwortete fortan mit strategischem Weitblick und unermüdlichem Einsatz die externe und interne Kommunikation. Sein Beruf war für ihn stets auch Berufung: Ganz im Geiste der „Ulmer Schule“ brachte er für die Marke wichtige Themen wie Nachhaltigkeit, „Design made in Germany“ und das Bewegungs-sitzen erfolgreich voran. Mit großer Fachexpertise erlangte er als geschätzter Partner von Journalisten, gern gesehener Redner und versierter Autor eine Bekanntheit, die weit über die Branchen- und Landesgrenzen hinaus geht. Dabei war es vor allem sein humanistisches Menschenbild, das mit Toleranz, Herzlichkeit und dem festen Glauben an das Gute seine Wegbegleiter in den Bann zog. Ob als packender Vortragender, begnadeter Schreiber oder kluger Diskutant: Wie kaum ein anderer in der Branche identifizierte er sich mit seiner Aufgabe und wurde selbst zum Markenzeichen. Dazu passt auch, dass er

sich außerhalb seiner Arbeitszeit in Vereinen wie dem Werkbund Nord engagierte und eigene Förderprojekte in Afrika initiierte.

Dr. Jochen Hahne, Vorsitzender des Beirats und langjähriger CEO von Wilkhahn: „Burkhard Remmers hat die Entwicklung unseres Unternehmens über Jahre entscheidend mitgestaltet. Es ist unser Anspruch, seinen Enthusiasmus und Tatendrang weiter in die Zukunft zu tragen.“

Burkhard Remmers starb im Alter von nur 66 Jahren nach schwerer Krankheit. Mit seinem Tod verliert die Branche einen prägenden Kommunikator, dessen Arbeit weit über das Unternehmen hinaus Wirkung entfaltet hat.

wilkhahn.com

Kinderleicht die richtige Zielgruppe erreichen – buchen Sie jetzt Ihre Anzeige in

Schule OK!

Alles für Schüler

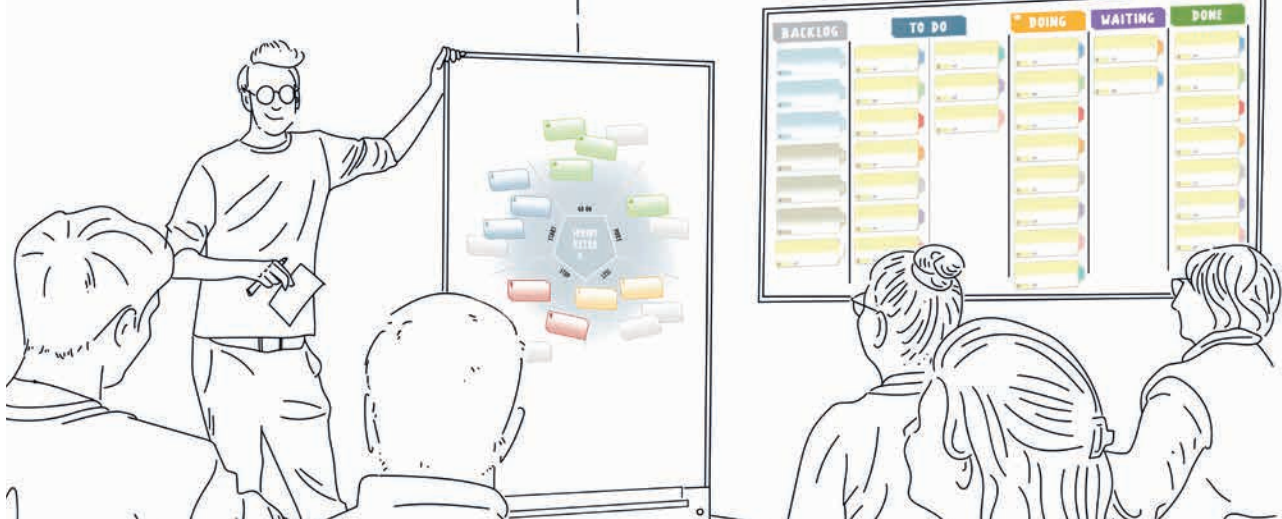
und erreichen Sie mit einer Buchung 120.000 große und kleine Leser.



zarbockmedia

Kontakt:

Zarbock Media GmbH & Co. KG
Sontraer Straße 6
60386 Frankfurt
Tel.: 069/42 09 03 72
nadine.vosseler@zarbock.de



Toolset für moderne Teamarbeit

Agile Methoden sind längst im Mittelstand angekommen. Mit der Sprintbox bringt magnetoplan ein sofort einsetzbares Komplettsset in den Fachhandel, das den Einstieg in Scrum und Kanban erleichtert. Für Händler entsteht ein Sortimentsthema rund um New Work und Workshop-Kultur.



Mit der Sprintbox bietet magnetoplan ein Komplettsset, das den Einstieg in agile Arbeitsmethoden besonders niedrigschwellig macht. Das Produkt ist kompakt aufgebaut, sofort einsetzbar und richtet sich an Teams mit bis zu sechs Personen. Gerade für Händler ist dieser sofort verständliche Nutzen ein starkes Verkaufsargument. Kunden erhalten keine abstrakte Methode, sondern ein physisches Werkzeug, mit dem sich Daily Stand-ups, Sprint Planning, Task-Steuerung und Retrospektiven unmittelbar umsetzen lassen.

Das Set umfasst 255 Einzelteile und deckt damit die wichtigsten Basiskomponenten für Scrum- und Kanban-Prozesse ab. Zum Lieferumfang gehören magnetische Epic-, Story-, Task- und Review-Cards, Überschriften für typische Prozessschritte, Symbolsticker zur Kennzeichnung von Hindernissen, feucht abwischbare Marker, Linienband sowie ein Handbuch mit Anwendungsbeispielen. Der Kunde kann damit direkt nach dem Kauf starten am White-

board einen Sprint zu planen, ohne weiteres Zubehör ergänzen zu müssen.

Für den Fachhandel liegt die Stärke vor allem in der klaren Anwendungslogik. Das Produkt erklärt sich am POS nahezu von selbst. Farben, Größen und Bezeichnungen orientieren sich an realen Sprint-Abläufen und machen den Nutzen sofort verständlich. Die magnetisch haftenden Karten lassen sich flexibel verschieben, sind beschreibbar, wiederverwendbar und feucht abwischbar. Das erhöht die Nutzungsdauer und stärkt die Argumentation im beratungsintensiven Verkauf.

Spannend ist die Sprintbox insbesondere als Türöffner für neue Zielgruppen. Neben klassischen Bürokunden kommen Projektteams, Co-Working-Spaces, Weiterbildungsanbieter, Coaches, Unternehmensberater sowie HR- und Organisationsentwickler als Käufer infrage. Auch Schulen, Hochschulen und Akademien, die agile Methoden in Ausbildung und Lehre einsetzen, bieten zusätzliches Potenzial.

Im Verkaufsgespräch lässt sich das Set ideal mit Whiteboards, mobilen Tafeln, magnetischen Oberflächen und passenden Markern kombinieren. Dadurch entstehen Cross-Selling-Chancen mit attraktiven Warenkörben. Besonders im Bereich New Work und Workshop-Ausstattung kann die Sprintbox als Impulsprodukt eingesetzt werden, das weitere Sortimentsbereiche aktiviert.

Für Händler mit Fokus auf Objektgeschäft, Büroeinrichtung oder die Ausstattung von Besprechungs- und Projekträumen passt das Produkt zudem in aktuelle Investitionen rund um moderne Arbeitswelten. Sichtbare Aufgabensteuerung, kurze Entscheidungswege und teamorientierte Prozesse sind Themen, die in vielen Unternehmen aktuell auf der Agenda stehen.

Damit wird die Sprintbox zu mehr als einem einzelnen Artikel. Sie ist ein konkretes Beratungsthema an der Schnittstelle von PBS, Büroeinrichtung und Prozessorganisation. Gerade Händler, die sich als Partner für moderne Arbeitsweisen positionieren wollen, finden hier ein Produkt mit hoher Aktualität und klarer Nutzenargumentation.

magnetoplan.de



Die magnetisch haftenden Karten lassen sich flexibel verschieben, sind beschreibbar, wiederverwendbar und feucht abwischbar.



Dank kompakter Bauweise, Rollen und wasserbasierter Verdunstungstechnologie lässt sich der PureDrive PD 7105 ohne Installation schnell in bestehende Büroumgebungen integrieren.



Mobile Kühlung für flexible Arbeitsplätze

Steigende Temperaturen und flexible Arbeitsmodelle verändern die Anforderungen im Büro. Mobile Kühllösungen gewinnen an Bedeutung. Mit dem PureDrive PD 7105 ergänzt Brother sein Sortiment um einen Verdunstungskühler für gezielte Abkühlung direkt am Arbeitsplatz.

Mit dem PureDrive PD 7105 Spot Cooler erweitert Brother sein Angebot um eine mobile Lösung für die punktuelle Kühlung in modernen Arbeitsumgebungen. Das Gerät ist auf den Einsatz in offenen Bürostrukturen, an Einzelarbeitsplätzen oder in gemeinsam genutzten Zonen ausgelegt. Es ergänzt das Lineup um das bereits vorgestellte Modell PureDrive PD-7100S und adressiert gezielt Anforderungen, die sich aus flexiblen Nutzungskonzepten ergeben.

Technologisch setzt der PD 7105 auf die sogenannte TwinAqua-Technologie. Dabei handelt es sich um ein wasserbasiertes Verdunstungskühlverfahren, das ohne Kältemittel auskommt. Die Umgebungsluft wird durch eine Kühleinheit geführt und im Luftstrom spürbar reduziert. Im Vergleich zu klassischen Klimasystemen entsteht weniger Abwärme, zudem entfällt eine aufwendige Installation.

Die maximale Kühlleistung liegt bei einer Temperaturreduktion von bis zu 6,9 Grad Celsius im direkten Luftstrom.

Das Gerät ist damit nicht für die Absenkung der Raumtemperatur konzipiert, sondern für die gezielte Kühlung von Personen in definierten Bereichen. Diese Form der punktuellen Anwendung entspricht den Anforderungen vieler Unternehmen, die keine vollständige Klimatisierung benötigen, sondern flexible Lösungen für einzelne Zonen suchen.

Für die Ausrichtung der Luft sorgt ein Schwenkbereich von 100 Grad. Ergänzt wird dies durch eine vertikal verstellbare Luftführung. Damit lässt sich der Luftstrom an unterschiedliche Arbeitsplatzsituationen anpassen. Gerade in Open-Space-Konzepten oder bei häufig wechselnden Belegungen bietet das Gerät eine anpassungsfähige Alternative zu stationären Anlagen.

Ein weiterer Aspekt ist die Mobilität. Der PureDrive PD 7105 ist kompakt gebaut und mit Rollen ausgestattet. Das erleichtert den Wechsel zwischen verschiedenen Einsatzorten. Die Inbetriebnahme erfolgt ohne Abluftschläuche oder feste Installation. Dadurch

kann das Gerät ohne bauliche Eingriffe in bestehende Büroumgebungen integriert werden. Auch der Wartungsaufwand bleibt überschaubar.

Im Betrieb arbeitet der Spot Cooler mit vergleichsweise geringem Energieeinsatz. Zwei herausnehmbare Wassertanks unterstützen den kontinuierlichen Einsatz und vereinfachen die Handhabung. Für Unternehmen ergibt sich daraus eine Lösung, die sich an wechselnde Anforderungen anpassen lässt, ohne zusätzliche Infrastruktur aufzubauen.

Für den Fachhandel eröffnet der PureDrive PD 7105 damit eine Erweiterung im Umfeld klimatischer Arbeitsplatzlösungen. Das Gerät richtet sich an Kunden, die gezielt einzelne Bereiche kühlen möchten und dabei auf energieeffiziente und mobile Systeme setzen. In Zeiten steigender Temperaturen und zunehmender Flexibilisierung der Arbeitswelt gewinnt dieses Segment weiter an Relevanz.

brother.de



Der Süßwarenhersteller Haribo präsentierte sich erstmals auf der Hausmesse. Auch Stefan Salzer, Vorstandsvorsitzender der Soennecken eG, nahm zum ersten Mal an der Veranstaltung teil.

Sortiment-Trends und Networking auf der Hausmesse

Die Soennecken Hausmesse zeigte eine Branche im Wandel. Neue Sortimentsfelder, wachsender Wettbewerbsdruck und der Bedarf an enger Vernetzung prägten die 7. Ausgabe in Overath. Händler erhielten konkrete Impulse für die Weiterentwicklung ihres Geschäfts.

Veränderte Marktbedingungen in der PBS-Branche machen es für Hersteller und Händler wichtiger denn je, ihre Sortimente anzupassen und sich optimal zu vernetzen. Eine wichtige Plattform hierfür ist die Soennecken Hausmesse, die am 22. und 23. April 2026 bereits zum 7. Mal in Overath stattfand. Rund 300 Besucherinnen und Besucher folgten der Einladung der Genossenschaft und informierten sich an den Ständen von über 40 ausstellenden Unternehmen zu neuen Produkten und Services für den modernen Arbeitsalltag. Ein deutlich erkennbarer Trend war die Zunahme von Sortimenten außerhalb der klassischen PBS-Welt, vor allem nicht digitalisierbare Angebote aus den Bereichen Catering, Food, Reinigung, Hygiene, Baumarkt, Garten und Outdoor Arbeiten sowie das Thema Robotik, zu welchem Soennecken gemeinsam mit TCO Robotics informierte.

Zum ersten Mal als Aussteller dabei war der Süßwarenhersteller Haribo. Mondelez mit seiner Schokoladenmarke Milka und Werkzeughersteller Makita hatten auf der Hausmesse 2025

Premiere und wollten an den Erfolg des Vorjahres anknüpfen. „Nach der positiven Resonanz auf unsere erste Soennecken Hausmesse waren unsere Erwartungen an die diesjährige Ver-



Im Fokus der diesjährigen Soennecken Hausmesse standen Sortiment-Trends und Networking.



Der persönliche Austausch stand im Mittelpunkt der Soennecken Hausmesse.



Zahlreiche Aussteller präsentierten auf der Hausmesse ihre neuen Angebote.

anstellung hoch - und sie wurden voll erfüllt", sagt Gerd Lichtenthäler, Gebietsleiter bei Makita. Über alle Segmente hinweg hat LogServe sein Produktportfolio in den letzten Jahren kontinuierlich erweitert und führt inzwischen über 42.000 Artikel im Sortiment. Damit baut die Großhandels-sparte der Soennecken eG ihre Bedeutung als zentraler Versorger ihrer Mitglieder weiter aus.

Ein weiterer Besuchsgrund für die Soennecken Hausmesse waren auch in diesem Jahr wieder die zahlreichen Möglichkeiten zum partnerschaftlichen Dialog zwischen Handel, Industrie und Genossenschaft. Gelegenheit dazu boten nicht nur die Stände der ausstellenden Unternehmen, sondern auch ein Get-together am Abend des ersten Messtags sowie Führungen durch das Logistikzentrum. „Die große Sortimentsvielfalt und Innovationskraft der Hersteller sowie das ausgeprägte Interesse am Austausch haben mich begeistert“, resümierte Stefan Salzer. Der neue Vorstandsvorsitzende führt die Genossenschaft seit Januar 2026 und nahm erstmals an einer Soennecken Hausmesse teil. „Motivation und Engagement waren überall deutlich spürbar

und genau das brauchen wir in einer Branche im Wandel.“

Perspektiven für die unternehmerische Weiterentwicklung der Mitglieder zeigten die begleitenden Fachvorträge des Soennecken Teams auf. Mit der Aufforderung „Jetzt handeln“ skizzierten Oliver Forsbach, Sebastian Grohs und Bärbel Sorgler Wachstumschancen jenseits der klassischen Sortimente und motivierten die Mitglieder, gemeinsam mit der Genossenschaft aktiv zu werden. Dem ebenso relevanten Thema „Mitarbeitende gewinnen, binden und entwickeln“ widmete sich der Vortrag von Evelyn Wieland. Sie teilte ihre Erfahrungen, Ansätze und Stellschrauben, die vom Arbeitgeber selbst beeinflusst werden können - ohne Patentrezept, dafür mit Struktur. Aktiv einbringen konnten sich die Teilnehmenden des von Markus Berwe und Anna Katharina Reiß aus moderierten Workshops zur Weiterentwicklung des Soennecken Mitglieder-service. Ziel dieses Angebots war es sicherzustellen, dass die der Genossenschaft angeschlossenen Unternehmen auch zukünftig im Alltagsgeschäft mit LogServe die bestmögliche Unterstützung erfahren.

soennecken.de



SCHARFE ERGEBNISSE FÜR EINE STARKE PERFORMANCE

target »

KOPIER- UND BÜROPAPIER
AUS EUKALYPTUS-ZELLSTOFF

TARGET PROFESSIONAL
75 bis 80 g/qm

TARGET EXECUTIVE
80 bis 160 g/qm



Das Zeichen für verantwortungsvolle Waldbewirtschaftung



Gestochen scharf, mit intensiven Kontrasten sowie hohem Volumen – durchdachte Entscheidungen perfekt rübergebracht. Ob mit gekonnter Leichtigkeit dank TARGET Professional oder mit TARGET Executive für besonders hohe Ansprüche, beste Laufeigenschaften auf allen gängigen Bürodrukssystemen sind garantiert. Noch mehr Nachhaltigkeit? Die Papiere werden ressourcenschonend aus ökologischen Eukalyptus-Zellstoff hergestellt.



Ein Papier produziert von **THE NAVIGATOR COMPANY**

berberich-papier.de

Perfekt rübergebracht auf

**BERBERICH
PAPIER**



Hybrid Arbeiten mit System

Hybrides Arbeiten verändert die Anforderungen an den Arbeitsplatz grundlegend. Leitz reagiert darauf mit einem ganzheitlichen Ansatz, der Ergonomie, Bewegung und Organisation verbindet. Für den Handel eröffnet das klare Ansatzpunkte in Beratung und Vermarktung.

Der Wechsel zwischen Büro, Homeoffice und mobilen Arbeitsorten gehört für viele Beschäftigte zum Alltag. Damit steigen die Anforderungen an Arbeitsplätze. Gefragt sind Lösungen, die flexibel einsetzbar sind und gleichzeitig das Wohlbefinden stärken. Genau hier setzt Leitz mit seinem „Feel Good“-Ansatz Markenversprechen und den neuen ergonomischen Active Working-Produkten sowie durchdachten Organisationslösungen an.

Ziel ist ein Arbeitsumfeld, das sich an individuelle Bedürfnisse anpasst und gleichzeitig produktives Arbeiten unterstützt. Der Anspruch bleibt klar. Der Arbeitsplatz soll sich dem Menschen anpassen.

Ein zentraler Baustein ist die erfolgreiche Leitz Ergo Serie. Die meisten Produkte sind vom Institut für Gesundheit und Er-

gonomie (IGR) zertifiziert und zielen darauf ab, Bewegung stärker in den Arbeitsalltag zu integrieren. Der regelmäßige Wechsel zwischen Sitzen und Stehen entlastet Rücken und Nacken und fördert die Konzentration. Nutzer berichten von mehr Energie und Wohlbefinden im Tagesverlauf.

Im Mittelpunkt steht das Workstation Konzept. Anwender stellen sich ihre Arbeitsumgebung individuell zusammen. Höhenverstellbare Tische, Monitorarme sowie Sitz- und Stehlösungen lassen sich flexibel kombinieren. Ergänzende Produkte für Laptop-Arbeitsplätze erweitern das System. Das Prinzip ist einfach. Eine Lösung für unterschiedliche Räume und Arbeitsstile.

Eine gemeinsam mit dem IGR durchgeführte Praxisstudie unterstreicht diesen Ansatz. 41 Beschäftigte testeten

über mehrere Wochen verschiedene ergonomische Produktpakete im Büro und im Homeoffice. Mehr als 80 Prozent berichteten von einem verbesserten körperlichen Wohlbefinden und einer höheren Leistungsfähigkeit. Besonders häufig wurden Entlastungen im Nacken-, Rücken- und Schulterbereich genannt. Viele integrierten zudem dauerhaft mehr Bewegung in ihren Arbeitsalltag.

Parallel dazu baut Leitz sein Sortiment weiter aus. Neu sind elektrisch höhenverstellbare Schreibtische in den Formaten 120 x 70 cm und 140 x 80 cm. Die Modelle eignen sich für kompakte Homeoffice-Lösungen und moderne Büroflächen. Die stufenlose Höhenverstellung ermöglicht einen schnellen Wechsel der Arbeitshaltung. Vier Speicherpositionen und eine Antikollisionsfunktion gehören zur Ausstat-



Moderne Arbeitsumgebung mit höhenverstellbaren Schreibtischen, Tischtrennwänden aus Vliesstoff, ergonomischen Sitzlösungen sowie Desk-Sharing-Taschen und Organizer für flexible, strukturierte Arbeitsplätze.



Blickschutzfilter für Laptops und Monitore verbinden Datenschutz, Geräteschutz und Blendschutz. Sie reduzieren blaues Licht, sind in Deutschland gefertigt und für gängige Bildschirmgrößen verfügbar.

MADE IN GERMANY

tung. Integrierte USB-Anschlüsse erleichtern die Nutzung im Alltag. Eine Erinnerungsfunktion unterstützt dabei, regelmäßige Bewegung in den Tagesablauf einzubauen.

Auch für offene Bürolandschaften und Desk-Sharing-Konzepte erweitert Leitz sein Angebot. Höhenverstellbare Tischtrennwände aus Vliesstoff schaffen Rückzugsbereiche und reduzieren visuelle Ablenkung. Die Elemente lassen sich flexibel einsetzen und auch als Organisationsfläche nutzen.

Für den mobilen Arbeitsalltag wurden zudem neue Desk-Sharing-Taschen entwickelt. Sie bündeln Arbeitsmittel wie Laptop, Tastatur und persönliche Gegenstände an einem Ort. Das erleichtert den Wechsel zwischen verschiedenen Arbeitsplätzen. Ergänzt wird das Sortiment durch einen hängenden Schreibtisch-Organizer aus

Filz, der zusätzliche Ablagefläche schafft, ohne den Arbeitsplatz zu überladen.

Ein weiterer Baustein sind Blickschutzfilter für Laptops und Monitore. Sie kombinieren Datenschutz, Geräteschutz und Blendschutz. Gleichzeitig reduzieren sie den Anteil von blauem Licht. Die Filter werden in Deutschland gefertigt und sind für gängige Bildschirmgrößen verfügbar. Damit unterstützen sie sicheres Arbeiten unabhängig vom jeweiligen Arbeitsort.

Für den Fachhandel liegt der Mehrwert in der klaren Systemlogik. Die Produkte lassen sich nicht nur einzeln verkaufen, sondern als abgestimmte Lösungen bündeln. Das erleichtert Beratungsgespräche und erhöht den Warenkorb. Themen wie Ergonomie, Gesundheit und Produktivität bieten konkrete Anlässe für Zusatzverkäufe.

Im stationären Geschäft lassen sich Workstations als Musterarbeitsplätze inszenieren. Kunden erleben direkt, wie sich Produkte kombinieren lassen. Im B2B-Geschäft entsteht ein Ansatz für ganzheitliche Arbeitsplatzlösungen. Händler können gezielt Unternehmen ansprechen, die ihre Arbeitsumgebungen an hybride Modelle anpassen.

Um den Handel beim Abverkauf zu unterstützen und den Endverwendern einen zusätzlichen Kaufanreiz zu bieten, startet Leitz vom 18. Mai bis 31. August 2026 eine breit angelegte Active Working Kampagne, die die Leitz Ergo Lösungen in den Mittelpunkt rückt. Sie wird durch eine attraktive Buy & Get Aktion ergänzt: Die Endverwender erhalten beim Kauf von Leitz Ergo Produkten im Wert von mindestens 150 Euro eine kompakte Desk Sharing Tasche gratis.

leitz.com



Leiser Betrieb im Alltag. Die Shredcat-Modelle arbeiten gleichmäßig, vermeiden Störungen im Büro und überzeugen durch einfache Wartung und zuverlässige Nutzung.

Aktenvernichter klar positioniert

Mit der Erweiterung seiner Shredcat-Serie bietet Ideal dem Fachhandel eine strukturierte Aktenvernichter-Range mit lukrativen Umsatzchancen. Und dies vom preislich attraktiven Einstiegsgerät bis hin zur starken Auto-Feed-Lösung für den Einsatz in professionellen Büroumgebungen.

Die Modellreihe kombiniert kompaktes Design, zuverlässige Technik sowie eine hohe Benutzerfreundlichkeit mit einem überzeugenden Preis-Leistungs-Verhältnis und deckt damit unterschiedliche Anforderungen im Markt gezielt ab. Im Mittelpunkt steht, was im Verkauf wirklich zählt: verständliche Produkte, greifbare Vorteile und eine klare Sortimentslogik.

Die Marke Ideal steht für Lösungen, auf die sich professionelle Anwender verlassen können. Mit einem klaren Anspruch an Qualität, Zuverlässigkeit und Ergebnisse im täglichen Einsatz. Als Partner des Fachhandels entwickelt Ideal seine Sortimente konse-

quent aus der Praxis heraus und schafft damit die Grundlage für nachhaltigen Verkaufserfolg.

Schnelldreher im Einstiegssegment: klein, attraktiv, mitnahmebereit

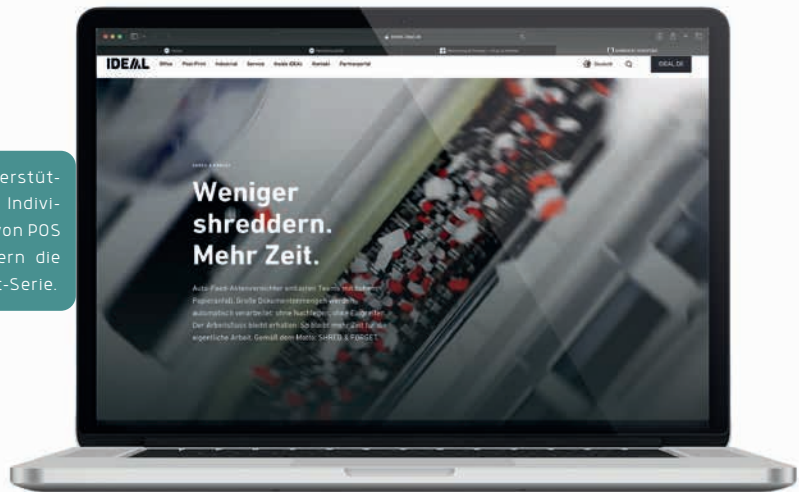
Im Aktenvernichter-Einstiegssegment zählen vor allem zwei Dinge: Preis und eine schnelle, sichere Entscheidung. Der Ideal Shredcat 8100 CC ist genau darauf ausgelegt. 10 Blatt, Sicherheitsstufe P-4, kompakt gebaut - und konsequent reduziert auf das, was im Alltag wirklich gebraucht wird. Keine überflüssigen Funktionen, keine lange Erklärung. An, aus, fertig. Papier rein, Problem weg. Dank seiner kompakten Bauweise passt er unter jeden Schreib-

tisch. So klein wie ein Papierkorb, aber deutlich sicherer. Dazu kommt ein besonders attraktiver Preis, der ihn im Wettbewerbsumfeld klar positioniert.

Der Ideal Shredcat 8200 CC geht einen Schritt weiter: Mehr Leistung mit bis zu 12 Blatt, höhere Sicherheitsstufe P-5 und eine Laufzeit von bis zu 30 Minuten sorgen für ein klares Argument bei anspruchsvolleren Anforderungen. Auch hier bleibt die Bedienlogik bewusst einfach und reduziert, ohne unnötige Komplexität.

Für den Handel entsteht daraus eine klare Differenzierung: ein einfach verständlicher Einstieg und eine leis-

Umfassende Verkaufsunterstützung für den Fachhandel. Individualisierbare Materialien von POS bis Social Media erleichtern die Vermarktung der Shredcat-Serie.



tungsstärkere Alternative für höhere Anforderungen.

Auto-Feed schafft Freiräume im Büroalltag

Aktenvernichtung gehört zum Büroalltag, wird aber oft als Unterbrechung wahrgenommen. Genau hier setzen die Ideal Shredcat Auto-Feed-Shredder an und verbinden automatische Dokumentenverarbeitung mit einer besonders kompakten Bauweise. Trotz Auto-Feed-Technologie bleiben die Geräte überraschend platzsparend und lassen sich problemlos in bestehende Arbeitsumgebungen integrieren. Dokumentenstapel werden eingelegt, gestartet und anschließend automatisch verarbeitet. Der Prozess läuft leise im Hintergrund, während weitergearbeitet wird. Das

spart Zeit und sorgt für einen spürbar ruhigeren Arbeitsablauf.

Dass dieser Komfort nicht auf Kosten der Arbeitsumgebung geht, zeigt sich im täglichen Einsatz. Die Geräte arbeiten besonders leise und gleichmäßig, sodass Gespräche nicht unterbrochen werden und kein typischer „Shredder-Moment“ entsteht. Gerade in offenen Büros oder geteilten Arbeitsbereichen wird das schnell zum entscheidenden Vorteil. Gleichzeitig sind die Geräte auf dauerhafte Nutzung ausgelegt. Sie überzeugen weiterhin durch einfache Wartung und Reparierbarkeit. Wichtige Komponenten wie die Einzugswalzen lassen sich einfach entnehmen und reinigen. Das reduziert Papierstaus und sorgt dafür, dass die Geräte auch bei regelmäßigem Einsatz zuver-

lässig arbeiten - ein Vorteil, der im Betrieb schnell spürbar wird.

Vor diesem Hintergrund lässt sich die Auto-Feed-Aktenvernichter-Range im Verkauf klar einordnen. Der Ideal Shredcat 8291 CC bildet den Einstieg in die automatische Dokumentenverarbeitung. Mit bis zu 150 Blatt in besonders kompakter Bauform eignet er sich für Arbeitsbereiche, in denen regelmäßig Dokumente anfallen und Prozesse entlastet werden sollen.

Darauf aufbauend bietet der Ideal Shredcat 8292 CC mit bis zu 200 Blatt Auto-Feed, längerer Laufzeit und einer besonders intuitiven Steuerung über Drucktasten für Start, Stopp und Rückwärtslauf sowie ein übersichtliches LCD-Display mit Statusanzeige



Michael Wullings, Head of Sales Business Unit Office & Postprint Sortimentserweiterung im Bereich Ideal Aktenvernichter

„Wir sehen im Markt ganz klar: Kunden wollen Lösungen, die ihnen Arbeit abnehmen und im Alltag sofort funktionieren. Genau darauf ist die Shredcat-Serie ausgelegt. Mit dieser Serie schließen wir eine Lücke in unserem Sortiment und bieten unseren Handelspartnern eine breitere Range an Aktenvernichtern. Wir sehen mit dieser neuen Shredcat-Serie Potentiale für unserer Handelspartner, das Sortiment zu erweitern und weitere Umsatzpotentiale zu erschließen. Denn der Ideal Shredcat-Range geben wir Produkte an die Hand, die sich klar erklären lassen und im Einsatz überzeugen. Und wir denken das konsequent weiter: Wir liefern nicht nur Geräte, sondern auch die passenden Inhalte für die Vermarktung. Damit unsere Partner direkt loslegen können und aus Potenzial tatsächlich Umsatz wird.“

eine Lösung für Teams und Abteilungen, in denen kontinuierlich größere Mengen verarbeitet werden. Das sorgt für einen reibungslosen Arbeitsablauf im täglichen Einsatz.

Für höhere Anforderungen steht der Ideal Shredcat 8285 CC, der mit bis zu 350 Blatt Auto-Feed, großem Auffangvolumen und zusätzlichen Funktionen wie PIN-Schutz auf zentrale Einsatzbereiche ausgelegt ist.

Alle Modelle arbeiten im Partikelschnitt der Sicherheitsstufe P-4 und sorgen damit dafür, dass vertrauliche Dokumente zuverlässig vernichtet werden und die gesetzlichen Anforderungen der DSGVO im Alltag sicher erfüllt werden.

Für den Handel entsteht daraus ein starkes Auto-Feed-Angebot mit klarem Profil: leistungsstarke, automati-

sierte Dokumentenverarbeitung in besonders kompakter Bauweise - mit passenden Lösungen für unterschiedliche Einsatzbereiche im Büro.

Klare Struktur erleichtert die Beratung

Vom kompakten Einstieg über automatisierte Lösungen bis hin zu leistungsstarken Geräten für größere Einheiten ergibt sich eine logisch aufgebaute Sortimentsstruktur. So lassen sich Anforderungen schnell einordnen und passende Modelle ohne Umwege finden.

Im Unterschied zu vielen Lösungen im Markt, die stark über Funktionen argumentieren, liegt der Fokus hier auf dem praktischen Nutzen. Eine einfache Bedienung, leiser Betrieb und eine robuste, wartungsfreundliche Auslegung sorgen dafür, dass die Geräte im täglichen Einsatz überzeugen, nicht nur auf dem Datenblatt.

Verkaufsunterstützung für mehr Sichtbarkeit im Markt

Neben den Shredcat-Aktenvernichtern stellt Ideal seinen Fachhandels-Partnern ein umfassendes Paket für deren Vermarktung zur Verfügung. Alle Materialien sind so aufgebaut, dass sie vom Handel einfach individualisiert und direkt eingesetzt werden können. Dazu gehören Produktbilder und Datenblätter ebenso wie editierbare Flyer für eigene Aktionen sowie ein komplettes Medienpaket mit Texten und Visuals für Website, POS, Newsletter und Social Media. Händler sparen damit Zeit in der Vorbereitung und können schneller in die gezielte Kommunikation gehen. Das erleichtert die Marktbearbeitung und sorgt dafür, dass aus einem gut strukturierten Sortiment auch schneller sichtbare Ergebnisse im Abverkauf entstehen - und die Produkte beim Endkunden klar und überzeugend positioniert werden.

ideal.de

Vom preislich starken Einstiegsgerät bis hin zur leistungsstarken Auto-Feed-Lösung für den Einsatz in professionellen Büroumgebungen reicht das Ideal Shredcat-Sortiment.





Der Desk Frame 10 von Linak kombiniert stabile Konstruktion mit einfacher Montage und richtet sich an Hersteller ergonomischer Arbeitsplatzlösungen.

Tischgestell vereinfacht die GS-Zertifizierung

Mit dem Desk Frame 10 reagiert Linak auf steigende Anforderungen an Ergonomie und Effizienz. Das neue Tischgestell kombiniert Stabilität mit einfacher Montage und reduziert den Aufwand für die GS-Zertifizierung deutlich.

Linak erweitert sein Produktportfolio um das Tischgestell Desk Frame 10. Die Neuentwicklung richtet sich an Hersteller und Anbieter von Arbeitsplatzlösungen, die Wert auf stabile Konstruktionen und gleichzeitig effiziente Prozesse legen. Im Fokus steht eine Kombination aus einfacher Montage, flexibler Ausführung und reduzierten Prüfaufwänden.

Das Gestell ist wahlweise mit statischem oder flexiblem Oberahmen erhältlich. Diese Varianten ermöglichen eine Anpassung an unterschiedliche Tischkonzepte und Einsatzbereiche. Kompatibel ist der Desk Frame 10 mit allen Linak Hubsäulen mit integriertem Motorgehäuse. Damit lässt sich das System in bestehende Produktlinien integrieren und bietet Planungssicherheit für Hersteller.

Ein zentraler Aspekt ist die Vorbereitung für die GS-Zertifizierung. Der Desk Frame 10 wurde in Verbindung mit einer Tischplatte bereits vorgeprüft. Für Kunden bedeutet das eine deutliche Vereinfachung im Zertifizierungsprozess. Der Aufwand reduziert sich auf die Erstellung einer eigenen CE-Erklärung, eine Risikobewertung sowie die Bereitstellung von Montage- und Bedienungsanleitungen.

Aufwendige Prüfungen entfallen in der Regel. Dazu zählen u.a. die Standsicherheitsprüfung sowie die Dauerlaufprüfung mit 5.000 Hubzyklen. Das spart Zeit und senkt die Kosten im Entwicklungsprozess. Auch die Prüfgebühren fallen geringer aus, da nur noch eine Plausibilitätsprüfung sowie die Umschreibung des Zertifikats notwendig sind.

Voraussetzung für die Nutzung des GS-Zeichens bleibt die Überwachung des jeweiligen Fertigungsstandorts. Aktuell steht die Vorprüfung für Tische mit den Hubsäulen DL6 und DL19 zur Verfügung. Weitere Varianten aus dem Portfolio sollen folgen und die Einsatzmöglichkeiten erweitern.

Das Tischgestell ist zudem mit der neuen Hubsäulen-Technologie „Experience“ kombinierbar. Damit eröffnet Linak zusätzliche Optionen für die Entwicklung ergonomischer Arbeitsplatzlösungen. Für den Fachhandel entsteht ein Produkt, das nicht nur technisch überzeugt, sondern auch wirtschaftliche Vorteile im Projektgeschäft bietet.

linak.de



Der steigende Ausbau von KI-Infrastrukturen erhöht weltweit den Bedarf an leistungsfähigen Speicherlösungen. Storage entwickelt sich damit zunehmend zum kritischen Faktor in IT- und Rechenzentrumsprojekten.

Speicher wird zum Engpass

Steigende Preise, knappe Verfügbarkeiten und der KI-Boom verändern den IT-Markt spürbar. Distributor dextIT sieht vor allem im Storage-Bereich zunehmende Engpässe und erwartet eine weitere Verschiebung hin zu Enterprise-getriebenen Märkten.

Der Würzburger IT-Distributor dextIT hat im Rahmen eines Presseevents einen Ausblick auf die Entwicklung des IT-Marktes 2026 gegeben. Im Mittelpunkt standen dabei die zunehmende Verknappung von Speicherlösungen, steigende Hardwarepreise sowie strukturelle Veränderungen im Marktumfeld. Vor allem der Ausbau von KI-Infrastrukturen sorgt nach Einschätzung des Unternehmens für eine neue Dynamik im Storage-Segment.

„Der Storage-Bedarf wächst nicht mehr linear. In vielen Projekten entscheidet heute die Verfügbarkeit der Speicherinfrastruktur über die Umsetzbarkeit“, erklärt Judith Öchsner, Vertriebsleiterin bei dextIT. Hersteller würden ihre Kapazitäten zunehmend auf margenstarke Bereiche wie Rechenzentren

und KI-Anwendungen konzentrieren. Der klassische Consumer-Markt verliere dagegen weiter an Bedeutung. Die Folge seien längere Projektlaufzeiten und steigende Preise.

Nach Einschätzung des Unternehmens verschiebt sich der Markt deutlich in Richtung Enterprise. Infrastrukturprojekte und professionelle Anwendungen gewinnen an Bedeutung, während sich Investitionen im Consumer-Bereich spürbar abschwächen. Damit verändern sich auch die Marktstrukturen. Weniger Anbieter, höhere Investitionen und eine stärkere Konzentration auf wirtschaftlich attraktive Projekte prägen die Entwicklung.

Auch für den Fachhandel hat diese Entwicklung Konsequenzen. Verfügbarkei-

ten werden schwerer kalkulierbar, Projektgeschäfte komplexer und Investitionsentscheidungen langfristiger. „Innovation und Verfügbarkeit entstehen zunehmend im professionellen Umfeld“,



Judith Öchsner
Vertriebsleiterin dextIT

Multicolor-3D-Druck für den Einstieg

Mit dem neuen Kobra X erweitert Anycubic sein Portfolio um ein FDM-3D-Drucksystem für mehrfarbige und materialübergreifende Anwendungen. Das Modell kombiniert ein Bauvolumen von 260 x 260 x 260 mm mit einer integrierten Multicolor-Funktion, die sich von vier auf bis zu 19 Farben erweitern lässt. Zielgruppe sind ambitionierte Maker, Entwickler sowie semiprofessionelle Anwender.

Für effizientere Produktionsprozesse setzt das System auf die ACE-GEN-2-Technologie, die Materialwechsel beschleunigt und den Filamentverbrauch reduzieren soll. Die maximale Druckgeschwindigkeit liegt bei bis zu 600 mm/s. Unterstützt werden unter anderem TPU, PLA und PVA. Funktionen wie automatisches Leveling, integrierte Kameraüberwachung, App-Steuerung und Remote-Monitoring ergänzen die Ausstattung.



so die Einschätzung von Judith Öchsner, die sich die Vertriebsleitung mit Stefanie Gundlach teilt.

Trotz der angespannten Marktlage blickt dextrIT auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2025 zurück. Besonders das Enterprise-Geschäft entwickelte sich dynamisch. Neue Partnerschaften sowie personelle Verstärkungen hätten das Wachstum zusätzlich unterstützt. Stabil zeigte sich nach Angaben des Distributors auch das Sortiment in den Bereichen Electronics und Supplies. Rückläufig entwickelte sich dagegen das Segment Video/TV. Für 2026 rechnet dextrIT insbesondere bei PCs und Notebooks mit weiter steigenden Preisen.

Parallel baut das Unternehmen neue Geschäftsfelder aus. Ein Schwerpunkt liegt auf 3D-Druck und digitaler Fertigung. Mit Marken wie Anycubic, Creality und xTool adressiert dextrIT Anwendungen im Bildungsbereich, im Maker-Umfeld sowie semiprofessionelle Einsatzfelder. Damit erweitert der Distributor sein Portfolio gezielt über klassische IT-Produkte hinaus.

Mit Blick auf die kommenden Monate sieht dextrIT drei mögliche Szenarien für den Markt. Im günstigsten Fall stabilisieren sich Kapazitäten und Preise. Wahrscheinlicher erscheint derzeit jedoch eine Fortsetzung selektiver Engpässe mit anhaltender Dominanz des Enterprise-Segments. Auch eine weitere Verschärfung mit zusätzlichem Preisdruck schließt das Unternehmen nicht aus.



Stefanie Gundlach
Vertriebsleiterin dextrIT

Große Bedeutung misst das Unternehmen weiterhin dem persönlichen Austausch mit Handelspartnern und Herstellern bei. Gemeinsam mit Micron Technology war dextrIT auf dem Cloud-Fest in Rust vertreten. Zudem kündigt das Unternehmen erneut eine starke Präsenz auf der IFA in Berlin an, wo dextrIT gemeinsam mit der Duttenhofer Gruppe auftreten wird. Weitere Fachmessen und Kundenevents sollen ebenfalls gezielt genutzt werden, um aktuelle Infrastruktur- und Marktthemen mit Partnern zu diskutieren.

Trotz der angespannten Marktentwicklung blickt dextrIT optimistisch auf die kommenden Jahre und setzt dabei insbesondere auf die Innovationskraft mittelständischer Strukturen sowie die Rückendeckung der Duttenhofer Gruppe als starke Unternehmensbasis im Hintergrund. „Die zentrale Herausforderung bleibt die Planbarkeit. Verfügbarkeit und Preise sind deutlich schwerer vorhersehbar als noch vor wenigen Jahren“, betont Judith Öchsner abschließend.

dextrit.de

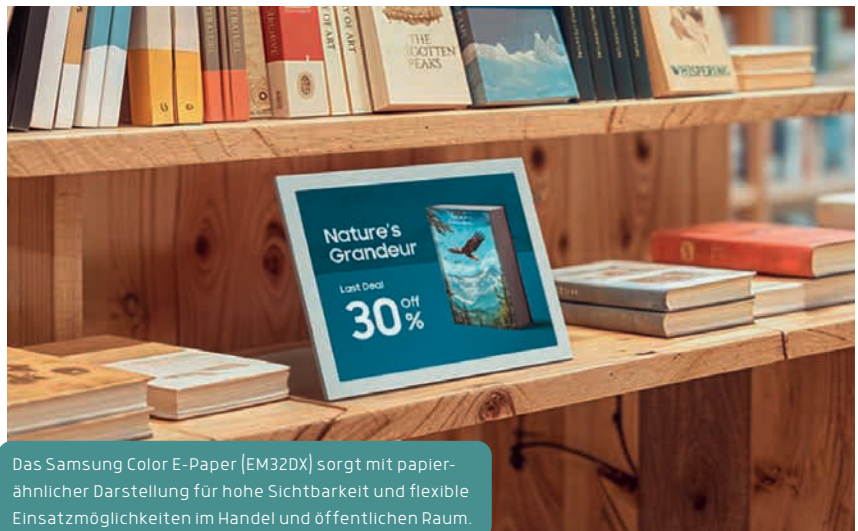


Das B2B-Display-Portfolio von Samsung setzt auf Produktinnovationen: Das in diesem Jahr neu gelaunchte Spatial Display zeigt eindrucksvolle 3D-Inhalte und verfügt über ein schlankes 52-mm-Design.

Digital Signage in Papieroptik

Mit dem Color E-Paper bringt Samsung eine stromsparende Alternative zur klassischen Digital Signage in den Markt. Das Display kombiniert papierähnliche Darstellung mit digitaler Flexibilität und adressiert damit Kosten, Nachhaltigkeit und einfache Steuerung im laufenden Betrieb.

Mit einem Marktanteil von 35,2 Prozent und der Spitzenposition im globalen B2B-Display-Markt seit 17 Jahren in Folge baut Samsung seine Rolle als Taktgeber im Digital-Signage-Segment (Foto oben) weiter aus. Vor diesem Hintergrund erweitert das Unternehmen mit dem Modell EM32DX sein Displayportfolio um eine Lösung, die gezielt auf energieeffiziente Anwendungen in Handel, Gastronomie und öffentlichen Räumen ausgerichtet ist. Das Color E-Paper versteht sich als Brücke zwischen statischer Printkommunikation und dynamischer Digital Signage. Inhalte lassen sich digital ausspielen, ohne die typischen Energieverbräuche klassischer Displays.



Das Samsung Color E-Paper (EM32DX) sorgt mit papierähnlicher Darstellung für hohe Sichtbarkeit und flexible Einsatzmöglichkeiten im Handel und öffentlichen Raum.

Im Mittelpunkt steht die Darstellungstechnologie. Ein spezieller Farbbildalgorithmus sorgt für eine papierähnliche Optik mit klaren Konturen, weichen Farbverläufen und gut lesbarer Darstellung. Gerade bei statischen Inhalten spielt das System seine Stärke aus. Der Energiebedarf liegt in diesen Szenarien deutlich unter dem vieler her-

kömmlicher Digital-Signage-Lösungen. Für Betreiber bedeutet das eine spürbare Reduzierung laufender Kosten.

Auch unter Nachhaltigkeitsaspekten positioniert sich das Gerät klar. Gedruckte Werbemittel entfallen, ebenso der regelmäßige Austausch von Plakaten oder Aushängen. Gleichzeitig setzt

Samsung beim Gehäuse auf einen Anteil von 50 Prozent recyceltem Kunststoff. Das reduziert den Materialeinsatz und passt in Strategien, die auf Ressourcenschonung und CO₂-Reduktion abzielen.

Das 32-Zoll-Display mit WQHD-Auflösung ist bewusst schlank und leicht



Über die Plattform Samsung VXT lassen sich Inhalte zentral erstellen, verwalten und auf mehreren Displays einfach und intuitiv ausspielen.



konstruiert. Dadurch lässt es sich flexibel in unterschiedlichen Umgebungen einsetzen, etwa am Point of Sale, in Restaurants oder in Verkehrsknotenpunkten. Die Ausstattung umfasst USB-C für Datenübertragung und Stromversorgung, 8 GB internen Speicher sowie WLAN und Bluetooth für die drahtlose Anbindung.

Ein zentraler Baustein ist das Contentmanagement. Über die Samsung E-Paper App lassen sich Geräte aus der Ferne steuern, Zeitpläne definieren und Inhalte gezielt ausspielen. Ergänzend dazu bündelt die Plattform Samsung VXT die Erstellung und Verwaltung von Inhalten in einer cloudbasierten Umgebung. Die Lösung erlaubt die Vorschau und Optimierung von Darstellungen speziell für das E-Paper und erleichtert die zentrale Steuerung mehrerer Geräte.

Für Unternehmen mit bestehenden Systemlandschaften ist die Integration ein entscheidender Faktor. Über die Tizen Enterprise Plattform können die Displays in vorhandene Content-Management-Strukturen eingebunden werden. Damit bleibt die Nutzung offen für unterschiedliche IT-Umgebungen und bestehende Prozesse.

Mit dem Color E-Paper adressiert Samsung ein zentrales Thema im Digital-Signage-Markt. Gefragt sind Lösungen, die Betriebskosten senken, nachhaltiger arbeiten und sich zugleich einfach steuern lassen. Das neue Display liefert dafür einen technologischen Ansatz, der besonders bei statischen oder selten wechselnden Inhalten wirtschaftliche Vorteile bietet.

samsung.com

Egal ob im Büro, im Homeoffice, am PC, über das Smartphone oder am Tablet.

**Mit einem Klick
bleiben Sie immer
auf dem neusten Stand.**

**REGISTER
NOW**

Hier scannen und kostenlos anmelden:



Der pbsreport-Newsletter

Jeden Dienstag – übersichtlich und informativ für Sie aufbereitet – direkt in Ihr Postfach.

**Sie möchten den Newsletter
für Werbezwecke nutzen?**

Gerne erstellen wir Ihnen digitale und crossmediale Angebote die genau auf Ihren Bedarf zugeschnitten sind!

Mediaberatung:

Armin Schaum

Telefon: 0 69/42 09 03-55

armin.schaum@zarbock.de

Zarbock Media GmbH & Co. KG
Sontraer Straße 6
60386 Frankfurt/Main
0 69/42 09 03-72





Serviceroboter sollen nicht den Menschen ersetzen, sie können jedoch bereits in vielen Bereichen eine echte Bereicherung sein und erobern ständig neue Gebiete, in denen sie dem Personal entlastend zur Seite stehen und die Arbeit deutlich erleichtern.

Robotik als neues Geschäftsfeld

Service- und Reinigungsroboter halten zunehmend Einzug in gewerbliche Anwendungen. Mit einem klaren Partneransatz bringt TCORobotics diese Technologie in den PBS-Markt und bindet Fachhändler aktiv in neue, serviceorientierte Geschäftsmodelle ein.

Robotik verlässt die Pilotphase und wird zum operativen Werkzeug. In Branchen wie Healthcare, Industrie oder Hospitality übernehmen autonome Systeme heute bereits klar definierte Aufgaben. Dazu zählen vor allem Reinigung, Transport und einfache Serviceprozesse. Der Nutzen ist messbar. Konstante Qualität, planbare Abläufe und eine spürbare Entlastung von Personal.

TCORobotics positioniert sich genau an dieser Schnittstelle. Das Unternehmen aus Vaihingen an der Enz überträgt klassische Systemhauslogik auf die Servicerobotik. Projektgeschäft, langfristige Kundenbeziehungen und ein belastbares Servicekonzept stehen im Mittelpunkt. Dieser Ansatz ist für viele Händler aus dem Managed-Print-Services-Umfeld anschlussfähig. Die Denke ist identisch. Es geht nicht um Produktverkauf, sondern um Lösungen im Betrieb.

Die technologische Basis liefern etablierte Hersteller. Gausium gilt als einer der führenden Anbieter im Bereich professioneller Reinigungsrobotik. Die Systeme navigieren autonom durch große Flächen und sichern gleichbleibende Ergebnisse. Pudu Robotics deckt Service- und Logistikprozesse ab. Die Geräte transportieren Waren,

unterstützen im Service oder übernehmen repetitive Aufgaben. Ergänzend entwickelt Hytron spezialisierte Lösungen für sensible Hygienebereiche wie Sanitäranlagen.

Auffällig ist die klare Ausrichtung auf den praktischen Einsatz. Die Systeme sind nicht mehr experimentell. Sie ar-



TCORobotics wurde 2022 als eine Marke der the-Company.de in Vaihingen an der Enz gegründet und widmet sich der Vermarktung von Service- und Reinigungsrobotern.

beiten mit Sensorik, Mapping-Technologien und KI-gestützter Navigation zuverlässig im Alltag. Hinderniserkennung, dynamische Routenplanung und einfache Bedienoberflächen gehören heute zum Standard. Genau diese Reife macht Robotik für den Fachhandel interessant.

Eine zentrale Rolle spielt dabei die Zusammenarbeit mit Soennecken. Im Rahmen der Soennecken Robotics Gruppe wird das Thema gezielt in den Verbund getragen. Ziel ist es, Mitgliedern den Einstieg in ein neues Geschäftsfeld zu erleichtern. Neben dem Zugang zu Technologie umfasst das Konzept Schulungen, Vertriebsunterstützung und Begleitung im Projektgeschäft.

Der Schritt ist strategisch. Der klassische PBS-Markt steht unter Margendruck. Gleichzeitig entstehen neue Bedarfe rund um Facility Services, Automatisierung und Prozessoptimierung. Robotik passt in dieses Umfeld. Sie erweitert das Portfolio um erklärungsbedürftige, margenstärkere Lösungen und stärkt die Position als Systemanbieter.

Dass das Thema an Relevanz gewinnt, zeigte sich auch auf der Soennecken Hausmesse im April dieses Jahres in Overath. Dort war Tcorobotics erstmals vertreten und präsentierte konkrete Anwendungsszenarien für den Fachhandel. Der direkte Austausch mit Mitgliedern verdeutlichte das Interesse. Viele Händler suchten nach neuen Ertragsfeldern jenseits des klassischen Sortiments.

Im Ergebnis entsteht ein neues Rollenverständnis. Der Fachhändler entwickelt sich weiter zum Lösungsanbieter für Arbeitsprozesse. Robotik ist dabei kein Fremdkörper, sondern eine logische Erweiterung bestehender Services. Entscheidend bleibt dabei die Umsetzung im Kundenbetrieb. Und genau hier setzt der Partneransatz von TCorobotics an.

tcorobotics.de

AgfaPhoto: Neue Struktur für Supplies-Vertrieb

AgfaPhoto ordnet sein Supplies-Geschäft im DACH-Raum neu und setzt auf ein zentral gesteuertes Distributionsmodell für Europa. Den Ausbau verantwortet Tech United als exklusiver Lizenznehmer für AgfaPhoto Supplies.

Ausgangspunkt ist der Relaunch von Tech Intertrading zu Tech United. Das Unternehmen mit Sitz in Wolfpassing in Österreich fungiert künftig als europäischer Hub für Beschaffung, Distribution und Partnersteuerung. Ziel ist ein skalierbares Modell mit klar definierten Strukturen im Fachhandel.

Ein erster Schritt ist die Elite-Partnerschaft mit der Supplies24 GmbH. Damit erhält der deutsche Markt erstmals einen vollständigen Zugang zum AgfaPhoto Sortiment. Händler profitieren von einer durchgängigen Verfügbarkeit sowie einer strukturierten Distribution kompatibler und wiederaufbereiteter Toner.

Parallel baut Tech United ein Netzwerk exklusiver Länderpartner auf. Pro Markt sind nur wenige Partner vorgesehen. Das soll die Marktbearbeitung bündeln, Verantwortlichkeiten klären

und die Effizienz in Vertrieb und Logistik erhöhen.

Zentraler Bestandteil des Modells ist die digitale Anbindung des Handels. EDI-Schnittstellen, automatisierte Prozesse sowie Dropshipping- und Fulfillmentlösungen sollen die Integration in bestehende Systeme erleichtern und die operative Abwicklung beschleunigen.

Gleichzeitig positioniert AgfaPhoto sein Portfolio stärker über Nachhaltigkeit. Wiederaufbereitete Toner und kompatible Produkte mit europäischer Wertschöpfung sollen eine Alternative zu globalen Lieferketten bieten und steigende ESG-Anforderungen adressieren.

„Mit dem Relaunch von Tech United und der klaren Elite-Partner-Strategie schaffen wir eine neue Dimension im europäischen Supplies-Markt“, erklärt Günter Mondl, Geschäftsführer von Tech Intertrading. „Mit Supplies24 haben wir unseren ersten Elite-Partner etabliert. Gleichzeitig öffnen wir weitere europäische Märkte für exklusive Partnerschaften - mit dem Ziel, gemeinsam nachhaltig zu wachsen.“

agfaphoto.tech



Günter Mondl, Geschäftsführer von Tech Intertrading, steuert mit dem Aufbau von Tech United den Ausbau der AgfaPhoto Supplies-Distribution in Europa.

Verlag
Zarbock Media GmbH & Co. KG

Anschrift
Sontraer Straße 6, 60386 Frankfurt am Main
Telefon 069/42 09 03-0
Telefax 069/42 09 03-70
E-Mail: verlag@zarbock.de
Internet: www.pbsreport.de

Druck
Druck- und Verlagshaus Zarbock
GmbH & Co. KG
Sontraer Straße 6, 60386 Frankfurt
Telefon 069/42 09 03-0
E-Mail: team@zarbock.de



Titelbild: Büroring eG

Geschäftsführung
Dipl.-Ing. Ralf Zarbock



Redaktion
Pietro Giarrizzo, Chefredaktion
Telefon 069/42 09 03-79
Dialog, Office Working/IT&Digital, Lifestyle
pietro.giarrizzo@zarbock.de



Sabine Baumstark, Redaktion
Telefon 069/42 09 03-85
Schule, Papeterie, Kreativ
sabine.baumstark@zarbock.de



Anzeigendisposition und Leserservice
Nadine Vosseler
Telefon 069/42 09 03-72
nadine.vosseler@zarbock.de



Ihr direkter Kontakt für Werbemöglichkeiten
Armin Schaum
Telefon 069/42 09 03-55
armin.schaum@zarbock.de



Erscheinungsweise:
Monatlich. Zusammenlegung einzelner Hefte zu Doppelheften vorbehalten.

Bezugspreise
Einzelheft - außerhalb des Abonnements - 11,- Euro (inkl. MwSt.) zuzüglich Versandkosten. Jahresabonnement 109,- Euro (inkl. MwSt.) inkl. Porto- und Versandkosten. Luftpostgebühren werden gesondert berechnet. Bestellungen: Bei allen Buchhandlungen und bei ZARBOCK MEDIA. Das Abonnement verlängert sich jeweils um ein weiteres Jahr, falls nicht 8 Wochen vor Ende des Bezugsjahres Kündigung erfolgt. Gerichtsstand und Erfüllungsort ist Frankfurt am Main.

Anzeigenpreislste
Nr. 56 vom 1.11.2025/59. Jahrgang

Bei Nichterscheinen infolge Streiks oder Störung durch höhere Gewalt besteht kein Anspruch auf Lieferung. Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in dieser Zeitschrift berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Warenschutzgesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürfen. ISSN-Nr. 0344-726 X



Informationsgemeinschaft
zur Feststellung der Verbreitung
von Werbeträgern e.V. (IVW)

Erklärung gemäß § 5 des Hess. Pressegesetzes:
Zarbock Media GmbH & Co. KG, Sontraer Straße 6,
60386 Frankfurt am Main

Termine

pbsreport
das businessmagazin für office & home

4. bis 5. Juni 2026
50. Büroring Generalversammlung, Dresden
bueroring.de

13. bis 14. Juni 2026
Prisma Fachtagung, Mainz
prisma.ag

27. bis 29. Juni 2026
Trends Up West, Düsseldorf
trendsupwest.com

11. bis 13. Juli 2026
TrendSet, München
trendset.de

25. bis 27. Juli 2026
Nordstil, Hamburg
nordstil.messefrankfurt.com

16. bis 18. August 2026
Ornaris, Zürich
ornaris.ch

29. bis 31. August 2026
ILM Edition #164, Offenbach
ilm-offenbach.de

4. bis 8. September 2026
IFA, Berlin
ifa-berlin.de

16. bis 18. September 2026
EK Live Herbstmesse, Bielefeld
ek-messen.de

19. bis 22. Oktober 2026
A+A, Düsseldorf
messe-duesseldorf.de

27. bis 30. Oktober 2026
Orgatec, Köln
orgatec.de

Juli - August 2026

- Office: Ergonomie und Gesundheit am Arbeitsplatz
- Office: Ordnungssysteme für effiziente Büros
- Home: Gruß- und Geschenkartikel Herbst/Winter
- Home: Kreativprodukte für die Saison

**Die nächste Ausgabe des PBS Report
erscheint am: 31. Juli 2026**

Mit einem Klick auf dem neuesten Stand

schreib **kultur** *lifestylemagazin*

schreibgeräte • papeterie • accessoires

**Der Newsletter.
Jetzt registrieren.**

Monatlich und zu ausgewählten Sonderthemen - direkt in Ihr Postfach.
info@schreibkultur.de



Sie wollen den Newsletter für Werbezwecke nutzen?
Gerne erstellen wir Ihnen digitale und crossmediale Angebote,
die genau auf Ihren Bedarf zugeschnitten sind.

Kontakt: info@schreibkultur.de

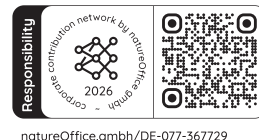


Unverwechselbar – Nachhaltig

Unsere Idee,
immer ein wenig besser zu sein,
leben wir nicht nur in der Qualität
unserer Drucksachen.

So ist Nachhaltigkeit ein fester Bestandteil
unserer Firmenphilosophie.

Deshalb produzieren wir Ihre Drucksache CO₂-neutral.



natureOffice.gmbh/DE-077-367729

