

PRISMA JOURNAL

MAGAZIN FÜR PRISMA-MITGLIEDER - NR. 2/2024



PRISMA Fachtagung 2024 in Travemünde



Christian Schmidt

Vorstand Prisma AG

Liebe Prismaner,

die Eindrücke und die Erlebnisse der letzten Fachtagung sind noch ganz frisch. Viele von Ihnen haben eine Anreise von weit über 600 Kilometer auf sich genommen, um dabei zu sein. Das ist keine Selbstverständlichkeit und daher möchte ich mich im Namen aller meiner Kollegen:innen für Ihr Kommen bedanken. Bei der EM hat unsere Mannschaft die Vorrunde überstanden und Bilder von fröhlich feiernden Fußballfans aus ganz Europa gehen um die gesamte Welt. Möge sich diese positive Stimmung auf den Einzelhandel auswirken und ihnen ein erfolgreiches Geschäft zum Schulstart beschern.

Herzlichst, Ihr Christian Schmidt

Service als Schlüssel: Erfolgsstrategien für den Handel

Sabine Hübner begeisterte als Keynote-Speakerin zum Thema Service auf der Fachtagung 2024 der Prisma in Travemünde. In ihrem Vortrag erläutert sie, wie innovative Konzepte und Menschmomente® den Unterschied im Kundenservice ausmachen und welche Rolle Empathie und Digitalisierung dabei spielen.

Wenn es um die „Customer WOW Experience“ geht, kommt Sabine Hübner ins Spiel. Sie ist eine der gefragtesten Keynote-Speakerinnen zum Thema Service und setzt mit ihrer eigenen Beratungsagentur das, worüber sie auf der Bühne spricht, nachhaltig in die Praxis um. Auf der Fachtagung der Prisma in Travemünde verriet sie, warum es auf dem Weg zum Kundenherz nicht nur Servicestrategien braucht, sondern vor allem Resonanz, Empathie und Überraschung - kurz: Menschmomente®.

Sabine Hübner erläuterte, wie Einzelhändler, speziell im Bereich Papier- und Schreibwaren, innovative Service-Konzepte erfolgreich implementieren können, um sich von der Online-Konkurrenz abzuheben. „Innovative Konzepte sind entscheidend“, betonte sie. Dazu gehören Workshops und Angebote, die Kreativität fördern, Menschen mit ähnlichen Interessen zusammenbringen und haptische Erlebnisse bieten. „Gerade in einer digitalen

Welt wächst das Bedürfnis nach einzigartigen, persönlichen Erlebnissen“, sagte Hübner.

Sabine Hübner hob hervor, dass Begegnungen am Point of Sale genauso wichtig sind wie die Konzepte selbst. „Menschmomente®“, die spontanen, empathischen Dialoge zwischen Mitarbeitenden und Kunden, machen den Einkauf zu einem unvergesslichen Erlebnis. Diese Momente schaffen positive Erinnerungen, die online nicht reproduzierbar sind.

Ein weiteres Schlüsselkonzept ist die Resonanz. Kunden lieben es, persönlich angesprochen zu werden, eine einladende Atmosphäre vorzufinden und individuelle Empfehlungen zu erhalten. „Das sind WOW-Momente, die den Kunden persönlich wertschätzen und positive Erinnerungen schaffen“, erklärte Hübner.

Die Digitalisierung sieht Hübner nicht als Selbstzweck, sondern als



Foto: Astrid Obert

Sabine Hübner ist eine der gefragtesten Service-Performance-Beraterinnen der Top-Player in der DACH-Region. Mit ihrer Beratungsagentur „forwardservice“ begleitet sie Unternehmen mit eigenen Tools dabei, sich konsequent auf den Kunden auszurichten und eine starke Service-Haltung in einer Organisation nachhaltig zu verankern.

www.sabinehuebner.de
www.forwardservice.de



Birgit Lessak

Vorsitzende des Aufsichtsrats
Prisma AG

Liebe Prismaner,

schön waren sie, die Tage in Travemünde. Eine sehr gelungene Veranstaltung und feiern konnten die Prismaner ja schon immer gemeinsam sehr gut. Ein Erlebnis hat mich dort sehr beeindruckt. Zum Spiel der deutschen Mannschaft saß ich inmitten einer mir unbekanntenen Frauengruppe. Während viele Männer das Spiel kommentierten mit „...los, nun schieß doch mal“ und „... so ein Blödmann“ und, und, und - kam von den Frauen Kommentare wie „... oh nein, der hat den Ball gegen den Kopf bekommen, das hat bestimmt furchtbar weh getan.“ Auch, wenn das vielleicht ein krasses Beispiel für die unterschiedliche Sichtweise der beiden Gruppen war, so läßt es sich doch auch gut auf die unterschiedlichen Herangehensweisen von Unternehmerinnen und Unternehmern im Tagesgeschäft übertragen. Die Kommentare der Frauen fand ich auf jeden Fall sehr sympathisch.

Viele Grüße
Birgit Lessak

Mittel zur Vereinfachung des Lebens. Eltern können beispielsweise Schulmaterial online bestellen und stressfrei abholen oder liefern lassen. „Digitale Kundenprofile ermöglichen individuelle Angebote, aber der persönliche Kontakt bleibt entscheidend“, betonte sie.

Empathie ist ein zentraler Bestandteil ihres Serviceansatzes. Hübner glaubt, dass Empathie erlernbar ist und beginnt damit, die sogenannten „Empathie-Killer“ zu vermeiden. Dazu gehören voreilige Standardlösungen und fehlender Blickkontakt. Einfühlungsvermögen zeigt sich durch Zuhören und echtes Interesse am Kunden. „Ein Lächeln, aufmerksam nachfragen – das schafft Vertrauen“, hob Hübner hervor.

Empathie lässt sich in vier Stufen schulen: Konzentration, Wahrnehmung, Kreativität und Mut. Diese Elemente lassen sich durch gezielte Maßnahmen und ein unterstützendes Arbeitsumfeld entwickeln. „Eine gut strukturierte Arbeitsumgebung und klare Prozesse helfen, Ablenkungen zu minimieren und die volle Aufmerksamkeit auf den Kunden zu richten“, erklärte Hübner weiter.

Die Mitarbeiterausbildung spielt eine zentrale Rolle bei der Entwicklung einer proaktiven Service-Kultur. Hübner betonte, dass nicht auswendig gelernte Verkaufstechniken, sondern



Auf der Fachtagung verriet Sabine Hübner, warum es auf dem Weg zum Kundenherz nicht nur Servicestrategien braucht, sondern vor allem Resonanz, Empathie und Überraschung.



Menschmomente® schaffen positive Erinnerungen, die online nicht reproduzierbar sind.

die Service-Haltung jedes Einzelnen entscheidend ist. „Das beste Training ist die gemeinsame Reflexion der gelebten Service-Haltung im Alltag“, sagte sie. Ihr Trainingskonzept „WeLearning“ umfasst kurze Refle-

xions- und Trainingseinheiten, die praktische Tipps und konkrete Aufgaben für den Arbeitsalltag bieten.

Effektive Feedbacksysteme sind ein weiterer wichtiger Aspekt. Hübner empfahl, Feedback über digitale Umfragen, Feedback-Boxen im Shop oder direkte Kundengespräche zu sammeln. „Das Feedback muss ernst genommen, zeitnah ausgewertet und in konkrete Maßnahmen umgesetzt werden“, betonte sie. So wird Feedback zu einem wertvollen Instrument für langfristigen Erfolg und schafft den Rahmen für weitere positive „Menschmomente“.

Mit diesen Ansätzen zeigte Sabine Hübner, wie der stationäre Handel durch innovative Servicekonzepte und empathische Kundeninteraktionen erfolgreich sein kann. „Einzelhändler, denen das gelingt, haben das Potenzial, zu einer Lieblingsadresse zu werden“, schloss sie optimistisch ihren Vortrag. □



Sabine Hübner: Effektive Feedbacksysteme sind ein weiterer wichtiger Aspekt.



Der Austragungsort der Fachtagung 2024 wurde von allen Teilnehmern hochgelobt: Hotel Arosa in Travemünde und das Restaurant Newport in Lübeck.

Fachtagung 2024 in Travemünde

Die Prisma Fachhandels AG eröffnete ihre diesjährige Fachtagung im Hotel Arosa in Travemünde mit einer herzlichen Begrüßung durch die Aufsichtsratsvorsitzende Birgit Lessak aus Berlin. Die Veranstaltung unter dem Motto „Handeln für Händler – Gemeinsam mehr erreichen“ bot den 120 Teilnehmern ein abwechslungsreiches Programm in einer idyllischen Umgebung.

Der Vorstand der Prisma Fachhandels AG, Christian Schmidt, hatte anlässlich der Fachhandelstagung, am 15. und 16. Juni 2024, in Travemünde nicht nur positive Zahlen im Gepäck, die er den angereisten Prismanern in seinem Vortrag präsentierte. So brachte das vergangene Jahr erhebliche wirtschaftliche Herausforderungen mit sich. Das Bruttoinlandsprodukt fiel um 0,3 Prozent, während die Umsätze im Einzelhandel um 3 Prozent zurückgingen. Der private Konsum sank preisbereinigt um 0,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr, was vor allem auf die hohen Verbraucherpreise zurückzuführen war. Deutsche Verbraucher neigten derzeit wohl eher zum Sparen als zum Konsumieren, konstatierte der Vorstand.

Mit einer demografischen Analyse aus Bayern verdeutlicht Christian Schmidt die weiteren Herausforderungen: Seit 2021 treten jährlich 120 000 Schulabgänger ins Berufsleben ein, während sich 250 000 Menschen in den Ruhestand verabschieden. Bis 2030 könnten so allein in Bayern 1,3 Millionen Arbeitskräfte fehlen. Die Einführung des Mindestlohns zum 1. Januar 2025 auf 12,82 Euro und die Diskussion um weitere Erhöhungen auf 14 bis 15 Euro stellen den Einzelhandel vor zusätzliche Hürden.

Der Fachkräftemangel sei eine der größten Aufgaben. Im Jahr 2023 seien beispielsweise 770 000 offene Stellen in Deutschland gemeldet worden – nicht nur in der Gastron-

omie und in Erziehungsberufen. Ohne einen Zustrom von Arbeitskräften werde der Mangel kaum zu bewältigen sein. Hier sieht Christian Schmidt auch für den PBS-Facheinzelhandel in den nächsten Jahren große Probleme bei der Suche nach ausgebildeten Fachkräften zukommen. Doch solange will die Prisma AG nicht warten. Traditionell wird anlässlich der Fachtagung ein „Praktikant“ unter den anwesenden Mitgliedsunternehmen verlost. Gewonnen hat diesen besonderen „Praktikanten“ in diesem Jahr das Mitglied Markus Arendt (Schreibwaren Weber) aus München. Er darf sich im September auf den Besuch von Vorstand Christian Schmidt freuen, der dann zwei Tage lang im Ladengeschäft tatkräftig mit anpacken wird.

Impressionen vom Get-Together auf der Terrasse im Wintergartenrestaurant Arosa und Schifffahrt von Travemünde nach Lübeck. Fotos: werbejunge.de



Der Markt für PBS-Artikel habe 2023 ein nominales Umsatzplus in Höhe von 1,6 Prozent erzielen können. Die Vertriebskanäle der PBS-Branche konzentrieren sich dabei nun wieder stärker auf den stationären Fachhandel. So konnten diese Vertriebskanäle 2022 und 2023 merklich Marktanteile zurückgewinnen. Der Anteil des Fachhandels liege inzwischen bei 33,7 Prozent und habe damit das Vorkrisenniveau von 2019 fast wieder eingeholt. (Quelle: HBS Januar 2024)

Trotz der wirtschaftlichen Schwierigkeiten konnten Unternehmen aus der PBS-Branche im vergangenen Jahr zusammen mit der

Prisma gemeinsame Erfolge verzeichnen. Lieferanten wie Rico Design (109 Prozent), Edding (54,4 Prozent), Fond of (35,6 Prozent), Faber-Castell (31,5 Prozent), Amigo (26,5 Prozent) und Leuchtturm (19,9 Prozent) meldeten positive Umsatzzahlen. Die Fachtagung in Starnberg sowie die Erweiterung der Social Media Aktivitäten wurden vom Vorstand ebenfalls als Erfolge verbucht. Ebenso das Webinar „Trends als Chance für den Einzelhandel“, das von den Mitgliedern nach Aussage Schmidts „sehr gut angenommen“ wurde.

Die Mitgliederzahlen der Prisma AG sind in den letzten Jahren rückläufig. Im Jahr 2023 zählte die Genos-

senschaft insgesamt 720 Mitglieder, verglichen mit 747 im Jahr 2022 und 780 im Jahr 2021. Der Umsatz pro Mitglied netto pro Monat stieg jedoch kontinuierlich: 2021 lag er bei 38 145 Euro, 2022 bei 38 989 Euro und 2023 bei 40 547 Euro. Insgesamt blieb der Umsatz der Prisma Fachhandels AG im Jahr 2023 mit 139,1 Millionen Euro stabil auf Vorjahresniveau. Christian Schmidt: „Der Umsatz ist exakt der gleiche wie im Vorjahr - hier haben die Mitglieder beim Umsatz tatsächlich eine Punktlandung hingelegt.“

Die Bonuszahlungen an Mitglieder erhöhten sich ebenfalls stetig. Im Jahr 2021 betragen sie noch



Im Restaurant Newport verbrachten die Prismaner nach einer Schifffahrt von Travemünde nach Lübeck einen wunderschönen Abend.

1270534 Euro, 2022 stiegen sie auf 1449728 Euro und erreichten 2023 eine Summe in Höhe von 1494512 Euro. Diese Boni werden traditionell im Februar ausgezahlt und umfassen auch Skonti.

Der Jahresüberschuss der Prisma AG verringerte sich in den letzten Jahren: 2021 betrug er 517000 Euro, 2022 waren es 470000 Euro und 2023 noch 372000 Euro. Trotz des rückläufigen Überschusses konnte eine attraktive Dividende ausgezahlt werden: 2021 lag diese bei 83882 Euro, 2022 bei 240552 Euro und 2023 bei 231690 Euro. Die Dividenden pro Aktie beliefen sich auf somit auf 20 Cent und 40 Cent (Jubiläumsdividende), was bei 490 Stück Aktien 294 Euro und bei 590 Stück Aktien 354 Euro ergab. Schmidt betonte die attraktive Verzinsung der Investitionen, die seit 2007 von 49 Euro auf 1641 Euro für einen Einsatz von 766,95 Euro gestiegen seien.

Die Prisma AG erzielte 2023 einen Umsatzerlös von 5955400 Euro. Das Jahresergebnis betrug 372200 Euro, was einer Rendite von 6,2 Prozent entspricht. Die Eigenkapitalquote lag bei rund 30 Prozent, mit einem Eigenkapital von 2865400 Euro und einer Bilanzsumme von 9841700 Euro.

Ein bedeutender Schritt war die Standortverlagerung von Haan nach Monheim am Rhein. Durch den Umzug im vergangenen Jahr konnte eine Steuerersparnis von 33000 Euro realisiert werden. Die Gewerbesteuer in Haan beträgt 86000 Euro, während sie in Monheim mit nur 53000 Euro viel geringer ausfällt.

Prisma-Mitglieder haben seit diesem Jahr die Möglichkeit, die Inhalte von „Schule OK!“ für ihre Marketingaktivitäten zu nutzen. Es gibt zwei Optionen: einen kostenlosen Link zur Ausgabe zur Einbindung auf Social

Media Plattformen oder ein erweitertes Medienpaket für 75 Euro, das einen persönlichen Link zur Ausgabe mit Firmenlogo auf der Titelseite beinhaltet. Dieses Angebot bietet eine attraktive Möglichkeit, gezielt Content für den Schulanfang zu nutzen und somit die Sichtbarkeit im Markt zu erhöhen.

Ausblick auf das zweite Halbjahr

Im zweiten Halbjahr stehen zwei wichtige Termine auf der Agenda der Prisma: Die Trendset in München, die bereits vom 6. bis 8. Juli 2024 stattgefunden hat, und die Nordstil in Hamburg vom 27. bis 29. Juli 2024. Beide Regionalmessen bieten wertvolle Inhalte und Einblicke in Neuheiten und Innovationen der Branche. Auf diesen Messen präsentieren zahlreiche Aussteller ihre neuesten Produkte und Trends, die den Einzelhandel bereichern und inspirieren. Für Prisma-Mitglieder besteht die Möglichkeit, kos-

Impressionen von der Fachtagung: Vorstand Christian Schmidt berichtet von Zahlen, Fakten und Zielen, gratuliert dem Gewinner Markus Arendt, verabschiedet Thorsten Lafendt in den Ruhestand und startet den Fachvortrag von Sabine Hübner.



tenfreie Tickets über die Zentrale in Monheim zu erhalten, um diese wichtigen Branchenveranstaltungen zu besuchen. Hier können die Teilnehmer wertvolle Kontakte knüpfen, Geschäftsbeziehungen pflegen und sich über die neuesten Entwicklungen informieren, die den Markt maßgeblich beeinflussen werden.

„Durch die Teilnahme an diesen Messen haben Prisma-Mitglieder die Möglichkeit, direkt mit den Herstellern in Kontakt zu treten, Trends frühzeitig zu erkennen und sich einen Wettbewerbsvorteil zu sichern“, erklärte Christian Schmidt. Die Veranstaltungen bieten außerdem ein umfangreiches Rahmenprogramm mit Fachvorträgen, Workshops und Diskussionsrunden, die zusätzliche Einblicke und praktische Tipps für den Einzelhandel vermitteln.

Als weitere Highlights in den kom-

menden Monaten nannte der Prisma-Vorstand die ERFA-Tagungen im Herbst sowie die verstärkte Präsenz der Händlereinkaufsgruppe auf Instagram. Des Weiteren werde eine DATEV-Schnittstelle im Bereich der Zentralregulierung angeboten und eine anonymisierte Umfrage zu betriebswirtschaftlichen Kennziffern auf den Weg gebracht.

Ein besonderer Moment der Fachtagung war der Abschied von Thorsten Lafendt, der nach 22 Jahren als Verantwortlicher für das Lieferantenmanagement im Februar dieses Jahres in den Ruhestand ging. Christian Schmidt betonte Lafendts „gewissenhafte Arbeit und umfassendes Fachwissen“, das sowohl den Großhandel als auch den Fachhandel umfasste.

Der Höhepunkt der Fachtagung schließlich war der Gastvortrag von

Sabine Hübner, CEO der Beratungsagentur Forwardservice GmbH und Expertin für Customer Experience aus Düsseldorf. In ihrem Vortrag betonte Hübner die zentrale Rolle von exzellentem Service im Einzelhandel: „Service ist kein Sahnehäubchen, das es in guten Zeiten obendrauf gibt. Service ist Haltung und macht den Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg von Unternehmen.“

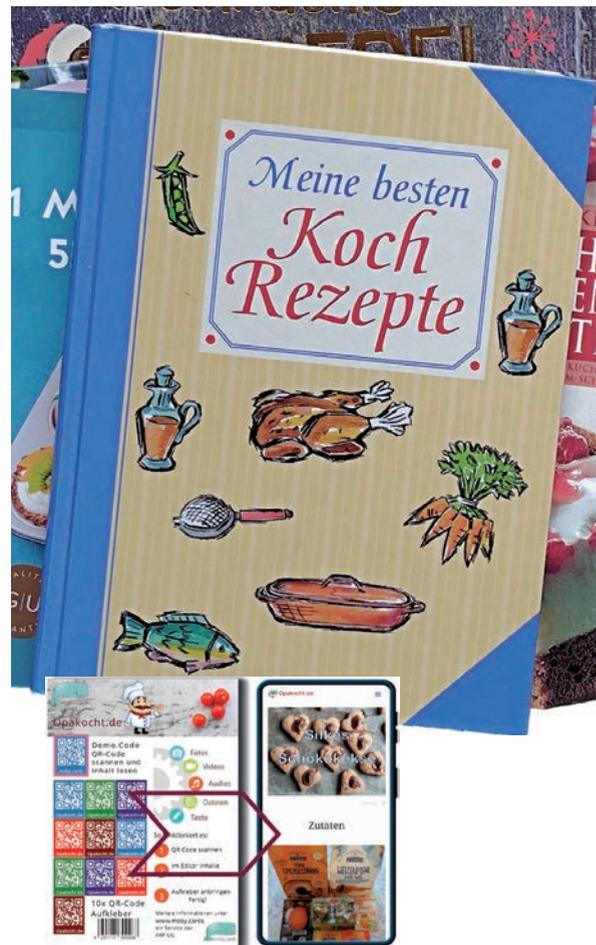
Christian Schmidt beendete die Fachtagung mit den Worten: „Die Prisma AG sieht sich als Sparingspartner für ihre Mitgliedsunternehmen.“ Er betonte weiter die Bedeutung gemeinsamer Anstrengungen. Die Fachtagung in Travemünde zeigte eindrucksvoll, dass Zusammenarbeit und Zusammenhalt auch in herausfordernden Zeiten zu positiven Ergebnissen führen können. □



Mentale Stärke fördern

Elena Miller inspiriert zu Selbstliebe und mentalem Wohlbefinden mit vielfältigen Papeterie-Produkten.

Elena Miller ist eine inspirierende Marke zum Thema Selbstliebe. Sie will Menschen auf begeisternde und einfühlsame Weise dabei helfen, ihre Ängste und Unsicherheiten zu überwinden, um die beste Version ihrer selbst zu werden. Unter der Marke Elena Miller werden mehrere Produkte wie das Love me Journal (Selbstliebe-Tagebuch), das Thank me Journal (Dankbarkeits-Tagebuch), die Love me Affirmationskarten und das Kinder-Malbuch „Ich bin geliebt“ geführt. Die Produkte helfen dabei, sich mehr mit dem Thema Selbstliebe zu beschäftigen und auf spielerische Weise ein besseres mentales Wohlbefinden zu erlangen. Durch internationale Influencer wie Valeria Lipovetsky, Carmushka oder Phiaka konnten bereits über 7 Millionen Menschen in den sozialen Medien erreicht werden. Elenas Reise zur Selbstentwicklung begann vor etwa 15 Jahren. Durch ihre Produkte sollen die Kaufenden Glück und Erfüllung erreichen und eine tiefere Verbindung zu sich selbst aufbauen. Es ist Elenas Ziel, das Thema Selbstentwicklung begehrntwert zu machen und die Wahrnehmung von mentaler Gesundheit zu schärfen. □



Kochen mit QR-Code

Erstelle dein eigenes Kochbuch einfach mit moby.cards und postkartengroßen Rezeptkarten.

Mach dein eigenes Kochbuch! Mit moby.cards geht das kinderleicht. Statt in mehreren Kochbüchern nach Rezepten zu suchen, nutzt du einfach eine postkartengroße Rezeptkarte. Scanne den QR-Code oder NFC-Tag auf deiner Karte, und schon öffnet sich die dazugehörige Rezepte.Card mit Texten, Bildern, Videos und mehr.

Die Rezeptkarte gibt es zu jeder Bestellung gratis dazu. Nach dem Scannen des Codes kannst du im moby.cards-Editor dein Rezept auf deiner eigenen Rezepte.Card erstellen. Klebe einfach einen moby.cards-Code in dein Kochbuch oder auf die Rezeptkarte und erweitere deine Rezepte mit Multimedia-Inhalten.

Verwandle auch Omas Kochbuch in ein Multimedia-Kochbuch, indem du einen moby.cards-QR-Code hinzufügst. So können Rezepte mit Bildern, Videos und Texten ergänzt werden. Weitere Informationen gibt es unter www.opakocht.de □



Trendiger Fußball-Block

Staufen Premium bringt noch mehr Fußball-Feeling ins Klassenzimmer mit dem neuen Motiv-Collegeblock.

An einem Thema kam in diesen Wochen wohl keiner vorbei: Es regierte wieder König Fußball. Mit dem neuen Motiv-Collegeblock #kickitplay bringt die Staufen Premium GmbH Fußball-Feeling dauerhaft in Klassenzimmer und Büros. Die beiden Motive sind so gewählt, dass sie auch mit Abpfiff des Finales dauerhaft aktuell bleiben. Dieser Collegeblock ist immer ein Gewinner: Ecolabel, trendiges, zeitloses Fußball-Design, hochweißes 70-Gramm-Papier, perforiert mit Vierfach-Lochung und runde Ecken gegen Eselsohren. Mit einer eigenen Landingpage für das Großereignis in Deutschland schnürte das Unternehmen auch online (staufen.com/fussball) ein attraktives Gesamtpaket rund um das emotionale Thema Fußball. Übrigens achtet Staufen Premium als nachhaltiges Unternehmen seit Jahren rigoros darauf, dass die Umwelt durch ihr Tun keinen Schaden erleidet. Mit nachhaltiger Produktion und innovativen Technologien die Umweltauswirkungen so gering wie möglich zu halten, ist ihre Vision. Die Umsetzung ist auch bei den Fußball Motivblöcken erneut gelungen, getreu ihrem Motto: „Unsere Umwelt. Unsere Zukunft.“ □



Nachhaltig Malen

Pelikan erweitert ab sofort die eco Linie mit dem nachhaltigen K24 eco Deckfarbkasten.

Gestern noch als Küchengerät, Computertastatur oder Joghurtbecher im Gebrauch, morgen als praktisches Mal- oder Schreibprodukt in Schule und Freizeit: Pelikan setzt mit der eco Linie einen klaren Fokus auf Ressourcenschonung und verwendet dafür vorwiegend Post Consumer Waste (PCW) Kunststoff, der bereits in der Nutzung beim Endverbraucher war. Der K12 eco bekommt ab sofort Verstärkung: Auch beim neuen K24 eco mit 24 leuchtenden Premium-Deckfarben bestehen alle Kunststoffteile zu 95 Prozent aus Post Consumer Recyclingmaterial. Dank Features wie austauschbaren Farbtablets mit lichtechten, stark deckenden Farbpigmenten, dem abnehmbaren Deckel mit acht tiefen Mischmulden, dem beigelegten Namenssticker, einer Deckweißtube und dem integrierten Pinselfach punktet er auf ganzer Linie. Komplettiert werden die beiden eco Deckfarbkästen durch den Wasserbecher eco. Er ist kipp sicher an beide Modelle ansteckbar und ebenfalls zu 95 Prozent aus Post Consumer Recyclingmaterial. Die perfekten Begleiter für kleine Künstler und ideal für umweltbewusste Familien! □



Eleganz in Holz

Der Holzrahmen „Silhouette“ von Walther Design bringt minimalistische Eleganz in Ihr Zuhause.

Ob es der berühmte Tropfen ist, der das Fass zum Überlaufen bringt, eine übertriebene Dosis Parfüm oder eine zu großzügige Prise Salz in der Suppe, manchmal ist das bisschen Zuviel viel zu viel. Auch bei der Einrichtung liegt wahre Schönheit häufig in der Kunst des Understatements. Es sind die kleinen, feinen Details, die unser Zuhause stilvoll und einladend machen, ohne dabei aufdringlich zu wirken. Hier kommt der Holzrahmen „Silhouette“ von Walther Design ins Spiel. Mit seinem tiefen, nach innen abfallenden Profil und der farbigen Außenkante verkörpert er die Essenz des Understatements. Der Rahmen besticht durch seine klare, minimalistische Form, die jedem Bild die perfekte Bühne bietet. Egal, ob Familienfoto, Kunstwerk oder inspirierendes Zitat – „Silhouette“ passt zu jedem Stil. Erhältlich in den Farben weiß/weiß, weiß/schwarz, weiß/natur und weiß/buche sowie in den Formaten 10x15 cm, 13x18 cm, 15x20 cm, 20x30 cm und 30x40 cm, bietet dieser Rahmen zeitlose Eleganz für jedes Zuhause. Jeder Rahmen enthält einen schwarz/weißen Kunstdruck als Einleger. □



Zirkel im MANGA-Design

Die Rumold & Ecobra GmbH präsentiert seine Zirkel-Neuheit 2024 mit 3D-Effekt

Besonders für Kinder ist dieser Zirkel mit dem Manga-Design eines japanischen Klassenzimmers ein originelles Schulutensil, das die Firma Rumold & Ecobra aus Oberasbach bei Nürnberg unter seiner Zirkel-Marke Ecobra in die Neuheitenliste 2024 aufgenommen hat. Der Clou ist der coole 3D-Effekt, der im Etui sichtbar wird, sobald sich der Zirkel auf dem farbigen Manga-Einleger befindet. Den Zirkel gibt es in den Farben Silber, Blau und Pink, jeweils vier Zirkeln pro Farbe in einem dekorativen 12-tlg. Display, das schon allein aufgrund seiner optischen Aufmachung ein Hingucker in jedem Verkaufsregal ist.

Der Schnellverstellzirkel kann über eine selbstlaufende Spindel verstellt werden und ist durch die mitgelieferte Nadel auch als Stech-Zirkel verwendbar. Mit einer Zirkellänge von 160 mm und einem Arbeitsbereich bis Ø 360 mm überzeugt er in Material (Zink-Druckguss) und Handhabung. Das Kartonagen-Display, Maße 255 x 120 x 310 mm, ist bei Kauf des Displays gratis dabei. Einzelkauf ist ebenfalls möglich. Weitere Informationen unter www.ecobra.de in der Rubrik „Neuheiten“. □



Saisonale Themen

Spruchreif erleichtert Händlern den Einkauf neuer Produkte mit ausgesuchten „Themen-Paketen“.

Unser Ziel ist es, unvergessliche Momente zu schaffen. Mit Leidenschaft gestalten wir Produkte, die Freude bereiten und Momente zu etwas Besonderem machen. Wir von Spruchreif haben es uns mit unseren „Themen-Paketen“ zur Aufgabe gemacht, das Einkaufen neuer Produkte für Händler einfach und effizient zu gestalten. Die Bestseller zum jeweiligen Thema findet man in entsprechenden Paketen. Diese gibt es in drei verschiedenen Größen, um allen Räumlichkeiten gerecht zu werden.

Ein Beispiel für ein solches Paket wäre das „Schulanfangs-Set M“. Dieses beinhaltet sowohl nützliche Artikel, als auch liebevolle Geschenkeideen für alle (zukünftigen) Schulkinder. Von Lunchboxen und Brettchen über Schlüsselanhänger und Spardosen bis hin zu Tassen und Lesezeichen – mit diesen Produkten hat man eine gute Erstauswahl, die jederzeit individuell ergänzt werden kann. Einen kompletten Überblick der Artikelvielfalt können Sie sich im Händlershop verschaffen – registrieren Sie sich dazu gerne unter www.b2b.spruchreif-geschenke.de □



Bunte Schulausstattung

Mit Stabilo Schulfüllern und Textmarkern starten Kinder ergonomisch und farbenfroh ins neue Schuljahr.

Die ersten Schuljahre sind für Kinder eine aufregende Zeit voller Buchstaben und Zahlen. Um Schüler auf dieser Entdeckungsreise bestmöglich zu begleiten, arbeitet Stabilo seit vielen Jahren eng mit Expert:innen aus Pädagogik, Wissenschaft und Design zusammen.

Der ergonomische Schulfüller Easy Birdy ist nun auch als Easy Birdy Timber mit hellem Ahornholz erhältlich. In drei Pastell- und Holzkombinationen überzeugt er mit einer rutschfesten Griffzone und einer individuell einstellbaren Feder. Der Easy Buddy Schulfüller, der beste Buddy für die Schule, ist nun in neuen Farben wie Schwarz/Schwarz und Stahlblau/Limette verfügbar.

Der Textmarker Swing cool in Pastell- und Leuchtfarben ist ideal für den Schul- oder Unistart, besonders für unterwegs. Der Boss Original, ein Design-Klassiker, bietet bis zu 4 Stunden Austrocknungsschutz dank Stabilo Anti-Dry-Out Technologie. Die neuen Boss Original Nature Colors greifen den Trend der Naturfarben auf und sind in 6 erdigen Farbtönen und als schwarzer Marker erhältlich. □

Prisma Kompakt

Unter ‚Prisma Kompakt‘ bieten wir Ihnen schnelle und prägnante Updates zu aktuellen Entwicklungen in der Branche und News aus der Prisma-Zentrale. Kompakt und auf den Punkt – für Ihren Informationsvorsprung.

1 **Büroring soll AG werden:** Unter der neuen Führung von Frank Eismann wurden anlässlich der Generalversammlung in Koblenz ehrgeizige Pläne für die Zukunft vorgestellt, die eine Umwandlung der Genossenschaft in eine Aktiengesellschaft bis zum Jahresende beinhalten. Die Mitglieder stimmten einer Satzungsänderung zu, mit der ein Wachstumsprogramm an den Start geht.

2 **„Initiative Schreiben“ aufgelöst:** Nach fast zehn Jahren musste der Verein feststellen, dass die Idee, das Schreiben mit der Hand zu fördern, nicht genug Unterstützung im Handel und in der PBS-Branche gefunden hat. Matthias Büttner, großer Fan der Handschrift, will die Initiative mit neuem Konzept fortführen.

3 **Pelikan stellt Vertrieb ein:** Die Pelikan Vertriebsgesellschaft stellt den Vertrieb der Marken Pelikan und Herlitz zum 31. Dezember 2024 ein und wird aufgelöst. Zu diesem Zeitpunkt werden auch die Standorte in Falkensee und Hannover geschlossen. Hierzu werden entsprechende Verträge mit Kunden und Lieferanten abgeschlossen.

4 **Nachhaltige Kreislaufwirtschaft:** Die EU fördert mit neuen Richtlinien eine nachhaltige Kreislaufwirtschaft, um Ressourcen zu schonen und die Müllproduktion zu reduzieren. Produkte sollen langlebiger und reparierbarer werden, was auch die Abhängigkeit von Energielieferungen verringert.

5 **Abschied in den Ruhestand:** Nach über 33 Jahren im Unternehmen hat sich der Geschäftsführer der Hofmann + Zeiher GmbH aus Pfungstadt in den Ruhestand verabschiedet. Der PBS-Großhändler, der seit 2021 zur österreichischen PBS Holding-Gruppe gehört, bleibt stabil und zukunftsorientiert aufgestellt.

6 **Einzelhandel rechnet mit Mehrumsatz:** Anlässlich der in diesem Jahr in Deutschland stattfindenden Fußball-Europameisterschaft schätzt der Handelsverband Deutschland (HDE) die zusätzlichen Umsätze im Einzelhandel auf 3,8 Milliarden Euro. Wie eine Umfrage von HDE und Appinio unter 1 000 Personen ergab, sind vor allem Lebensmittel und Fanartikel gefragt.

Termine

ERFA-Gruppen

ERFA Niedersachsen

16. - 17.9.2024 Königsutter am Elm

ERFA Baden-Württbg.

23. - 24.10.2024 Staufen im Breisgau

ERFA Bayern

17. - 18.11.2024 Dillingen a. d. Donau

ERFA West

19. - 20.11.2024 Schwelm

Messen

27. - 29.07.2024 Nordstil

07. - 09.09.2024 Cadeaux

18. - 20.09.2024 EK Live

11. - 13.01.2025 Nordstil

15. - 17.01.2025 EK Live

28.1. - 01.02.2025 Spielwarenmesse

31.1. - 02.02.2025 TrendSet

Impressum

Herausgeber:
PRISMA Fachhandels AG
Rheinparkallee 12
40789 Monheim am Rhein
Tel.: 02173 2640-310
Internet: www.prisma.ag

Verantwortlich:
Christian Schmidt (PRISMA)

Redaktion:
Christian Schmidt (PRISMA)
Oliver Hagemann (PRISMA)
Pietro Giarrizzo

Verlag:
Zarbock Media GmbH & Co. KG
Sontraer Str. 6, 30386 Frankfurt

Druck:
Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG,
Frankfurt am Main