



PRISMA JOURNAL

MAGAZIN FÜR PRISMA-MITGLIEDER - NR. 2/2026



Foto: KI-gestützte Bildoptimierung

Fachtagung 2026 – Mainz

Liebe Prismaner,

unternehmerischer Erfolg entsteht heute mehr denn je durch Klarheit, Anpassungsfähigkeit und den Mut, neue Wege zu gehen.

Mut schlägt Mittelmaß wie wir eindrucksvoll durch den Fachvortrag von Felix Thönnessen in Mainz erfahren durften.

Unsere Aufgabe als Kooperation ist es, Sie dabei mit praxisnahen Lösungen, verlässlichen Leistungen und einem starken Netzwerk zu unterstützen.

Gemeinsam schaffen wir die Voraussetzungen, damit Sie Ihr Unternehmen erfolgreich weiterentwickeln und Chancen im Markt gezielt nutzen können.

Die Fachtagung in Mainz hat den hohen Stellenwert des persönlichen Austauschs und neuer Impulse für die tägliche Arbeit erneut unterstrichen.

Herzlichst, Ihr Christian Schmidt



Christian Schmidt

Vorstand PRISMA AG

Künstliche Intelligenz

Rechtssicher digitalisieren

Künstliche Intelligenz ist längst im Handel angekommen. Vom Marketing über Produkttexte bis zur Kundenkommunikation kann KI Prozesse beschleunigen und Ressourcen sparen. Gleichzeitig wirft ihr Einsatz Fragen zu Datenschutz, Urheberrecht und Haftung auf.

Ob Produktbeschreibung, Newsletter oder Social-Media-Post – Künstliche Intelligenz hält zunehmend Einzug in den Arbeitsalltag des Fachhandels. Die Technologie kann dabei helfen, Routineaufgaben schneller zu erledigen und personelle Ressourcen gezielter einzusetzen. Gerade kleinere und mittelständische Unternehmen entdecken KI als praktische Unterstützung für Marketing, Kommunikation und Organisation.

Mit den neuen Möglichkeiten wachsen jedoch auch die rechtlichen Anforderungen. Viele Händler gehen davon aus, dass die Verantwortung bei den Anbietern der KI-Systeme liegt. Tatsächlich haftet jedoch weiterhin das Unternehmen, das Inhalte veröffentlicht oder Entscheidungen auf Basis der KI trifft. Deshalb sollten KI-generierte Texte, Bilder und Empfehlungen vor ihrer Nutzung sorgfältig geprüft werden. Das gilt insbesondere für Werbeaussagen, Produktinformationen und rechtlich sensible Inhalte.

Besondere Aufmerksamkeit verdienen Bildinhalte. Zwar bieten viele KI-Anwendungen inzwischen kommerzielle Nutzungsrechte an, dennoch können Marken-, Urheber- oder Persönlichkeitsrechte betroffen sein. Auch beim Datenschutz ist Vorsicht geboten. Kundeninformationen, vertrauliche Unternehmensdaten oder interne Dokumente gehören grundsätzlich nicht in frei zugängliche KI-Systeme.

Mit dem europäischen AI Act entsteht zudem ein neuer Rechtsrahmen für den Einsatz von Künstlicher Intelligenz. Unternehmen werden künftig stärker in die Pflicht genommen, Transparenz zu schaffen und den verantwortungsvollen Umgang mit KI sicherzustellen. Für Fachhändler empfiehlt es sich daher, frühzeitig interne Leitlinien zu entwickeln, Mitarbeitende zu schulen und den Einsatz der Technologie klar zu dokumentieren. Wer KI als Werkzeug versteht und rechtliche Rahmenbedingungen berücksichtigt, kann die Chancen der neu-



Foto: KI-generiertes Bild

Ein Beispiel von der Prisma-Fachtagung zeigt, was mit KI bereits heute möglich ist.

en Technologie nutzen und gleichzeitig Risiken begrenzen. Künstliche Intelligenz wird den Fachhandel nicht ersetzen, sie wird aber zunehmend zu einem Wettbewerbsfaktor für jene Unternehmen, die sie verantwortungsvoll einsetzen. □



Birgit Lessak

Vorsitzende des Aufsichtsrats
PRISMA AG

Liebe Prismaner,

die Prisma Fachtagung in Mainz hat einmal mehr gezeigt, vor welchen Herausforderungen der Fachhandel heute steht. Internationale Onlineplattformen, aggressive Preisstrategien und Billigangebote aus Fernost setzen viele Unternehmen unter Druck. Gleichzeitig verändern sich Kundenbedürfnisse, Einkaufsgewohnheiten und technologische Möglichkeiten in einem Tempo, das uns alle fordert.

Dennoch habe ich die Tage in Mainz vor allem als ermutigend erlebt. Jeder einzelne Fachhändler mag für sich betrachtet vor großen Aufgaben stehen. Gemeinsam jedoch verfügen wir über Erfahrung, Kompetenz, Innovationskraft und ein starkes Netzwerk. Genau diese Stärke macht den Unterschied.

Künstliche Intelligenz wird den Fachhandel zunehmend unterstützen und kann Prozesse vereinfachen sowie neue Möglichkeiten eröffnen. Entscheidend bleibt jedoch der Mensch. Kundinnen und Kunden suchen nicht nur Produkte, sondern Vertrauen, Beratung und persönliche Nähe. Kein Algorithmus ersetzt das Gespräch im Geschäft. Die Zukunft wird digitaler, unsere größte Stärke bleibt jedoch die persönliche Beziehung zu den Menschen vor Ort.

Viele Grüße, Birgit Lessak

Prisma Fachtagung 2026 in Mainz

Zwischen Gegenwind und Gestaltungskraft

Zwischen Marktanalyse, Zukunftsimpulsen und konkreten Praxisideen stand die Prisma Fachtagung 2026 in Mainz ganz im Zeichen des Wandels. Dabei wurde deutlich, wie die Kooperation ihre Mitglieder mit digitalen Werkzeugen, neuen Konzepten und einem starken Netzwerk auf die Herausforderungen der kommenden Jahre vorbereiten will.



In diesem Jahr trafen sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Prisma Fachtagung in der rheinland-pfälzischen Landeshauptstadt Mainz.

Mainz zeigte sich Mitte Juni von seiner besten Seite. Zwischen Rheinpromenade, Altstadtgassen und Weinlokalen kamen die Mitglieder der Prisma Fachhandels AG zur diesjährigen Fachtagung im Hyatt Regency Mainz zusammen.

Schon vor dem offiziellen Tagungsbeginn stand der persönliche Austausch im Mittelpunkt. Erstmals war mit Stabilo auch ein Lieferant Teil des Rahmenprogramms und brachte zusätzliche Impulse in die Gespräche ein. Beim WineWalk durch die Mainzer Altstadt und dem anschließenden Abendprogramm in der Pyramide Mainz nutzten die Teilnehmer die Gelegenheit zum Netzwerken.

Die eigentliche Fachtagung am Sonntagvormittag mit 130 ange-reisten Prismanern stand dann ganz im Zeichen der Frage, wie sich

der Fachhandel in einem zunehmend anspruchsvollen Marktumfeld behaupten kann.

Zum Auftakt begrüßten Christian Schmidt, Vorstand der Prisma Fachhandels AG, und Birgit Lessak, Vorsitzende des Aufsichtsrats, die anwesenden Mitglieder. Beide betonten die Bedeutung des persönlichen Austauschs innerhalb der Kooperation und die Rolle gemeinsamer Strategien in einer Zeit tiefgreifender Veränderungen.

Dass die Herausforderungen für den Handel „in Zeiten, wo es nicht so rosig aussieht“ nicht kleiner werden, machte Christian Schmidt in seinem Vortrag deutlich. Nach seiner Einschätzung seien Konsumzurückhaltung, der steigende Wettbewerbsdruck durch Plattformen, veränderte Einkaufsgewohnheiten und rückläufige Frequenzen in vielen Innenstäd-

ten die größten Herausforderungen für den Fachhandel. Der PBS-Markt befinde sich weiterhin in einem strukturellen Wandel. Digitalisierung, hybride Arbeitsmodelle und neue Kundenerwartungen veränderten das Geschäft nachhaltig.

Dabei griff Christian Schmidt eine Einschätzung von Dr. Kai Hudetz vom IFH Köln auf: „Krise ist das neue Normal. Preisorientierung bleibt. Plattformdruck bleibt. Online wächst weiter. Wer nur reagiert, verliert. Wer klar positioniert ist, digital sichtbar bleibt und echten Nutzen bietet, kann Marktanteile gewinnen. 2026 wird kein Übergangsjahr, sondern ein Jahr der Entscheidungen.“

Den anspruchsvollen Marktbedingungen steht eine weiterhin solide Entwicklung der Kooperation gegenüber. Die Prisma Fachhandels AG erwirtschaftete im vergangenen



Beim gemeinsamen Networking-Abend, der erstmals von Stabilo begleitet wurde, nutzten die Prismaner die Gelegenheit zum persönlichen Austausch zwischen Handel und Industrie. Cornelia Schermelleh (Bild ganz rechts) aus München legt jede Anreise zur Fachtagung mit dem Fahrrad zurück.

Geschäftsjahr einen Umsatz von 137,1 Millionen Euro. An die Mitglieder wurden Bonuszahlungen in Höhe von rund 1,58 Millionen Euro ausgeschüttet. Der Jahresüberschuss lag bei 382.000 Euro. Mit einer Eigenkapitalquote von rund 29 Prozent verfügt die Kooperation weiterhin über eine stabile wirtschaftliche Basis.

Die wirtschaftliche Entwicklung spiegelt sich auch in konkreten Vorteilen für die Mitglieder wider. Die Dividende für das Geschäftsjahr 2025 beträgt 80 Cent je Aktie. Schmidt erläuterte dies anhand eines Beispiels. Bei 490 Aktien ergebe sich eine Ausschüttung von 392 Euro, bei 590 Aktien seien es 472 Euro. Für die Zentralregulierung werde weiterhin keine zusätzliche Gebühr erhoben. Die Zahl der Mitglieder lag Ende 2025 bei 666 Unternehmen, nach 697 im Vorjahr und 720 im Jahr 2023.

Die Zahlen bildeten jedoch nur einen Teil der Veranstaltung. Deutlich stärker als in früheren Jahren rückte die Frage in den Mittelpunkt, wie die Kooperation ihre Mitglieder bei der Bewältigung der aktuellen Marktverän-

derungen unterstützen kann. Die Prisma verstehe sich zunehmend als Dienstleistungs- und Wissensplattform, erklärte Schmidt. Dazu gehörten Betriebsvergleiche, Erfahrungsgruppen, Trendtouren, Seminare sowie digitale Werkzeuge, die den Mitgliedern konkrete Unterstützung im Tagesgeschäft bieten sollen.

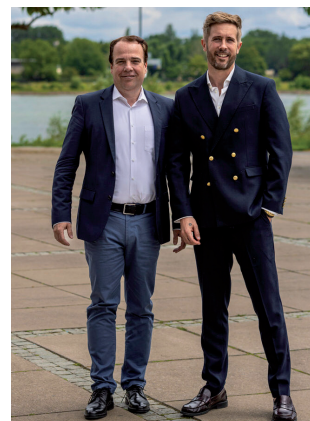
Darüber hinaus stellte Christian Schmidt weitere Projekte für die kommenden Monate vor. Geplant sind eine virtuelle PBS-Messe, zusätzliche Weiterbildungsangebote sowie neue Formate für den Erfahrungsaustausch innerhalb des Netzwerks. Gleichzeitig soll die Zusammenarbeit mit Lieferanten weiter ausgebaut werden. Allein im vergangenen Jahr konnten unter der Verantwortung von Oliver Hagemann, Lieferantenmanagement bei der Prisma, 25 neue Partner für die Kooperation gewonnen werden. Die Neuzugänge stammen aus den Bereichen Papeterie, Kreativ, Lifestyle, Geschenkartikel, Spielwaren und Bürobedarf.

Ein weiterer Baustein der Zukunftsstrategie sei die Digitalisierung der

Verbundarbeit. Die vorgestellte KI-gestützte Lieferantensuche solle Mitgliedern den Zugang zu Lieferanteninformationen erleichtern. Über Suchfunktionen nach Sortimenten, Marken und Produktgruppen könnten passende Geschäftspartner schneller identifiziert werden. Die Plattform solle die Einkaufsarbeit vereinfachen und zugleich neue Impulse für die Sortimentsgestaltung liefern.

Auch die Entwicklung der Innenstädte nahm breiten Raum ein. Aktuelle Untersuchungen zeigten, dass Kunden heute nicht mehr ausschließlich zum Einkaufen in die Innenstädte kommen. Gastronomie, Freizeitangebote, Dienstleistungen und Veranstaltungen gewannen zunehmend an Bedeutung. Daraus ergäben sich für den Fachhandel neue Chancen für Kooperationen und lokale Netzwerke.

Einen Blick auf mögliche Zukunftsmodelle des Fachhandels warf Christian Schmidt mit einem Praxisbeispiel aus den eigenen Reihen. Das von Andreas Gerblinger aus Wertingen entwickelte hybride Fachhandelsmodell zeige, wie sich stationäre



Die Prisma Fachtagung 2026 im Hyatt Regency Mainz bot den Mitgliedern ein abwechslungsreiches Programm aus Marktanalysen, strategischen Zukunftsthemen und praxisnahen Konzepten. Ein besonderes Highlight war der Impulsvortrag von Felix Thönnessen (Abb. oben mit Christian Schmidt).

Präsenz und digitale Angebote sinnvoll miteinander verbinden ließen. Ziel sei es, die Versorgung der Kunden auch in kleineren Städten langfristig zu sichern und gleichzeitig neue wirtschaftliche Perspektiven für die Standorte zu eröffnen. Dazu gehörten digitale Zugangslösungen ebenso wie Nutzungskonzepte, die über traditionelle Öffnungszeiten hinausreichen.

Wie solche Ansätze in der Praxis funktionieren können, zeigte Christian Schmidt am Beispiel der Schulbox. Das Konzept verbindet den klassischen Schulbedarf mit Aktionen und Gutscheinen lokaler Partner. Eisdielen, Bäckereien, Schuhgeschäfte, Optiker, Kinos oder Freizeitparks werden gezielt eingebunden. So entsteht ein Netzwerk, das weit über den eigentlichen Schulstart hinausreicht und zusätzliche Frequenz für die beteiligten Unternehmen schaffen soll.

Gleichzeitig baut die Prisma die Unterstützung ihrer Mitglieder im Marketing weiter aus. Die Mitglieder erhalten Social-Media-Vorlagen, Kam-

pagnenideen und digitale Werkzeuge für ihre lokale Kommunikation. Bemerkenswert ist dabei die zunehmende Nutzung von Künstlicher Intelligenz. Gezeigt wurden unter anderem Beispiele für KI-generierte Kampagnenmotive und Vorlagen, die von den Händlern individuell angepasst werden können.

Traditionell wird auf der Fachtagung ein Mitgliedsunternehmen ausgelost, bei dem der Vorstand für zwei Tage als „Praktikant“ mitarbeitet. In diesem Jahr fiel die Wahl auf die Firma Gerblinger in Wertingen, auch bekannt durch „Genial Genießen“. Sie erhält für zwei Tage Unterstützung von Vorstand Christian Schmidt direkt im Geschäft.

Einen besonderen Akzent setzte der kurzweilige Impulsvortrag von Felix Thönnessen. Der Unternehmer, Investor und Startup-Coach richtete den Blick auf die Zukunftsfähigkeit von Unternehmen. Unter dem Titel „Innovation und Zukunft gestalten“ warb er dafür, Zukunft aktiv zu gestalten, anstatt lediglich auf Entwicklungen zu reagieren. Innovation

dürfe nicht als Aufgabe einzelner Abteilungen verstanden werden, sondern müsse Teil der Unternehmenskultur sein. Unternehmen müssten gewohnte Denkmuster hinterfragen, neue Ideen schneller erproben und Offenheit für Neues fördern. Gerade für mittelständische Fachhändler, die sich in einem anspruchsvollen Marktumfeld behaupten müssen, traf dieser Impuls den Nerv vieler Teilnehmer.

Die Fachtagung in Mainz machte deutlich, dass sich Prisma längst nicht mehr ausschließlich über Einkaufsvorteile und Zentralregulierung definiert. Digitalisierung, Marketing, Weiterbildung, Innenstadtentwicklung und neue Geschäftsmodelle prägen zunehmend die Arbeit der Kooperation. Zwischen Marktanalyse, Praxisbeispielen und Zukunftsimpulsen wurde deutlich, dass viele Händler die aktuellen Herausforderungen nicht nur als Belastung verstehen. Wer bereit ist, neue Wege zu gehen, digitale Werkzeuge zu nutzen und seine Rolle vor Ort weiterzuentwickeln, kann die Veränderungen aktiv mitgestalten. □



Stadien fürs Regal

BRYX verbindet Fußball, Stadtmotive und Sammelwert zu kompakten Sortimenten für den Fachhandel.

Mit lizenzierten Klemmbaustein-Sets bringt BRYX emotionale Themen an den POS. Im Mittelpunkt stehen Stadion- und Fanprodukte zu Vereinen wie HSV, Schalke 04, Hertha BSC, Mainz 05, Karlsruher SC, Energie Cottbus und weiteren Clubs. Die Sets sprechen Familien, Fußballfans, Kidults, Stadiongänger und Sammler an. Sie bieten einen klaren Kaufanlass und lassen sich im Handel schnell erklären.

Neben Fußballmotiven umfasst das Sortiment auch Monuments und Stadtmotive wie Berliner Fernsehturm, Brandenburger Tor oder ICC Berlin. Damit eignen sich die Produkte ebenso für Tourismus, Museumshops, Concept Stores, Geschenkflächen und regionale Händler. Die Range wird weiter ausgebaut.

Der Versand erfolgt zentral aus dem BRYX-Logistikzentrum in Karlsruhe. So entsteht ein verlässliches Sortiment aus Fanartikeln, Wahrzeichen und Klemmbaustein-Produkten mit hohem Geschenk- und Sammelpotenzial.

bryxtoys.com



Kreativ durchs Jahr

Tralleri bietet kreative Bastelprodukte, die persönliche Ideen sichtbar machen und lange in Erinnerung bleiben.

Mit zwei kreativen Bastelideen lädt Tralleri Kinder und Erwachsene dazu ein, eigene Werke zu gestalten und dauerhaft in Szene zu setzen. Der Kreativblock mit vorgedrucktem Goldrahmen verbindet 300 g/m² starkes Künstlerpapier mit einer hochwertigen Präsentationsidee. Zeichnungen, Aquarelle, Zitate oder kreative Botschaften erhalten sofort einen dekorativen Rahmen und können verschenkt oder aufgehängt werden.

Ergänzt wird das Sortiment durch eine Christbaumkugel aus etwa 1,2 Millimeter starker Holzschliffpappe. Die matte Naturpapieroberfläche eignet sich für Bunt- und Filzstifte, Aquarellfarben, Acrylmarker, Stempel sowie weitere Kreativtechniken. Mit einer Größe von 100 x 111 Millimetern bietet sie Platz für individuelle Weihnachtsmotive oder persönliche Botschaften. Das Set enthält drei Kugeln und eine passende Postkarte in einer Pergaminhülle. Beide Produkte werden nachhaltig in Bayern gefertigt und verbinden hochwertige Materialien mit vielseitigen Gestaltungsmöglichkeiten für Schule, Familie, Freizeit und Geschenkideen.

tralleri.de



Ein Unternehmen zwei starke Marken

4Fly Reisegepäck & Accessoires



Kidiyana Spielwaren – Indoor und Outdoor



Reisen und Spielen

Buy Smart vereint Reisegepäck und Kinderprodukte in zwei Marken mit unterschiedlichen Zielgruppen.

Mit den Marken 4FLY und Kidiyana deckt die Buy Smart GmbH unterschiedliche Bedarfsfelder ab.

4FLY richtet sich an anspruchsvolle Reisende und umfasst Echtleder Smart Bags sowie robuste Hartschalenkoffer aus PC und PP für Kurzreisen, Geschäftsreisen und längere Urlaube. Funktionale Ausstattung, zeitloses Design und eine fünfjährige Garantie stehen dabei für Langlebigkeit und Qualität.

Kidiyana ergänzt das Portfolio um Kinderprodukte, die Lernen, Bewegung und Spiel miteinander verbinden. Das Sortiment umfasst kreative Spielwaren, Bewegungsprodukte und praktische Reiseartikel für drinnen und draußen. Kindgerechte Gestaltung, robuste Verarbeitung und alltagstaugliche Funktionen fördern motorische Fähigkeiten, Fantasie und aktive Bewegung. Damit entsteht ein vielseitiges Sortiment, das sowohl reiseaffine Erwachsene als auch Familien anspricht und unterschiedliche Kaufanlässe im Reise-, Geschenk- und Spielwarenbereich bietet.

4fly-bags.com

kidiyana.de



Basteln in 3D

Fridolin bietet 3D-Bastelmodelle aus stabilem Papier mit Displaylösung und Prisma-Aktion.

Fridolin setzt mit seinen 3D-Modellbausätzen auf Bastelspaß, Sammelwert und eine starke Präsentation am POS. Die Modelle bestehen aus stabil gepresstem Papier und richten sich an Kunden, die mit etwas Geschick sichtbare Ergebnisse schaffen möchten.

Beim Zusammenbau werden manuelle Fähigkeiten gefördert, zugleich entsteht ein dekoratives Objekt, das zum Sammeln und Wiederholen anregt. Für den Fachhandel ist besonders das Bodendisplay interessant.

Drei fertige Modelle im Schaukasten zeigen direkt, was aus den Bastelaufgaben entstehen kann, und erleichtern die Kaufentscheidung. Noch bis 31. Juli 2026 läuft die Prisma-Aktion „3D-Bestseller-Display mit Best-of-Bestückung und 5 Prozent Rabatt“. Bestellungen sind über verkauf@fridolin.de möglich.

fridolin.de



Karten fürs Ritual

Die Gute Nacht-Karten stärken Gespräche, Rituale und Nähe zwischen Eltern und Kindern.

Die Gute Nacht-Karten vom Heinverlag setzen auf einfache Fragen mit großer Wirkung. 40 liebevoll illustrierte Karten laden Eltern und Kinder zwischen drei und zehn Jahren dazu ein, den Tag gemeinsam ausklingen zu lassen. In fünf bis zehn Minuten können Routinen, Sprachentwicklung und Eltern-Kind-Bindung gestärkt werden.

Verpackt sind die Karten in einer hochwertigen, in Deutschland produzierten Box mit partiellem UV-Lack. Inhaltlich führen sie in eine fantasievolle Gute-Nacht-Welt mit magischen Wesen, Zauberwald Geheimnissen und fernen Galaxien.

Drei Erweiterungssets zu Magie, Weltraum und Natur bauen das Abendritual weiter aus. Der unverwechselbare Folk Art-Look stammt von der Künstlerin Benita, die analoge Maltechniken mit digitaler Nachbearbeitung verbindet. Für Buchhandlungen, Papeterien und Geschenkflächen entsteht ein emotionales Sortiment mit klarem Nutzen für Familien.

zwergerl-shop.de
heinverlag.de/buchhandlungen



Sportlich unterwegs

Dakine verbindet funktionale Rucksäcke und Taschen mit modernem Design und nachhaltigen Materialien.

Dakine steht seit 1979 für funktionale Rucksäcke, Reisetaschen und Accessoires für aktive Menschen. Die Marke wurde auf Hawaii gegründet und hat heute ihren Sitz in Hood River im US-Bundesstaat Oregon. Das Sortiment richtet sich an Surfer, Snowboarder, Skater, Mountainbiker, Skifahrer und Reisende. Gleichzeitig sprechen die Produkte mit ihrem modernen Design und der durchdachten Ausstattung auch Kunden aus den Bereichen Schule, Studium und Büro an. Im Mittelpunkt stehen hochwertige Materialien, funktionale Details und eine klare Formensprache. Bei der Entwicklung legt Dakine großen Wert auf einen verantwortungsvollen Umgang mit Umwelt und Ressourcen. Deshalb kommen bevorzugt innovative Recyclingmaterialien zum Einsatz, deren Anteil in den Kollektionen kontinuierlich überprüft wird. Für den Fachhandel bietet die Marke ein Sortiment, das Lifestyle, Funktionalität und Nachhaltigkeit miteinander verbindet.

Vertrieb Deutschland
Kiefer & Co. Sport Accessoires (GmbH & Co.) KG
Telefon 0 74 31 – 93 53 22 11
info@kiefer-sport.de



Geschenke mit Sinn

Sinnetrieben verbindet Design, Spiel und Geschenkartikel mit Impulsen für Gespräche und gemeinsame Erlebnisse.

Sinnetrieben entwickelt Design, Spiel und Geschenkartikel für Menschen, die mehr suchen als ein dekoratives Produkt. Das Sortiment verbindet minimalistisches Design mit psychologischen und philosophischen Impulsen. Dadurch entstehen Produkte für Gespräche, kleine Rituale und besondere Momente im Alltag.

Zum Sortiment gehören Gesprächskartenspiele wie „Zwei Süße, ein Gedanke“ und „Deep Dive Questions“, kreative Stadt-Land-Blöcke, Stempel-Kalender, Postkarten und die Love Mailbox. Die Artikel eignen sich als Geschenk für Paare, Freunde, Familien und Kollegen.

Für den Fachhandel ist die klare Positionierung im Bereich hochwertiger Geschenkartikel mit emotionalem Mehrwert interessant. Die Produkte sind schnell erklärt und passen in Spiel- und Schreibwarenläden, Concept Stores, Buchhandlungen, Papeterien und Museumsshops. Design und Produktion erfolgen in Deutschland, mit Fokus auf Qualität, Gestaltung und nachhaltige Materialien.

www.sinnetrieben.net



Drachen mit Effekt

snix3D bietet bewegliche 3D-Figuren aus Oberbayern, CE-geprüft und einfach platzierbar.

snix3D bringt bewegliche 3D-gedruckte Figuren in den Fachhandel. Die Marke des jungen Startups Lösungen mit Effekt aus Oberbayern bietet Flexi-Drachen, Meerestiere und Saisonmotive mit auffälligen Farbeffekten und beweglichen Formen. Gefertigt wird in Oberbayern aus PLA auf Maisbasis.

Die Produkte sind hochwertig verarbeitet und CE-geprüft als Spielzeug. Für Händler ist der Einstieg bewusst einfach gehalten. Vorkonfigurierte Sets mit gefragten Modellen und Farben reduzieren den Auswahlaufwand, Einzelbestellungen bleiben möglich.

Ware kann sechs Monate unbürokratisch zurückgegeben werden. Nachschub und Display-Auffüllung sind auf Wunsch per Foto möglich. Kurze Lieferzeiten, eine gute Marge und die Eignung als Geschenk für Geburtstagskörbe oder den Schulanfang machen das Sortiment zu einer unkomplizierten Ergänzung für Spielwaren- und PBS-Flächen.

snix3d.de



Natur auf Papier

tucán y limón verbindet handgemalte Motive mit Recyclingpapier und sozial fairer Produktion.

tucán y limón ist ein künstlerinnengeführtes Label für Papierprodukte. Die Motive stammen von Christina Cabrales und entstehen von Hand mit Pinsel auf Aquarellpapier. Das Sortiment umfasst Post- und Grußkarten, Notizblöcke, Kalender und Sticker. Reduziertes Design, lebendige Farben und feiner Humor prägen den Auftritt. Gedruckt wird auf zertifiziertem Recyclingpapier. Die Karten entstehen in Zusammenarbeit mit einem sozialen Betrieb in München auf 300 Gramm Gmund Recyclingpapier und werden dort auch konfektioniert.

Seit der Gründung 2020 fließt ein Teil des Umsatzes in Natur und Artenschutzprojekte wie „Whale and Dolphin Conservation“. Zudem ist das Label Mitglied bei „1 Prozent for the Planet“. Für Fachhändler bietet tucán y limón ein glaubwürdiges Papeterie Sortiment mit emotionalen Motiven, klarer Nachhaltigkeitsausrichtung und guter Eignung für Geschenkflächen, Concept Stores und Papeterien.

b2b.tucanylimon.com



Website im Check

Der Quick-Check prüft Website, Technik, Sicherheit und Sichtbarkeit mit klaren Empfehlungen.

Viele Unternehmenswebsites laufen seit Jahren mit, ohne regelmäßig geprüft zu werden. Für Kundinnen und Kunden sind sie jedoch oft der erste Eindruck eines Unternehmens.

Werbejunge setzt mit dem SEO- und Technik-Quick-Check genau hier an. Geprüft werden Technik, Sicherheit, Ladezeit, Pflichtangaben sowie zentrale Grundlagen für SEO und GEO. Gerade veraltete Impressumsangaben, Hinweise auf die EU-OS-Schlichtungsplattform oder technisch schwache Seiten können rechtlich, funktional und bei der Sichtbarkeit zum Problem werden. Hinzu kommt, dass KI und neue Suchgewohnheiten verändern, welche Inhalte gefunden werden.

Für die Prismaner bietet der Check eine kompakte Einschätzung mit klaren Prioritäten und konkreten Empfehlungen. Ziel ist nicht ein vollständiger Relaunch um jeden Preis, sondern ein realistischer Blick auf Handlungsbedarf, Risiken und Chancen der eigenen Website.

werbejunge-webdesign.de



Klassiker im Wandel

tesafilm feiert 90 Jahre und verbindet Markenstärke mit nachhaltigeren Produktlösungen.

tesafilm feiert sein 90-jähriges Bestehen und bleibt für den Handel ein bekannter Markenartikel mit breiter Alltagstauglichkeit. Seit 1936 steht der transparente Klebefilm für einfache Anwendung und verlässliche Klebkraft in Büro, Schule und Haushalt. Das Sortiment wurde kontinuierlich erweitert, vom klassischen Klebefilm über Invisible Varianten und kristallklare Ausführungen bis zu doppelseitigen Lösungen.

Mit tesa film Crystal Recycled und tesa film Paper rückt tesa stärker nachhaltige Materialien in den Fokus. tesa film Crystal Recycled nutzt eine Trägerfolie aus 90 Prozent recyceltem PET, wasserbasierte Acrylat-Klebmasse und einen Rollenkern aus 100 Prozent industriell anfallenden Rückständen der Kunststoffverarbeitung. tesa film Paper besitzt erstmals ein Trägermaterial aus Papier, ist transparent im aufgeklebten Zustand, von Hand abreißbar und nach INGEDE-12 geprüft. Produziert wird tesa film im tesa Werk Offenburg. Endverbraucher-Aktionen starten im Spätsommer 2026.

tesa.de

Mobil gut sortiert

Die Wedo Denim-Serie verbindet Taschen, Mappen und Mäppchen zu einem abgestimmten Sortiment.

Mit der Denim Serie bringt Wedo aufeinander abgestimmte Taschen und Organisationslösungen in den Handel. Die Produkte richten sich an Schule, Studium und mobiles Arbeiten. Rucksack, Schreibmappe, Ringbuchmappe und Mäppchen sind in einem einheitlichen blaumelierten Denim-Look gestaltet und bestehen aus pflegeleichtem Polyester mit Leinenstruktur.

Der Rucksack bietet zwei gepolsterte Innenfächer für Notebooks bis 15,6 Zoll und Tablets bis 10,5 Zoll, ein Hauptfach, Nebenfach, Frontorganisation, Deckeltasche, Bodenfach, rückseitiges Reißverschlussfach, Netzfächer und Trolleygurt. Das Volumen liegt bei rund 28 Litern. Die Schreibmappe ermöglicht Blockeinschub von oben, unten oder seitlich und eignet sich auch für Linkshänder. Die Ringbuchmappe besitzt eine herausnehmbare 2-Ring-Mechanik mit 30 Millimetern Durchmesser und 20 Millimetern Füllhöhe. Das Mäppchen mit drei Reißverschlussfächern, sieben Stiftschlaufen und abwischbarem Innenfutter ergänzt die Serie.

wedo.de

Kurzmeldungen / Termine

Prisma Kompakt

Handelsverband Deutschland – Ladendiebstahl: Der Schaden durch Ladendiebstahl im deutschen Einzelhandel hat 2025 mit mehr als drei Milliarden Euro einen neuen Höchststand erreicht. Nach Angaben des EHI Retail Institute entspricht das einem Anstieg von 25 Prozent gegenüber 2022. Besonders besorgniserregend ist der wachsende Anteil organisierter Kriminalität, der inzwischen rund ein Drittel des Gesamtschadens ausmacht. Der Handelsverband Deutschland fordert deshalb konsequentere Maßnahmen gegen bandenmäßigen Diebstahl sowie eine Anpassung des Strafrechts. Gleichzeitig spricht sich der Verband für bessere Präventionsmöglichkeiten aus. Bereits heute investiert der Einzelhandel jährlich rund 1,7 Milliarden Euro in Warensicherung, Videoüberwachung und Sicherheitspersonal. Künftig sollen nach Auffassung des HDE auch moderne, KI-gestützte Videoüberwachungssysteme einfacher eingesetzt werden können, um Diebstähle wirksamer zu verhindern und die Arbeit der Ermittlungsbehörden zu unterstützen.

TrendSet – Neue Plattform für Marken und Handel: Mit der erstmals eingerichteten „Faire Straße“ setzte die TrendSet Sommer 2026 ein neues Konzept für den Austausch zwischen Marken und Fachhandel um. Gemeinsam mit dem Großhandelsmarktplatz Faire entstand ein kuratierter Ausstellungsbereich, in dem ausgewählte Lifestyle-Marken aus den Bereichen Wohnen, Genuss, Beauty, Kinder und Schreibwaren ihre Produkte präsentierten. Die als Einkaufsstraße gestaltete Sonderfläche bot Fachbesuchern die Möglichkeit, neue Sortimente zu entdecken, persönliche Kontakte zu knüpfen und Bestellungen direkt über die digitale Plattform von Faire abzuwickeln. Neben etablierten Ausstellern nutzten auch erstmals auf einer Fachmesse vertretene Marken die Gelegenheit, sich dem Handel vorzustellen. Mit dem neuen Format reagiert die TrendSet auf die veränderten Anforderungen des Fachhandels. Kuratierte Sortimente, persönliche Beratung und digitale Bestellprozesse sollen künftig noch stärker miteinander verknüpft werden. Die Kooperation mit Faire wurde von den Veranstaltern als wichtiger Schritt bewertet, um unabhängigen Händlern neue Bezugsquellen und zusätzliche Impulse für ihr Sortiment zu eröffnen.

Büroring und PBS Deutschland rücken zusammen: Das PBS Forum 2026 in Dresden stand ganz im Zeichen des Aufbruchs. Mehr als 250 Teilnehmer aus Handel, Industrie und Dienstleistungssektor nutzten die Veranstaltung zum Austausch über die Zukunft des mittelständischen Fachhandels. Im Mittelpunkt standen die strategische Neuausrichtung des Büroring, die Zusammenarbeit mit PBS Deutschland sowie neue Perspektiven für die angeschlossenen Fachhändler. Erstmals traten Büroring und PBS Deutschland gemeinsam im Rahmen des Forums auf und unterstrichen damit ihre künftig engere Zusammenarbeit. Ziel ist es, Kompetenzen in den Bereichen Sortiment, Logistik und Dienstleistungen zu bündeln und die Wettbewerbsfähigkeit der Mitglieder nachhaltig zu stärken. Ergänzt wurde das Forum durch eine Lieferantenausstellung mit rund 50 Ausstellern sowie die Messe „Saison & Trends 2026“, die zusätzliche Impulse für Sortimente und Vermarktung boten. Auch die Generalversammlung setzte wichtige Signale für die weitere Entwicklung der Genossenschaft. Die Mitglieder verabschiedeten mit großer Mehrheit eine Satzungsänderung und bestätigten Bernd Vennwald erneut im Aufsichtsrat. Die Diskussionen zeigten, dass der eingeschlagene Transformationsprozess breite Unterstützung findet und gleichzeitig hohe Erwartungen an die Umsetzung der angekündigten Maßnahmen bestehen.

Messen

25. bis 27. Juli 2026

Nordstil, Hamburg

29. bis 31. August 2026

ILM Edition #164, Offenbach

30. August bis 1. September 2026

trendz show up, Eventhalle Gorinchem

5. bis 7. September 2026

Cadeaux Leipzig

16. bis 18. September 2026

EK Live Herbstmesse, Bielefeld

7. bis 11. Oktober 2026

Buchmesse, Frankfurt am Main

9. bis 11. Januar 2027

Nordstil, Hamburg

29. Januar bis 2. Februar 2027

Ambiente/Christmasworld, Frankfurt am Main

29. Januar bis 1. Februar 2027

Creativeworld, Frankfurt am Main

2. bis 6. Februar 2027

Spielwarenmesse, Nürnberg

21. bis 23. Februar 2027

Trendset, München

ERFA-Gruppen

7. Oktober 2026

ERFA NS in Seevetal

13. Oktober 2026

ERFA West in Attendorf

19. Oktober 2026

ERFA BY in Feucht

28. Oktober 2026

ERFA BAWÜ in Waldkirch

Impressum

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

VERANTWORTLICH:
Christian Schmidt

REDAKTION:
Christian Schmidt
Oliver Hagemann
Rasma Misiacyk

LAYOUT/DRUCK:
IMG/Onlineprinters

BILDNACHWEIS:
Hersteller, Werbejunge, privat