PROFIBÖRSE

DAS MAGAZIN FÜR FACHGROSSHANDEL, HANDWERK & INDUSTRIE



- Hochmodernes Schleifmittel mit Selbstschärfeffekt
- Aggressives Schleifen mit höchster Abtragsleistung auf harten, schlecht wärmeleitenden Werkstoffen
- Schleifaktive Zusätze im Belag verhindern das Zusetzen und bewirken einen kühleren Schliff







► IM GESPRÄCH

Festool mit Onlineshop ► ROUND TABLE

Die Zukunft der Messen **► SCHWERPUNKT**

Elektrowerkzeug-Zubehör



Na endlich



Bei den einen ist es eine gespannte Erwartung, andere sehen schon jetzt die dunklen Wolken, die im Rheinland aufziehen. Die Internationale Eisenwarenmesse geht nach einer langen erzwungenen Pause wieder an den Start, zu einem anderen Termin und damit in spätsommerlicher Atmosphäre, mit Lücken in der traditionellen Ausstellerliste ebenso wie mit Rückkehrern und Neuzugängen. Für die weitere Gestaltung der Veranstaltung hat die jetzt anstehende Messe eine wichtige Bedeutung. Denn, ob anwesend

oder nicht anwesend, Aussteller wie Besucher werden die Tage vom 25. bis 28. September als Gradmesser werten. Darüber waren sich auch die Teilnehmenden an unserem Round Table einig, das Ende Juli stattfand und bei dem sich Vertreter der Koelnmesse, aus dem Handel und aus der Industrie zur Zukunft der Internationalen Eisenwarenmesse und Messeveranstaltungen insgesamt austauschten – zu lesen ab Seite 8.

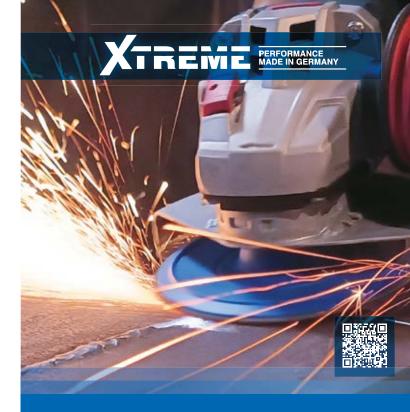
Auf die Ankündigung von Festool, zukünftig Kunden auch direkt zu beliefern und dafür einen Onlineshop aufzubauen, wird der Handel sicherlich kaum mit einem "na endlich" reagieren. Was in vielen Branchen schon längst gang und gäbe ist, kommt mit dem Schritt des Elektrowerkzeugherstellers nun auch in diese Branche, zumindest offiziell. Das "na endlich" könnte aber von dem einen oder anderen Marktbegleiter kommen, der den Windschatten nutzt, um selber entsprechende Projekte zu starten. Auf die Reaktionen, die der Schritt, über den wir mit Festool-Geschäftsführer Rene Kruk gesprochen haben (s. Seite 6), auslöst, sind wir gespannt. Der Blick in andere Branchen mag ein wenig zur Beruhigung und sachlichen Diskussion beitragen: Dort funktionieren D2C und (Fach-)Handel gut nebeneinander.

Weitere Fahrt nimmt auch das Thema der Akku-Schnittstellen und Akku-Systeme auf. Das "na endlich" ist hier kaum angebracht, denn Bewegung war in diesem Umfeld immer gegeben. Jetzt zeigt Bosch mit dem System AMPShare, dass man den Systemgedanken energiereicher gestalten möchte, als dies bislang der Fall war. Die Liste der Marken, die dann die Power für ihre Produkte aus der Bosch-Akkutechnologie ziehen, ist deutlich länger geworden und mit Schwergewichten bestückt. Es ist davon auszugehen, dass damit die Gesamtthematik eine stärkere Marktresonanz erfahren wird — die möglicherweise den Akku-Systemen insgesamt zugute kommt. So jedenfalls die Vermutung unseres Gesprächspartners aus dem Handel, der das Projekt eines speziellen Akku-System-Onlineshops beschreibt. Auch wenn das System ein anderes ist, ein Transfer ist doch denkbar. (s. Seite 28)

In diesem Sinne, herzlichst







GRIND MAXX

- Aggressiver Materialabtrag
- Ultra-Standzeit
- Präzises Schleifen
- Vibrationsarmes Handling



Warum kräftezehrend schruppen, wenn es doch so mühelos einfach geht? Unser innovativer Hochleistungs-Schleifteller läutet eine neue Ära in der Oberflächenbearbeitung ein.

GRIND MAXX setzt neue Maßstäbe bei Abtragsmenge, Abtragsgeschwindigkeit, Standzeit und Arbeitskomfort. Überzeugen Sie sich von der angenehmen, vibrationsarmen Anwendung, mit der auch präzises Arbeiten bestens gelingt.



osborn.com

INHALT

MAGAZIN

Branchen-News	4
AKTUELL	
IM GESPRÄCH	
Festool startet Direktvertrieb	6
ROUND TABLE	
Die Zukunft der Messen	
und die Messen der Zukunft	8
MESSEN	
Internationale Eisenwarenmesse, Köln	13
Marken und Produkte auf der	
Internationalen Eisenwarenmesse	15
UNTERNEHMEN	
Bosch: Akku-System AMPShare	21
Krenn: Das Potenzial der Nische	
erfolgreich nutzen	22
Fischer: Kundenansprache auf allen Kanälen	24
Rhodius: Mit Private Label	24
machen Sie sich unvergleichbar	26
-	
HANDEL Reidl und CAS: Die Akku-Schnittstelle	
als Verkaufskonzept	28
SCHWERPUNKT	
ELEKTROWERKZEUG-ZUBEHÖR	
Heller Tools: Zukunftsorientiert	
neu aufgestellt	30
Bosch: Expert-Linie für Profis	32
MP.S Sägen: Patentiert splitterfrei sägen	34
ASW Wekador: Runderneuert	35
in die Zukunft Famag: Fräserprogramm aktualisiert	37
ramay. maserprogramm aktualisiert	5/
BRANCHEN	
WERKZEUG & MASCHINEN	
Beratungs-Kompetenzfeld:	
Mit Wilms Energie gezielt einsetzen	38

Dieser Ausgabe liegt eine Beilage der Firma Rhodius, Burgbrohl, bei. Wir bitten um freundliche Beachtung.

Großes Interesse an nachhaltiger Verpackungslinie

Die Exact GmbH & Co. KG ist sehr zufrieden mit der erfolgreichen Markteinführung Ihres neuen ökologischen Verpackungskonzept Natureline by Exact. Immer mehr Fachhandelspartner suchen demnach im Rahmen eigener Nachhaltigkeitskonzepte nach adäquaten, umweltfreundlichen Alternativen zu bestehenden Kunststoffverpackungen und wollen nun sukzessive auf Werkzeugverpackungen aus 100 Prozent nachwachsenden Rohstoffen umstellen. Geschäftsführer Andreas Oemkes: "Wir spüren, dass der Markt offen für Veränderungen ist, Verantwortung übernehmen will und auch bereit ist, neue Wege zu gehen".

Der Remscheider Präzisionswerkzeughersteller startete vor drei Jahren mit der Entwicklung seiner nachhaltigen Natureline-Verpackungslinie. Ziel ist es, nach und nach Produkt- und Logistikverpackungen aus Plastik, Polystyrol oder Schaumstoffmaterial durch Verpackungsmaterialien aus Faserverbundstoffen wie Altpapier, Nutzhanf oder vergleichbaren Naturfasern zu ersetzen. Denn anders als bisher kann diese Art von Verpackungen wiederverwertet, kompostiert oder recycelt werden. Aufgrund des dadurch möglichen "Zero Waste"-Kreislaufs wird somit die Umweltbelastung durch Plastik erheblich reduziert. Geschäftsführer Oemkes: "Das eingesetzte Material ist widerstandsfähig, stoßabsorbierend sowie fett- und wasserabweisend. Die neue Verpackungsgeneration gewährleistet somit einen umfänglichen Produktschutz und lässt sich problemlos in der weltweiten Transportlogistik verwenden". Mithilfe multifunktionaler Verpackungen gelingt es Exact zudem, das Verpackungsvolumen deutlich zu senken. Und auch die Kosteneffizienz spricht für Faserverbundstoffe. Denn mit dem neuen Verpackungskonzept entfallen auch zukünftige gesetzliche Zusatzkosten wie CO2-Steuern oder erhöhte Abgaben für Plastikverpackungen. "Wir helfen damit dem Fachhandel nicht nur umweltorientiert zu handeln, sondern kosteneffizient im Markt zu agieren", so Oemkes.

Für die wichtigsten Produktgruppen sind die neuen Verpackungen bereits erhältlich. Welche Artikel in der umweltfreundlichen Verpackungsvariante bereits bestellt werden könnten, zeigt der neue und gerade veröffentlichte Natureline by Exact Produktkatalog.



Schon gesehen? www.honiTrade.de



PROFIBORSE DAS MAGAZIN FÜR FACHGROSSHANDEL, HANDWERK & NOUSTRE Maximaler Abtrag! WERTAU ELEU **PERFORMAN Allegaring and harve, shandward and an analysis and analysis analysis and analysis and analysis and analysis and analysis and analysis and analysis analysis analysis and analysis analysis and analysis ana

40

41

3

42

42

TITEL

Keramikkorn gilt als hochmodernes Schleifmittel, das aggressives Schleifen mit höchster Abtragsleistung ermöglicht. PFERD bietet zahlreiche, innovative Ausführungen für effiziente Problemlösungen zur Bearbeitung harter, schlecht wärmeleitender Werkstoffe an, wie sie beispielsweise in der Luft- und Raumfahrt, aber auch im Turbinen- und Kraftwerksbau vorkommen. (Foto: Pferd)

Produktthema Oszillierer:

Neues vom Klassiker

Neuheiten

RUBRIKEN

Impressum

Vorschau

Editorial



Tyrolit baut Marktposition aus

Mit dem Erwerb der türkischen Egeli Egesan Gruppe baut die Tyrolit Gruppe ihre Position am internationalen Schleifmittelmarkt weiter aus und setzt ihre Wachstumsstrategie konsequent fort. Die Übernahme ermöglicht Wachstum in neuen Märkten, stärkt die Wettbewerbsfähigkeit und erweitert das Produktportfolio mit Schleifmittel auf Unterlage. Dazu CEO Thomas Friess: "Unsere erfolgreiche Aus-

Dazu CEO Thomas Friess: "Unsere erfolgreiche Ausrichtung und stabile wirtschaftliche Grundlage erlaubt uns eine strategische sowie operativ wichtige Ergänzung. Die Akquisition in der Türkei stärkt un-

sere Wettbewerbsposition und ermöglicht einen starken Zugang zum Wachstumsmarkt des Nahen Ostens. Als weltweit führendes Technologieunternehmen in der Schleifmittelbranche werden wir unseren Kunden im Nahen Osten eine erweiterte vollumfängliche Produktpalette aus einer Hand anbieten und sie bei der Optimierung Ihrer Bearbeitungsprozesse sowie Optimierung ihrer Produktionskosten besser unterstützen." Die Egeli Egesan Unternehmensgruppe wurde zu mehr als 75 Prozent übernommen, das bisher tätige Manage-

Die Tyrolit-Zentrale in Schwaz, Österreich. (Foto: Tyrolit)

ment bleibt weiterhin aktiv im Unternehmen. Das türkische Produktionsunternehmen im Bereich von Trenn- und Schruppscheiben, Schleifwerkzeugen für diverse Anwendungen sowie Schleifbändern mit Sitz in Istanbul ist mit rund 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gut im europäischen und türkischen Markt sowie in dessen Nachbarländern verankert. Das Unternehmen wurde vor rund 50 Jahren vom Gründer und Namensgeber Ilhan Egeli gegründet. Das Unternehmen hat sich in den Jahren sehr positiv entwickelt und genießt bei seinen Kunden einen hervorragenden Ruf. Im heftig umkämpften Markt für Schleifmittel ist die Übernahme gerade in Krisenzeiten eine bedeutende Investition in die Zukunft: "Wir freuen uns, die Mehrheit an einem strategisch wichtigen Schleifmittelhersteller übernehmen zu können. Der Standort verfügt über eine exzellente Infrastruktur, die Egeli Egesan Gruppe bringt für Tyrolit Marktzugang in neuen zusätzlichen geografischen Regionen. In Kombination mit der Tyrolit-Technologie, -Know how und -Innovationskraft, bin ich fest davon überzeugt, dass wir mit unseren neuen Kunden im Nahen Osten rasch eine Win-Win-Situation herstellen werden. Unser Ziel ist es, stets den Kundennutzen zu maximieren. Dabei verfolgt Tyrolit weiterhin eine starke internationale Ausrichtung bei klarem Bekenntnis zu seinen Wurzeln im Herz der Alpen", erläutert Thomas Friess.



ONLINE ZUM ENDKUNDEN

Festool startet Direktvertrieb

Für die einen ist es ein überfälliger Schritt der strategischen Vernunft, für andere eine emotionale Herausforderung: Das, was sich hinter dem Kürzel D2C verbirgt und in zahlreichen Branchen von der Mode über Fahrräder, die Gartenausstattung bis hin zu Haushaltsgeräte gang und gäbe ist, kommt jetzt auch zu den professionellen Elektrowerkzeugen. Festool geht den Schritt mit einem Onlineshop, in dem jeder direkt beim Hersteller einkaufen kann. Über die Vorüberlegungen, die Umsetzung und die möglichen Konsequenzen sprachen wir mit René Kruk, Geschäftsführer Deutschland, Österreich, Schweiz und Italien bei Festool.

ProfiBörse: Festool ist immer gut für klare Entscheidungen, die in der Branche und bei den Handelspartnern nicht immer auf größte Gegenliebe stoßen. Jetzt starten Sie einen Onlineshop, in dem jeder direkt bei Festool einkaufen kann. Warum jetzt?

Seit vielen Jahrzehnten vertreiben wir unsere Premium-Elektrowerkzeuge ausschließlich über unsere Fachhandelspartner. Dabei lehnen wir bewusst die Anfragen vieler Direktvertreiber, Baumärkte, Discounter und von bestimmten Internetanbietern ab. Allerdings bemerken wir seit längerer Zeit bereits eine deutliche Veränderung im Kundenverhalten. Immer mehr Kunden fragen bei uns an und wollen nicht nur, wie bereits seit vielen Jahren per Telefon oder Mail möglich, Ersatzteile bei uns bestellen. Vielmehr möchten sie aus einem vollständigen Sortiment auch originale Maschinen, Zubehöre und Verbrauchsmaterialien schnell und einfach auswählen. Zudem suchen unsere Kunden zunehmend die Möglichkeit eines direkten Austauschs mit uns als Hersteller. All dies sind sie aus anderen Branchen zum Teil seit 10 – 15 Jahren gewohnt. Laptops, Smartphones, Unterhaltungselektronik oder Elektrohaushaltsgeräte, die Frage ist nicht mehr, bei welchem Hersteller Kunden direkt bestellen können, sondern bei wem dies noch nicht möglich ist. Jetzt sind wir als Festool wohl der erste Hersteller von Elektrowerkzeugen, der seinen deutschen Kunden eine direkte Bezugsmöglichkeit bietet.

Sind Sie denn mit dem derzeitigen Vorgehen über die Retail Connect-Anbindung von Händlershops nicht zufrieden?

Zunächst möchte ich festhalten, dass heute nur einige wenige Händlershops über die Nexmart-Schnittstelle angebunden sind. Die breite Masse unserer Systempartner ist davon überhaupt nicht betroffen. Sicherlich ist die Weiterleitung interessierter Kunden von unserer Produktdetailseite in den Händlershop hilfreich. Allerdings wissen wir nicht, was nach dem

Verlassen unserer Seite im Händlershop geschieht. Wird der Kunde direkt zum Kaufabschluss geführt oder werden ihm vielleicht Angebote anderer Hersteller präsentiert? Zudem können wir heute nicht immer an einen Händler weiterleiten. Nicht alle unserer rund 2.500 Verkaufsartikel, darunter fast 350 verschiedene Artikelnummern von Maschinen, sind bei unseren Händlern gelistet. Nur wir als Hersteller können wirklich das gesamte Festool Sortiment zeigen.

Würden Sie bei der Maßnahme von einem Direktvertrieb sprechen oder von einer Online-Kanalerweiterung des Vertriebs und welche Zielgruppen haben Sie damit im Blick?

Formal handelt es sich natürlich um einen Direktvertrieb. Allerdings beschränken wir uns ausdrücklich auf den Onlinekanal. Wahrscheinlich sprechen wir damit vor allem die sogenannten Privatkunden an. Wir können uns aber auch vorstellen, dass im Handwerk, gerade durch





Die wichtigsten Kennzahlen der Studie im Überblick.

49 % der deutschen Bevölkerung haben in den letzten sechs Monaten direkt bei Marken gekauft.

In der Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen sind es bereits $66\,\%$ der Konsument:innen.

49 % der befragten Konsument:innen geben an, sie würden bei Marken mehr direkt kaufen, wenn ihre Bedürfnisse dort besser erfüllt würden oder mehr Produktkategorien verfügbar wären.

Befragte, die D2C-Angebote nicht nutzten, wären zu 51 % bereit, künftig direkt bei Marken zu kaufen, wenn ihre Bedürfnisse dort besser erfüllt würden oder mehr Produktkategorien direkt verfügbar wären.

80 % der Konsument:innen, die einen Markenshop besuchen, kaufen auch direkt dort. Digitale Touchpoints wie Preisvergleichsseiten, Amazon oder Google spielen gegenüber dem Markenshop eine vergleichsweise geringe Rolle.

Soziale Medien werden von 40 % der Befragten als wichtig eingeschätzt, da Marken dort ihre Persönlichkeit zeigen.

Auf einer Skala von 1 bis 5 bewerten Konsumgüterhersteller die Zukunftsperspektive von D2C mit durchschnittlich 4.7.

(Quelle: Verschenkte Potenzial – Warum Hersteller sich mit D2C beschäftigen müssen; Studie von ECC Köln und Publicis Commerce Germany, veröffentlicht im April 2022)



René Kruk, Geschäftsführer Deutschland, Österreich, Schweiz und Italien bei Festool. (Foto: Festool)

zur Aufweichung der Preisstruktur bei?

Wir orientieren uns ganz klar an unseren unverbindlichen Preisempfehlungen! Wozu wären diese UVP auch sonst nütze, wenn wir jetzt mit aggressiven Verkaufspreisen in den Markt gingen? Wir erschließen mit dem eigenen Onlineshop eine Zielgruppe, die gerne

direkt beim Hersteller kauft und dabei ausdrücklich nicht nach dem günstigen Preis sucht. Natürlich werden auch wir irgendwann bei gewissen Produkten dem Kunden im Rahmen von Marketingaktionen Rabattgutscheine anbieten. Denkbar sind auch Nachlässe auf Rückläufer, Restposten oder Überbestände, die wir selbstverständlich zuvor unseren Händlern angeboten haben. Wir treten aber ausdrücklich nicht in preisliche Konkurrenz mit unseren Fachhandelspartnern!

Wird Ihr D2C Ihre Zusammenarbeit mit dem Fachhandel verändern?

Ja, ganz sicher! Wir werden nämlich die Diskussionen über unseren Onlineshop nutzen, um alle Festool-Systempartner explizit über unsere umfangreiche Unterstützung für sie aufmerksam zu machen. Wir sind der Premium-Systemanbieter für den Holz- und Maler-Profi! Unsere Qualität, unsere Kompetenz, unser Service und unsere Nachhaltigkeit sorgen dafür, dass der Kunde zu unseren Fachhändlern zurückkommt und nicht das Produkt. Mit unserem selektiven Vertriebs- sowie dem europaweit einheitlichen Preis- und Konditionssystem verhindern wir Grauimporte aus dem Ausland oder Postengeschäfte in anderen Vertriebskanälen. Besonders wertvoll für unsere Systempartner dürfte aber die Betreuung durch unsere hochmotivierten und bestens ausgebildeten Außenmitarbeiter sein. Sie unterstützen unter anderem bei der Planung und Umsetzung der jährlichen Aktivitätenpläne. Ebenso, egal ob in Präsenz oder virtuell, kümmern wir uns um die so wichtige Fortbildung des Händlerpersonals.

Ist das ein Startschuss, sich als Marke auch für andere Vertriebskanäle zu öffnen?

Nein, ausdrücklich nicht. Wie schon erwähnt, der Fachhandel bleibt auf lange Sicht unser mit Abstand wichtigster Vertriebskanal! Ich sehe in absehbarer Zeit – entgegen der Entwicklung anderer Markenhersteller – keine Festool Elektrowerkzeuge in einem deutschen Baumarkt oder beim Discounter. Dazu passt auch, dass wir uns zuletzt gegen eine direkte Zusammenarbeit mit Amazon in Kontinentaleuropa entschieden haben.

Welche Reaktionen aus der Branche erwarten Sie?

Bei Motorsägen, Reinigungstechnik und Gartengeräten gibt es bereits Hersteller-Onlineshops und im Ausland werden auch Elektrowerkzeuge bereits direkt im Internet verkauft. Ein anderer Marktbegleiter eröffnet gerade Service-Center mit Ausstellungs- und Schulungsfunktion. Eine deutsche Übersetzung könnte schnell erstellt bzw. Kassensysteme könnten schnell installiert sein. Daher glaube ich persönlich, dass weitere Elektrowerkzeughersteller mit direkten Angeboten folgen werden.

die nachrückende Generation Z, unsere Angebotsvielfalt, zum Beispiel wenn es um Speziallösungen geht, geschätzt werden wird. Immer mehr Kunden sind halt aus ihrer Alltagserfahrung gewohnt, auch direkt bei Herstellern im Internet einkaufen und mit ihnen in den direkten Dialog treten zu können. Umgekehrt haben natürlich auch wir großes Interesse, die Werbeeinwilligung unserer Zielgruppen zu erhalten. Aber, und das erwähne ich ganz deutlich, der Festool Onlineshop ist eine Ergänzung für eine noch kleine Zielgruppe. Der Fachhandel ist und bleibt unser mit Abstand wichtigster Vertriebskanal. Über ihn werden wir weiterhin die große Mehrheit unserer Systemlösungen in den Markt bringen.

Sind Ihre Logistikprozesse und Elemente wie Payment und Retouren bereits auf eine möglicherweise hohe Nachfrage im Shop eingestellt?

Ganz ehrlich, weder rechnen wir zu Beginn mit einer extrem hohen Nachfrage, noch sind unsere Prozesse zu 100 Prozent ausgereift. Das ist genau der Grund, weshalb wir stufenweise online gehen werden. Wir beginnen damit, dass unsere Ersatzteile jetzt im Shop bestellt werden können. Im November folgen die Festool Fanshop-Artikel, bevor wir voraussichtlich Ende des 1. Quartals 2023 auch Maschinen, Zubehör und Verbrauchsmaterialien anbieten werden. Dies gibt uns die Möglichkeit, uns nach und nach auf die zusätzlichen Anforderungen einzustellen.

Starten Sie länderübergreifend mit dem Shop?

Nein, wir beginnen mit Deutschland als Pilotmarkt. Später werden wir andere onlineaffine Länder hinzufügen. Zuerst wollen wir die Erwartungen der deutschen Kunden treffen bzw. idealerweise sogar übertreffen.

Warum starten Sie mit der vollumfänglichen Kommunikation zu einem Zeitpunkt, zu dem Ersatzteile im Shop erhältlich sind?

Wir sind uns der Brisanz unseres Handelns sehr wohl bewusst! Kaum ein Händler wird uns Beifall zollen. Im Gegenteil, wir rechnen mitunter mit durchaus emotionalen Reaktionen. Wie schon gesagt, bislang kannten unsere Händler Herstellershops hauptsächlich aus anderen Branchen oder, sicher nicht selten, aus ihren eigenen privaten Einkaufserfahrungen. Das ändert aber nichts daran, dass das Kundenverhalten in die bereits angesprochene Richtung geht. Daher wollen wir in der Kommunikation nicht "rumeiern". Wenn auch der Inhalt nicht allen gefallen mag, wir informieren frühzeitig und klar über unsere Absichten. Das sind unsere Händler von Festool gewohnt!

Mit welchen Preisen operieren Sie im Shop, tragen ggf. von Ihnen durchgeführte Aktionen nicht weiter





Die Messe muss sich ständig weiterentwickeln

Nach kurzfristiger Absage und Verschiebung steht jetzt die Internationale Eisenwarenmesse (IEM) kurz bevor. Der Veranstalter zeigt sich mit dem Ausstellerfeld zufrieden und hat aus der Erfahrung mit anderen Messen eine hohe Erwartungshaltung auch hinsichtlich des Besuches. Auch bei den Ausstellenden ist die Stimmungslage positiv. Wir haben im Vorfeld mit Vertretern aus dem Handel, der Industrie und dem Veranstalter über die Internationale Eisenwarenmesse einerseits, über das Format Messe in der Zukunft andererseits gesprochen. Das Fazit vorweg: Messen sind zukunftsfähig.

Round Tables zur Messezukunft (v.l.n.r.): Fabian Ströter, Project Manager Digital bei der Koelnmesse, Dr. Paul Kellerwessel, geschäftsführender Gesellschafter der Aug. Hülden GmbH + Co. KG, Dr. Ina Terwey, Director Global Marketing and Product Management der August Rüggeberg GmbH & Co. KG/Pferd-Werkzeuge, Hartmut Kamphausen, Redaktion ProfiBörse, Carsten Scholz, Marketingleiter der Hazet-Werk Hermann Zerver GmbH & Co. KG, Thomas Gerwens, Geschäftsführer des Fachcenter Gerwens, Daniel Gasperi, Vertriebs- und Marketingleiter der Picard GmbH und Matthias Becker, Direktor der Internationalen Eisenwarenmesse. (Fotos: Koelnmesse)

Das Messehochhaus der Koelnmesse bot den Hintergrund und den passenden Rahmen für dieses Gespräch, an dem mit Matthias Becker, Direktor der Internationalen Eisenwarenmesse, und Fabian Ströter, Project Manager Digital bei der Koelnmesse und damit zuständig für die digitale Erweiterung der Branchenveranstaltung im Netz, die zentralen Verantwortlichen für die Veranstaltung am Tisch saßen. Von Herstellerseite waren Dr. Ina Terwey, Director Global Marketing and Product Management der August Rüggeberg GmbH & Co. KG/Pferd-Werkzeuge, Daniel Gasperi, Vertriebs- und Marketingleiter der Picard GmbH sowie Carsten Scholz, Marketingleiter der Hazet-Werk Hermann Zerver GmbH & Co. KG. Komplettiert wurde die Runde von den beiden Vertretern aus dem Handel

Dr. Paul Kellerwessel, geschäftsführender Gesellschafter der Aug. Hülden GmbH + Co. KG, und Thomas Gerwens, Geschäftsführer des Fachcenter Gerwens. Das Treffen fand am 25. Juli 2022 statt.

"Nach der langen Pause wünschen sich viele Aussteller und Besucher wieder den persönlichen Kontakt", beschreibt Matthias Becker die Situation im Vorfeld der Internationalen Eisenwarenmesse. Für den konzentrierten Austausch von Ausstellern und Besuchern werden in diesem Jahr die Hallen 3, 10 und 11 für die Veranstaltung genutzt. Das bedeutet: kurze Wege, hohe Effektivität und intensives Netzwerken. Herzstück bleibt nach wie vor die Halle 10, Ansprechpartner für das internationale Sourcing sind insbesondere in der Halle 11 – auf der dritten Ebene vornehmlich Anbieter aus Asien – zusammengefasst. Zu Anmeldezahlen auf Besucherseite lasse sich zwei Monate vor der Veranstaltung noch kein valides Bild geben, berichtet Matthias Becker, da die Erfahrungen mit der digitalen Anmeldung bei anderen Veranstaltungen zeige, dass die Eintrittskarten sehr kurzfristig abgerufen werden: "Wir können in unserem Ticketshop Werbeaktivitäten von Ausstellern nachvollziehen", berichtet Becker, "aber der Moment des Ticketkaufs bzw. der Einlösung von Gutscheinen rückt immer noch näher an die Veranstaltungen heran, wie die Erfahrungen mit anderen Veranstaltungen der Koelnmesse zeigen." Insgesamt sei man aber sehr zuversichtlich, auch in diesem Jahr wieder den wichtigsten internationalen Branchentreff weltweit durchzuführen.

DIFFERENZIERTE GRÜNDE FÜR ABSAGEN

Verschiedene Aussteller, auch namhafte Marken und Unternehmen mit langjähriger Präsenz auf der IEM, haben im Vorfeld der diesjährigen Veranstaltung ihre Messeteilnahme abgesagt. Das habe laut Matthias Becker sehr unterschiedliche Gründe gehabt, die von Terminüberschneidungen und mangelnden Kapazitäten durch etablierte und ebenfalls verschobene Veranstaltungen über den ungewohnten Neuheitenzyklus bis hin zu individuellen Entscheidungen reichen würden, einmal etwas anderes zu testen, teilweise ausgelöst durch die Coronapandemie, teilweise unabhängig davon. Daneben fehlen zahlreiche Aussteller aus dem



Die Vertreter des Handels, Dr. Paul Kellerwessel (li.) und Thomas Gerwens (vorne re.) würden ihre Kunden nicht so gerne auf der Handelsmesse antreffen.

chinesischen Raum bzw. Marken, die insbesondere Produkte aus chinesischer Produktion anbieten. Mit vielen Stamm- und neuen Ausstellern wie der CAS-Akku-Allianz oder auch Milwaukee und Gesipa sehe man aber ein attraktives Umfeld auf jeden Fall gegeben und die Qualität kompensiert. "Das wird eine hochattraktive Veranstaltung für die Besucher", ist sich Matthias Becker sicher.

In diesem Jahr nicht dabei ist beispielsweise Hazet. "Es war keine Frage der Veranstaltung, sondern der nicht vorhandenen Kapazität an Material und Personal im Messebau", erläutert der Hazet-Marketingleiter Carsten Scholz und listet die zahlreichen Messen und Veranstaltungen im Umfeld und während der Zeit der IEM auf. "Neben den verpflichtenden Terminen von drei bereits vorher geplanten Veranstaltungen in dieser Zeit können wir unter anderem aufgrund der aktuell unsicheren Logistik und der damit verbundenen Unwägbarkeit, die Messestände zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu haben, aber auch aufgrund der Auslastung unserer Mitarbeitenden einen zusätzlichen Termin in dieser Zeit einfach nicht noch zusätzlich stemmen", so Scholz, der in diesem Zusammenhang auch auf die Verwerfungen hinweist, die die letzten Jahre in der Messebau-Branche in Bezug auf Insolven-



zen und aktuell fehlendes Messebau-Personals ausgelöst haben. "Wir sind Befürworter der IEM", fügt er hinzu, "und werden in zwei Jahren auch wieder vor Ort sein. In diesem Jahr ist es uns aus den vorgenannten Gründen leider nicht möglich."

Präsenz ja, aber mit einem kleineren Messestand. Das ist die Strategie von Pferd Rüggeberg. Das Unternehmen fühlt sich aufgrund der langen Tradition und Verbundenheit mit der IEM ein Stück verpflichtet, vor Ort zu sein. Es soll aber auch die große internationale

Schlagkraft der IEM genutzt werden. Die in der Coronazeit neu entwickelten Formate, digital oder hybrid, machen aber eine Präsenz in der Größe der vorherigen Veranstaltungen nicht mehr notwendig. "Wir sind hier durchaus in einem Testmodus", räumt Dr. Ina Terwey ein, "und wollen abwarten, wie sich das Format Händlermesse weiterentwickelt, denn wir sehen auch eine große Zukunft im Bereich der Anwendermessen." Und der Termin? "Der hat den Rhythmus in der Entwicklungsabteilung schon etwas durcheinandergebracht",

Kabellos arbeiten mit voller Power! Die BAIER Akku-Werkzeuge für PROFIS



MADE IN GERMANY



Die Akku-Werkzeuge mit kraftvollem Brushless-Motor verbinden alle Vorteile der PROFI-Lösungen von BAIER mit kabelloser Freiheit.

- Netzunabhängiges Arbeiten auch bei energieintensiven Anwendungen
- Schnelles Dosensenken mit der kompakten 18-V-Akku-Diamant-Trockenbohrmaschine ABDB 82
- Effektives Fräsen bis 22 mm mit der Akku-Diamant-Mauernutfräse ABDN 20
- Präzises Trennen, Schruppen, Schleifen und mehr mit dem extrem vielseitigen Akku-MultiTool ABMT 76
- 100 % kompatibel mit Ladegeräten und Akku-Maschinen im Cordless-Alliance-System (CAS)

BAIER - die Marke für PROFIS Mehr Informationen unter www.baier-tools.com

berichtet Dr. Terwey, da lange die Ausrichtung auf die Messe Anfang März erfolgte. Aber, und damit steht Pferd Rüggeberg nicht allein, der feste Rhythmus ist nicht zuletzt durch die letzten beiden Jahre aufgeweicht: "Es wird nichts mehr zurückgehalten, was fertig ist", so der Kommentar, wobei sich der Märztermin durchaus wieder als Zieltermin für Innovationen etablieren könne, wenn die Situation die Bedingungen dafür liefert.

Eine gegenteilige Reaktion kommt vom Hammerhersteller Picard, der zusammen mit der Unternehmensmutter Halder auf der IEM ausstellt: "Wir sind mit dem größten Messestand vertreten, den wir jemals aufgebaut haben", berichtet Daniel Gasperi, nicht ohne auf die Veränderungen im Vertrieb und in der Funktion der Messe in den letzten Jahren resp. Jahrzehnten hinzuweisen: "Dort wurden Neuheiten vorgestellt, die vorher noch nicht präsentiert wurden und Händler haben sich dort entschieden, das Produkt aufzunehmen. Das ist heute nicht unbedingt mehr so." Für ihn ist die IEM die wichtigste internationale Plattform, die sich branchenweit für ihn bietet und auf der

in den letzten Wochen aedreht, von einem überwiegenden nein zu einem "doch Vorbeischauen".

VERSTÄRKT HANDELSRELEVANZ SCHAFFEN

Für Dr. Paul Kellerwessel ist die IEM ein gesetzter Termin. Sein Haus ist mit allen Einkäufern der beiden Standorte in Köln vertreten, um Gespräche mit den bestehenden Lieferanten zu führen. Zusätzlich kann jeder Mitarbeitende, der zur Messe möchte, dies am Messesonntag tun. "Es ist einfach wichtig, die Neuheiten in die Hand zu nehmen und den haptischen Eindruck zu gewinnen", so Dr. Kellerwessel. Neben dem Produkterlebnis ist für ihn der persönliche Austausch auf der Messe elementar wichtig: "Das ist durch keine Videokonferenz zu ersetzen", ist seine in der Coronazeit gemachte Erfahrung.

Zurückhaltender äußert sich Thomas Gerwens, der vor allem nach dem Fortbleiben der Elektrowerkzeughersteller die Relevanz der IEM nicht mehr so hoch ansetzt, zumal es inzwischen verschiedene alternative Angebote wie Roadshows oder die Websites und digitale Angebote der Hersteller und auch eine intensive

mer mit dem Außendienst." kommentiert Dr. Kellerwessel diesen vermeintlichen Widerspruch. Und auch Thomas Gerwens sieht dieses Gespräch als sehr wichtig an: "Messe besucht man nicht für den Status Quo, sondern um die Themen der Zukunft zu besprechen: Wo will man hin und wie kann man das gemeinsam erreichen."

Insgesamt herrscht in der Diskussionsrunde dazu weitgehend Konsens, nicht ohne dass Matthias Becker die wichtige Überblicksfunktion der IEM und die Möglichkeit, "aus dem eigenen Kosmos herauszukommen" noch einmal betont und Aspekte wie zum Beispiel das Sourcing von Händler-Eigenmarken als deutliches Plus der Veranstaltung herausstellt: "Eigenmarken lassen sich nicht digital einkaufen", betont er und hebt hervor, dass auf der kommenden Veranstaltung die Türkei als Herkunftsland bei den Ausstellern an dritter Stelle steht. Das hat mit Reduzierung der Ausstellerzahl aus Asien genauso zu tun wie mit der Liefersituation aus

Die Wichtigkeit der Gespräche "auf höherer Ebene" wird von den Herstellern ebenfalls unterstrichen, hier kommt aber die starke internationale Ausrichtung der Veranstaltung in Köln zum Tragen. Vor allem für Unternehmen, die die IEM zum Ausbau und zur Festigung des internationalen Netzwerkes benötigen, sind die Messetage als limitierender Faktor für die Gespräche mit dem deutschen Fachhandel gegeben.

Für die Relevanz einer Handelsmesse kommen also verschiedenste Faktoren zusammen, von der Vorstellung von Innovationen über die Präsenz der gewünschten Ansprechpartner. Kommunikation im Vorfeld und eine gute Planung der Veranstaltung sind deshalb für Aussteller wie für Besucher von entscheidender Bedeutung. Und hier kommt die Digitalisierung als wichtige Hilfestellung ins Spiel.

Dr. Ina Terwey (re.) sieht alle Beteiligten der IEM derzeit in einer Findungsphase, für die die kommende Veranstaltung wichtige Erkenntnisse und Impulse bringt.

die ganze Kompetenz der beiden Marken Picard und Halder gemeinsam als Weltmarktführer im Bereich Hämmer dargestellt werden soll. "Wir brauchen die IEM als Netzwerkort für die Kontakte von Osaka bis Kalifornien, die wir mit unserer dreiköpfigen Vertriebsmannschaft so konzentriert nur in Köln erreichen." Für Gasperi bedeutete die IEM immer, ganze Tage in den Besprechungskabinen zuzubringen, um alle sich in Köln bietenden internationalen Kontakte zu realisieren: "Es gibt keine effizientere Messe dafür als die IEM", sagt er, "wir wissen nicht, ob das in diesem Jahr auch so sein wird, sind aber verhalten optimistisch." Denn seiner Einschätzung nach, die auch von anderem am Tisch geteilt wird, hat sich die Besuchsneigung der IEM

Betreuung durch den Außendienst der Lieferanten gibt. Dazu kommt für ihn, dass der Aspekt, sich einen Überblick zu verschaffen, nur noch gering ausgeprägt ist: "Im Rahmen einer Sortimentskonzentration geht es mehr darum, mit den vorhandenen Lieferanten zu wachsen und die vorhandene Kompetenz zu stärken, als sich auf einer Messe umzuschauen und neue Lieferanten aufzunehmen", so Thomas Gerwens. "Allerdings", räumt er ein, "jetzt nach Corona ist es natürlich interessant, wieder persönlich vor Ort zu sein."

Die Suche nach neuen Lieferanten auf der Messe ist für beide Vertreter aus dem Handel nachrangig. "Dafür müsste ein potenzieller neuer Lieferant schon im Vorfeld des Messebesuches auf seine Innovation hinweisen und diese intensiv kommunizieren", so Dr. Kellerwessel. Während der Messe ist das Hauptanliegen, mit den Lieferanten zu sprechen, mit denen ohnehin zusammengearbeitet wird. Und das zusätzlich zur Au-Bendienstbetreuung? "Es ist nicht von Nachteil, wenn man das eine oder andere Problem einmal auf der nächsthöheren Ebene besprechen kann und nicht im-

DIGITALE MÖGLICHKEITEN NUTZEN

Die Internationale Eisenwarenmesse wird als hybride Messe umgesetzt. Neben der direkten Präsenz per Messestand können Aussteller also auch auf der digitalen Plattform ihre Produkte präsentieren. Und nicht nur das: Firmen sind auch als rein digitale Aussteller willkommen, das bedeutet, eine Präsentation ohne Messestand allein im Netz ist möglich.

"Wir stellen fest, dass die Bedürfnisse in den einzelnen Branchen sehr unterschiedlich sind, was die Nutzung digitaler Angebote angeht", berichtet Fabian Ströter, "die eine Form der hybriden Messe gibt es nicht. Das mussten wir auch als Koelnmesse lernen und jeweils unterschiedliche Angebote für unsere Veranstaltungen entwickeln." Bei der IEM ist die Nachfrage nach rein digitalen Präsentationsmöglichkeiten bisher eher gering ausgeprägt, auch aus dem Ausland nutzen nur wenige nicht-ausstellende Unternehmen diese Möglichkeit. "Es sieht ganz danach aus, dass der haptische Produkteindruck und das direkte, persönliche Gespräch die zentralen Elemente sind, die für die Branche mit der IEM verbunden sind", kommentiert

Dagegen würden die weiteren digitalen Angebote vor allem im Bereich der Kontaktanbahnung und der Vorplanung der Messe intensiv genutzt, weil diese direkten Mehrwert gegenüber einer digitalen Markenpräsentation lieferten, die auch von Herstellern selber





Matthias Becker (2.v.l.) sieht die Vorzeichen der diesjährigen Veranstaltung durchaus positiv.

ins Netz gestellt werden können "Hier in Köln treffen Sie Ihre Kunden physisch, der Vorteil ist das Verschmelzen von physisch und digital, wenn Kontakte im Vorfeld angebahnt und über die Messe hinaus über die App oder unsere digitale Branchenplattform Eisenwarenmesse@home fortgeführt werden können", so der Digitalexperte der Koelnmesse.

Darüber hinaus ist das gesamte Vortragsprogramm, das während der Internationalen Eisenwarenmesse durchgeführt wird, auch über den Messetermin hinaus für einige Zeit noch online abzurufen. Dadurch können auch diejenigen, die nicht vor Ort oder die ganze Zeit in Gesprächen sind, die Informationen zu wichtigen Themen von der Energieeinsparung bis hin zur Liefersituation erhalten.

Die Möglichkeiten, den Ausstellern auch während der Veranstaltung potenziell interessierte Besucher und den Handelsbesuchern interessante Lieferanten näherzubringen, werden von der Koelnmesse weiter ausgebaut. Noch nicht für diese IEM, aber für folgende Veranstaltungen können dann 2.000 auf dem Messegelände verbaute Beacons eingesetzt werden, Besucher zu lokalisieren und über Push-Nachrichten gezielt auf einzelne Aussteller in der direkten Umgebung hinzuweisen. "Dann laufen nicht einfach Besucher über den Gang am Messestand vorbei, sondern diese können von unseren Ausstellern basierend auf den Präferenzen unserer Besucher gezielt über die Messe-App angesprochen und automatisch benachrichtigt werden", beschreibt Ströter die neuen Optionen.

Auch wenn von Händler- und Ausstellerseite diese Angebote teilweise für die Vorbereitung des Besuches genutzt werden, herrschte am Tisch Einvernehmen, dass die Hartwarenbranche hier sicherlich nicht zu den First Movern gehört. "Wir füllen unsere Terminlisten noch sehr klassisch und glauben, die richtigen Ansprechpartner zu erreichen", beschreibt Gasperi das Vorgehen, das bislang mit Erfolg umgesetzt wird.

HANDELS- ODER ANWENDERMESSE

"Die Internationale Eisenwarenmesse hat für uns als Handelsmesse eine große Bedeutung, wir sehen aber auch ein großes Potenzial in den Anwendermessen", so Dr. Ina Terwey zum Stellenwert der IEM. Dem pflichten die weiteren Herstellervertreter am Tisch bei, die auf den direkten Kontakt zu den Anwendern ihrer Werkzeuge auf den entsprechenden Messen auf keinen Fall verzichten wollen. "Picard übernimmt das Vorstellen der Produkte mit und geht dafür auf Anwendermessen, auf Hausmessen etc., hier gibt es die di-

rekte Resonanz von den Anwendern auf unsere Produkte", sagt Daniel Gasperi, "aber wir tun dies, ohne das andere, die Präsenz auf der Handelsmesse, zu lassen! Mit einem klaren Konzept könnten wir uns aber auch Anwender als Besucher in Köln vorstellen, auch wenn wir damals nicht erfreut waren, als diese Öffnung auf einer Veranstaltung erfolgt ist."

Offen für weitere Besucherzielgruppen zeigt sich auch die Koelnmesse. Es gehe darum, Produkte zu inszenieren und dies könne dann auch für Anwender erfolgen, skizziert Matthias Becker die Überlegung. "Wir wollen weiter eine B2B-Messe bleiben, sind aber, da sich auch die Distributionsstrukturen zum Beispiel im Onlinehandel, der nicht nach Zielgruppen differenziert, ändern, vollkommen offen, etwa Handwerker relevanter Gewerke zu adressieren", meint Becker, der aber auch die starke Konkurrenz anderer Veranstaltungen in diesem Umfeld sieht. Eine Messe könne aber nicht protektionistisch sein und den Herstellern bestimmte Vertriebswege vorgeben, sagt er mit Verweis auch auf D2C-Aktivitäten von Herstellern oder die Präsenz des Handels bei Ebay und Amazon.

Eine solche Öffnung wird von der Handelsseite am Tisch nicht geschätzt: "Wo ist dann noch der Mehrwert des Fachhandels", fragt Thomas Gerwens. Und Dr. Paul Kellerwessel fügt hinzu: "Es würde bei uns keine Begeisterung auslösen, wenn wir unseren Kunden auf der Messe begegnen", sagt er, "bei einzelnen Großkunden ist dies unumgänglich, aber wenn es eine Handelsmesse ist, soll es auch eine solche bleiben."

DIE BRANCHENMESSE VOR DER HAUSTÜRE HALTEN

Große Einigkeit besteht bei allen Gesprächspartnern dabei, dass die Internationale Eisenwarenmesse als die weltweit führende Branchenmesse auf jeden Fall in Köln gehalten werden soll, sozusagen als Heimspiel auf globalem Parkett. "Die Leute werden reisen, wenn sich das Gesamtpaket lohnt", ist die Erfahrung, die Matthias Becker aus anderen Veranstaltungen der Koelnmesse zieht und bestätigt die Trendumkehr bei der Besucherresonanz hin in Richtung Präsenz auch internationaler Einkäufer für die kommende Veranstaltung. Daneben zeige sich aber auch eine Tendenz zur Kontinentalisierung von Messen, nicht allein durch erschwerte und deutlich teurere Reisemöglichkeiten, sondern auch durch wieder erstarkende Wirtschafts-

MEINE LEUCHTE immer parat.



Jetzt entdecken auf www.parat.de





räume und geopolitische Abgrenzungen. Diese Tendenz macht es gegebenenfalls notwendig, in den einzelnen Regionen als Veranstalter und als Branche präsent zu sein. Ein Beispiel dafür - abseits der Geopolitik - ist die International Hardware Fair Italy (ehemals Hardwareforum Italy) in Bergamo, die auf die kleinteilige Händlerstruktur in Italien und den angrenzenden Regionen zugeschnitten ist und deren Zielgruppe nicht den Schritt auf internationale Messen macht.

Die Attraktivität der IEM hoch und sie als Branchenplattform in Köln zu halten, ist auch für die Aussteller von großer Bedeutung, insbesondere die Unternehmen, die eine räumliche Nähe zu Köln haben: "Die Internationalität der IEM ist für uns ein ganz wesentlicher Punkt, wir können und möchten hier unsere Kunden aus dem Ausland begrüßen, nicht zuletzt weil die nahe Anbindung zu unserem Werk besteht", sagt Carsten Scholz. Dem pflichtet Daniel Gasperi entschieden bei: "Die Schulungs- und Besprechungstermine

bei uns im Haus in Wuppertal sind rund um die Messe komplett ausgebucht, viele Besucher der IEM verlängern ihren Aufenthalt. Diesen Vorteil wollen wir natürlich weiter ausspielen und die Weltmesse vor der Türe behalten." "Wir verstehen unser Geschäftsmodell nicht als Selbstzweck, sondern wir handeln im Kundenauftrag: Solange der Markt uns signalisiert. dass Eisenwarenmesse gebraucht wird, arbeiten wir daran, dass die Messe auch weiterhin das wahrscheinlich größte Branchennetzwerk weltweit bleibt, das die persönliche Begegnung ermöglicht. Und das tun wir in einem dynamischen

Umfeld und von Veranstaltung zu Veranstaltung", so Matthias Becker. Deshalb hat die Koelnmesse ihre Kommunikation noch stärker auf diesen Aspekt fokussiert und für alle Beteiligten besteht die Verpflichtung, die Attraktivität der Veranstaltung hoch zu halten.

DIGITALE AUSBAUSTUFEN

Die Plattform der Messe attraktiv zu halten, dazu gehören auch weitere digitale Ausbaustufen. Dabei rückt die Koelnmesse die Besucher- und Ausstellerorientierung in den Mittelpunkt, ebenso wie die bereits angesprochenen individuellen Branchengegebenheiten. "Wir fokussieren uns auf zwei Bereiche", erläutert Fabian Ströter, "zum einen die Weiterentwicklung digitaler Werkzeuge zur Unterstützung der Aussteller und Besucher, zum anderen auf die Entwicklung von neuen digitalen Produkten für die Branche, welche den begrenzten, physischen Veranstaltungszeitraum verlängern." Für ihn zählt dazu die weltweite Vernetzung der

Männerwirtscha ist noch keine Warenwirtschaft!

Branche über das Mittel der global aufgestellten Marke IEM – insbesondere bei einer Verstärkung der Kontinentalisierung von Messen. Als globaler Partner bieten wir der Branche mit unseren weltweiten Messen bereits jetzt wichtige Plattformen und Zugang zu weltweiten Kontakten", so der Digitalexperte.

Und das Metaverse? "Selbstverständlich behalten wir solche Entwicklungen im Auge", so Ströter, "aber auf diesem Weg sind noch viele Schritte zu gehen -Stichwort Hartwarenbranche und First Mover." Die primäre Ausrichtung der Aktivitäten ist für ihn, den USP der Internationalen Eisenwarenmesse, die persönliche Begegnung und das haptische Produkterlebnis, digital weiter zu stärken sowie den digitalen Austausch und die Vernetzung ganzjährig zu verlängern.

Für Dr. Terwey ist es für alle eine Findungsphase, wie mit der IEM in der Gemengelage von Anwendermessen, digitaler Kommunikation, intensiven Außendienstbeziehungen und persönlicher Kommunikation auf höherer Ebene umgegangen wird. "Die einen reduzie-

Für Daniel Gasperi (2.v.l.) stellt die IEM die wichtigste internationale Branchenplattform dar.

ren ihre Standgröße, andere vergrößern und wieder andere setzen aus, nach der diesiährigen Veranstaltung wird sich weiter planen lassen", so Dr. Terwey, "entscheidend ist die Antwort auf die Frage, wie sich aus der Veranstaltung nicht zuletzt vor dem Hintergrund der Kosten ein adäguater Mehrwert entwickeln lässt. Hier können möglicherweise auch die digitalen Leistungen der Koelnmesse bei der Bewertung helfen. Und letztendlich werden sich auch die digitalen Formate zielgruppenorientiert weiterentwickeln müssen, um die Wahrnehmung zu erhalten, die wir ausstellerseitig erwarten."

MESSEN ZUKUNFTSFÄHIG MACHEN

Eine lange Vorausplanung, da sind sich alle Gesprächspartner am Tisch einig, wird es nicht mehr geben können. Nur in der flexiblen Anpassung an Entwicklungen wird eine Messe als Faktor in der Branche weiter bestehen können. "Messen sind Bestandteile des Marketingmixes, deshalb muss das Produkt gut sein", sagt Matthias Becker. Dafür ist aus seiner Sicht immer wieder die Anpassung an den Markt notwendig. "Wir stehen im Wettstreit nicht nur mit anderen Messegesellschaften und Messeformen, sondern auch mit digitalen Tools, anderen Marketingansätzen und vielen anderen Einflussfaktoren. Aber Disruptionen hat es auch bei der Internationalen Eisenwarenmesse immer wieder gegeben, zum Beispiel beim Fernbleiben der ganz großen Elektrowerkzeughersteller. Deshalb sehen wir uns in der langen Evolution der Veranstaltung gut aufgestellt."

Dass aber die persönliche Begegnung weiterhin von großer Bedeutung ist, ist ebenso Konsens: "Digitale Möglichkeiten ersetzen nicht das persönliche Gespräch, zur Bildung von Vertrauen und wechselseitigem Respekt ist immer noch die persönliche Begegnung notwendig, ab einer gewissen Vertraulichkeitsstufe ist es erforderlich, dass man dem Gegenüber in die Augen sehen kann, seine Mimik und Gestik erkennt", so Dr. Paul Kellerwessel. In dieser Einschätzung wird er von Thomas Gerwens unterstützt: "Geschäfte werden zwischen Menschen gemacht und die Messe ist dafür der Marktplatz. Das Digitale hilft zum Beispiel Sortimentsabbildungen zu liefern, statt alles auf dem Messestand zu haben oder auch Impulse für die interessante Gestaltung der Stände zu geben, "Wichtig ist

> für Gerwens auch, dass eine Messe die Leidenschaft bei der nachrückenden Generation für die Branche wecke und Anlass gibt, sich für die Branche zu begeistern.

> "Der persönliche Kontakt wird und muss weiter bestehen bleiben", unterstreicht auch Carsten Scholz, "die Eisenwarenmesse hat mit ihrer hohen Internationalität die Strahlkraft, diesen bei einem hohen Niveau der Veranstaltung weiter zu ermöglichen." Inhaltliche Qualität mahnt auch Daniel Gasperi an: "Die Aussteller können sich ihre Internationale Eisenwarenmesse in Köln erhalten, indem sie da sind und den Hotspot für das Networking in der Branche

weiter gehaltvoll gestalten." Dass dafür die Anpassung von Veranstaltung zu Veranstaltung und die weitere Digitalisierung notwendig ist, steht für ihn außer Frage. Dass sich die Branche gemeinsam der Herausforderung Digitalisierung stellen muss, ist auch für Fabian Ströter unverzichtbar. "Wir sind als Koelnmesse bereit dazu, brauchen aber auch Sie dazu. Wir werden jetzt erste Schritte gehen und dann auf das Feedback warten, um den Weg der Internationalen Eisenwarenmesse entsprechend anzupassen."

Bei der Frage der Zukunftsfähigkeit weist Dr. Ina Terwey zu den branchenspezifischen Erfordernissen darauf hin, die Megatrends im Blick zu behalten: "Natürlich die Digitalisierung, aber auch Aspekte wie der Generationswechsel, dem vielleicht durch einen stärkeren Eventcharakter Rechnung getragen werden kann, der wichtige Aspekt der Nachhaltigkeit zum Beispiel bei veränderten Reisegewohnheiten und der Beachtung des CO₂-Footprints – das alles sind Faktoren, die in die Weiterentwicklung der Veranstaltungen einbezogen werden müssen." Ihre Konsequenz: Alle Beteiligten sind zu höchster Agilität, Flexibilität und dem Probieren von Neuem verpflichtet.

Aber ohne das Feedback aller Beteiligten kann diese zukunftsfähige Weiterentwicklung nicht gelingen. Reden wir also in Köln miteinander!



INTERNATIONALE EISENWARENMESSE 2022

Vielseitig, persönlich, hybrid

Die Internationale Eisenwarenmesse (IEM) ist nach zwei Jahren pandemiebedingter Absage und Verschiebung aus Sicht des Veranstalters auf Kurs für eine erfolg-

reiche Veranstaltung. Deutsche und europäische Anbieter seien stark vertreten und auch über den europäischen Kontinent hinaus ließe sich das Teilnehmerfeld sehen. Die Eisenwarenmesse@home biete über den Besuch in Köln hinaus Möglichkeiten der Vernetzung – auch mit solchen Anbietern, die nicht in Köln ausstellen.

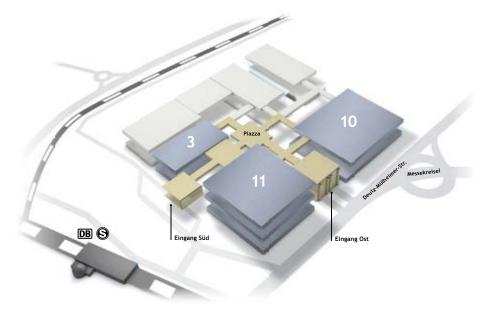
"Wir sind sehr zufrieden damit, wie die Veranstaltung sich derzeit darstellt. Wir hatten zwar einige Absagen zu verkraften, aber wir sehen auch erstaunliche Entwicklungen bspw. im europäischen Markt, wie enorme Flächenzuwächse aus der Türkei. Gewohnt stark treten Deutschland, Süd- und Osteuropa sowie die Niederlande auf. Und auch Indien ist auf stabilem Buchungsniveau. Alle Segmente werden in gewohnter Qualität auf der IEM zu finden sein", freut sich Matthias Becker, Director der IEM.

Die IEM 2022 bietet der Branche die Möglichkeit, sich einen Überblick zu verschaffen und eine Vielzahl von Geschäftspartnern endlich wieder persönlich zu treffen. Einkäufer und Handelsvertreter freuen sich schon jetzt auf das Event - mit EDRA/GHIN, BHB, BME und dem ZHH stehen große Verbände fest an der Seite der IEM. Die gestiegene Besucherqualität wurde auch schon auf anderen Veranstaltungen seit Re-Start deutlich: "Wir sehen branchenübergreifend, dass diejenigen, die sich auf den Weg zu unseren Messen

> Die Ausstellungsflächen sind zur September-Veranstaltung der Internationalen Eisenwarenmesse so arrondiert, dass sie über die Eingänge Ost und Süd (im Bild) schnell zu erreichen sind. (Foto/Abb.: Koelnmesse)







machen, mit ganz klaren Zielen und viel Entscheidungskompetenz ausgestattet sind", so Matthias Becker.

DIGITALISIERUNG ERMÖGLICHT NEUE WEGE

Aufgrund anhaltender Reisebeschränkungen müssen zwar viele Unternehmen aus dem asiatischen Raum auch 2022 noch einmal aussetzen. Doch wenn möglich, schicken sie ihre Produkte und vertrauen auf ihre Vertretungen aus anderen Kontinenten, diese vorzustellen. Oder sie gehen ganz neue Wege: Zum ersten Mal kommen remote bespielte Stände zum Einsatz, bei denen die Produkte vor Ort in Köln ausgestellt sind, die Ansprechpartner aber digital zugeschaltet werden.

Auch für Besucher, die nicht anreisen können, hat die Koelnmesse eine neue Lösung gefunden: Wer möchte, kann branchenkundige "Fair Scouts" buchen. Diese nehmen den Besuchern entweder mit dem entsprechenden Equipment auf einen virtuellen Rundgang über das Messegelände oder sehen sich auf ein Briefing hin Produkte an und führen bereits erste Gespräche. Die Internationale Eisenwarenmesse wird somit zum hybriden Event – nicht nur durch die neue Eisenwarenmesse@home Plattform. Auf dieser können beispielsweise auch verpasste Events nachträglich on demand geschaut werden. Herzstück ist aber das Net-

working und hier besonders der sogenannte Discovery Graph: Er schlägt Kontakte vor, die auf das eigene Profil passen. Seit dem 1. August können Aussteller ihre Profile auf der Eisenwarenmesse@home pflegen, seit dem 12. September hatten nach dem Ticketkauf auch Besucher Zugang.

Die Internationale Eisenwarenmesse 2022 findet in den Hallen 3, 10 und 11 der Koelnmesse statt.

ECOMMERCE AREA KOMPLETT AUSGEBUCHT

Highlight-Event im Jahr 2022 ist die lange geplante und nun endlich umgesetzte eCommerce Area, kuratiert von Michael Atug. Die Expo rund um Shopsysteme, ERP, elektronisches Payment, Hosting oder Search Engine Optimization wird während der IEM am 27. und 28. September 2022 stattfinden und ist mit über 30 Anbietern ausgebucht. Unter anderem werden eBay, Facebook, DHL & Shopware mit dabei sein. Mehr Infos: https://www.eisenwarenmesse.de/events/ecommerce-area/

Auch der "Eisen Award powered by ZHH" wird 2022 wieder live vergeben: Die Internationale Eisenwarenmesse und der Zentralverband für Hartwarenhandel e.V. (ZHH) begeben sich erneut auf die Suche nach herausragenden Erfindungen in drei Kategorien. Am ersten Messetag, dem 25.09.2022 um 10.00 Uhr, werden im EISENforum die Gewinner gekürt.

Tag des Auszubildenden anlässlich der IEM

Zum 6. Mal lädt der Arbeitskreis Werkzeuge (AKW) im Zentralverband Hartwarenhandel e.V. (ZHH), Düsseldorf, anlässlich der Internationalen Eisenwarenmesse 2022 in Köln alle Auszubildenden des Werkzeug- und Eisenwarenfachhandels zum "Tag des Auszubildenden" ein. Die Auszubildenden können im Rahmen dieser Brancheninitiative die wichtigste Werkzeugmesse näher kennen lernen.

Am letzten Messetag, am Mittwoch, den 28. September 2022, erwartet die Auszubildenden wieder ein Fragenkatalog, der an den Messeständen der teilnehmenden Hersteller zu beantworten ist. Auf diese Art und Weise wird den Auszubildenden die Gelegenheit gegeben, die Vielfalt der Werkzeugbranche zu erleben, mehr über die Produkte im Werkzeug-, Befestigungs- und Industriebedarf zu erfahren, aber auch einen ersten persönlichen Kontakt zu den jeweiligen Herstellern und ihrem Produktangebot aufzubauen.

Zusätzlich winken den teilnehmenden Auszubildenden attraktive Preise der Hersteller bei einer Verlosung. Unterstützt wird die Initiative von der Koelnmesse, die u.a. auch für einen Mittagsimbiss der Auszubildenden sorgt. Die Anmeldung der Auszubildenden ist direkt beim AKW oder über das Anmeldeformular auf der Internetseite des ZHH www.zhh.de möglich, .



Marken und Produkte auf der Internationalen Eisenwarenmesse



Vom 25. bis 28. September findet in den Kölner Messehallen wieder die Internationale Eisenwarenmesse. Nach erzwungener Messepause und zu einem ungewohnten Termin ist die Branche zu dieser Sommeredition der Veranstaltung eingeladen, sich wieder persönlich zu treffen, Neuheiten und Pro-

dukte wieder in die Hand zu nehmen und das persönliche Netzwerk zu erweitern. Eine punktuelle Vorschau auf Produkte und Markenpräsentationen finden Sie nachfolgend.

Problemlöser Keramikkorn

Keramikkorn gilt als hochmodernes Schleifmittel, das aggressives Schleifen mit höchster Abtragsleistung ermöglicht – Pferd bietet innovative Ausführungen für effiziente Problemlösungen und zeigt diese und Vieles mehr auf der Internationalen Eisenwarenmesse.

Gerade die Bearbeitung harter schlecht wärmeleitender Werkstoffe, z.B. korrosionsbeständiger Nickelund Kobaltbasislegierungen, Titan und extrem harter Werkstückoberflächen, wie sie in der Luft- und Raumfahrt, aber auch im Turbinen- und Kraftwerksbau vorkommen, stellt hohe Anforderungen an das Schleifwerkzeug. "Hier haben sich zuletzt Werkzeuge mit Keramikkorn als besonders geeignet erwiesen", berichtet Ralf Heimann, Produktmanager beim Marienheider Hersteller von Werkzeugen für die Oberflächenbearbeitung und zum Trennen, Pferd. "Keramikkorn ist ein hochmodernes Schleifmittel, das aufgrund seiner hohen Zähigkeit, seiner speziellen Kornstruktur und des daraus resultierenden Selbstschärfeffektes, gerade für die Bearbeitung dieser anspruchsvollen Werkstoffe bevorzugt von unseren Kunden eingesetzt wird." Zusätzlich schätzten die Kunden, dass schleifaktive Zusätze im Belag das Zusetzen der Werkzeuge verhindere und einen kühleren Schliff bewirke. "Ein besonderer Vorteil bei diesen schlecht wärmeleitenden Werkstoffen, weil damit eine thermische Überlast und damit einhergehend ungewollte Gefügeänderungen im Werkstück vermieden werden können", betont der Pferd-Produktmanager.

Aber auch in der Bearbeitung von Edelstahl (Inox) habe sich Keramikkorn zunehmend verbreitet, so Heimann, "weil wir hier ähnliche Anforderungen an Schleifwerkzeuge sehen. Auch hier gilt es die Wärmelast zu minimieren."

Pferd habe in den vergangenen Jahren eine ganze Reihe innovativer Werkzeuge entwickelt, die – nicht nur in Verbindung mit Keramikkorn – zu echten Problemlösern wurden. Zum Beispiel das Combiclick-System. Combiclick sei in erster Linie ein Fiberschleifer

> basiertes System, das sich optimal für die stufenweise Bearbeitung von grob bis zur Spiegelpolitur eigne.

Keramikkorn gilt als Problemlöser, nicht nur auf schlecht wärmeleitenden Materialien, sondern auch auf Edelstahl (Inox). (Fotos: Pferd/Rüggeberg)



PREMIUM TOOLS LIVE ERLEBEN



ENTDECKEN SIE UNSERE PRODUKTNEUHEITEN







www.hellertools.com



Das innovative Schnellspannsystem erlaube die Montage des Fiberschleifers mit nur einem "Klick" und ermögliche durch seinen speziellen Tragteller einen kühlen Schliff. Die neue Ausführung Keramikkorn CO-Cool-Contour sei zudem aufgrund ihrer Außenkontur sehr flexibel und anpassungsfähig. "Damit verhindern wir Riefenbildung und ungewolltes Einschneiden in das Werkstück", hebt Heimann hervor.

Combiclick-Werkzeuge mit Keramikkorn würden vornehmlich zum Egalisieren, zur Flächen- aber auch zur punktuellen Kanten- und Schweißnahtbearbeitung und zum Entgraten eingesetzt. Ebenso beliebt sei die kürzlich vorgestellte Ausführung RS der Combidisc-Schleifblätter. "Diese Ausführung eignet sich hervorragend zum Beschleifen von rückwärtigen Reparaturschweißungen, z. B. in Cases, Slots und Nuten von Triebwerken sowie zur Bearbeitung von aufgeschweißten Combustor-Blechen", so der Produktmanager. Anders als bei herkömmlichen Schleifblättern befinde sich der Schleifbelag an der Unterseite des Werkzeuges, wodurch ein rückseitiges Arbeiten ermöglicht



Das innovative Schnellspannsystem Combiclick erlaubt die Montage des Fiberschleifers mit nur einem "Klick" und ermöglicht durch den speziellen Tragteller einen kühlen Schliff.

Das Pferd-Programm umfasse insgesamt mehr als 1.000 unterschiedliche Keramikkorn-Werkzeuge, darunter neben den bereits erwähnten Fiberschleifern die bewährten Combidisc-Schleifblätter, eine Vielzahl von Kurz- und Langbändern, Bänder für pneumatische Schleifwalzen, Schleifhülsen, -rollen und -kappen, Fächerschleifer, Fächerräder sowie Polivlies- und Polifan-Fächerscheiben. Eingesetzt werden diese Werkzeuge auf handelsüblichen Maschinen und Antrieben, z.B. auf Winkelschleifern, auch Akku betrieben, auf Geradund Bandschleifern, auf Walzen- oder Biegwellenantrieben.

Ralf Heimann fasst zusammen: "Es ist natürlich in erster Linie das Schleifmittel Keramikkorn, das hohe Effizienz in der Bearbeitung mit sich bringt. Aber es braucht natürlich auch immer die richtige Form des Werkzeuges, die richtige Abmessung und dann eben auch die richtige Korngröße, um optimale Arbeitsergebnisse zu ermöglichen. Und da bietet das Pferd-Programm eine Vielzahl von Problemlösungen an."

HALLE 10.2 STAND E001 F001



Feiert Prämiere auf der Eisenwarenmesse: Die "Munk Edition" der Stufen-Sicherheitsleiter (Foto: Munk Günzburger Steigtechnik)

Viele heiße Eisen im Feuer

Die Ausgabe 2022 der Internationalen Eisenwarenmesse ist eine ganz besondere für die Munk Günzburger Steigtechnik, denn das Unternehmen präsentiert sich in Köln mit seinem neuen Markenauftritt unter dem Dach der Munk Group. Mit dabei am Messestand sind sämtliche Neuheiten aus dem Steigtechnik-Sortiment, wie zum Beispiel die Marktneuheit Stufen-Seilzugleiter, die exklusive "Munk Edition" der Stufen-Sicherheitsleiter sowie das Ein-Personen-Gerüst FlexxTower und die Kleinsthub-Arbeitsbühne FlexxLift. Ihre Neuheiten und Klassiker aus dem Produktprogramm präsentiert die Munk Günzburger Steigtechnik mit vielfältigen Live-Demos auf der Aktionsfläche. "Die Eisenwarenmesse ist der Branchentreff schlechthin. Umso mehr freue ich mich, dass wir uns in Köln wieder live präsentieren können. Seit der vergangenen Auflage im Jahr 2018 hat sich ja sehr viel getan. Es gibt also viel zu sehen bei uns", sagt Ferdinand Munk, der Inhaber und Geschäftsführer der Munk Group.

Die jüngste Innovation: Die jetzt entwickelte neue Stufen-Seilzugleiter lässt sich mit einem Handgriff von einer Länge von 3,62 Meter bis auf 6,42 Meter ausziehen. Ein paar Züge genügen – und schon ist die Leiter in Rekordzeit einsatzbereit. Die Entwicklung aus Günzburg ist die erste Seilzugleiter mit Stufen auf dem Markt und erfüllt damit sämtliche Anforderungen der TRBS 2121 Teil 2. "Ich freue mich sehr, dass wir unseren Partnern aus dem Fachhandel und aus der Industrie in Köln wieder eine ganze Fülle an Produkten vorstellen können, die wir konsequent nach unserer Maxime ,Sicherheit. Made in Germany' entwickelt haben", so Munk.

Am Stand können sich die Besucherinnen und Besucher der Eisenwarenmesse außerdem über das neue Schulungskonzept oder auch die Termine für die Roadshows der Munk Günzburger Steigtechnik, die Produkte der Munk Rettungstechnik sowie die umfangreichen After-Sales-Dienstleistungen des Geschäftsbereichs Munk Service informieren.

HALLE 3.2 STAND A001

Digitales Bandmaß

Sola präsentiert auf der Internationalen Eisenwarenmesse mit dem digitalen Rollbandmaß Cito einen praktischen Helfer für das Aufmaß, der Längen bis zu 5 m misst und den Messwert am Display anzeigt - wahlweise in mm oder cm. Für die unterschiedlichen Messanforderungen besitzt der Cito zwei Mess-Referenzpunkte an der Vorder- und Hinterkante. Dank der speziellen Nylon-Beschichtung ist das Band äußerst widerstandsfähig gegenüber Kratzern, Wasser und Chemikalien. Die permanente Bandbremse sichert das Band automatisch, wenn es ausgezogen ist. Ausgestattet mit der Schutzklasse IP54 ist der Cito geschützt vor Staub und Spritzwasser und eignet sich für Messungen im Innen- und Außenbereich.

Für Messungen ab der Vorderkante verfügt der Cito zudem über eine praktische Ablesehilfe, die gleichzeitig als Anschlagfunktion dient. Die digitale Anzeige kann selbst in dunkler Umgebung und aus jedem Blickwinkel optimal abgelesen werden. Die integrierte Bluetooth-Schnittstelle ermöglicht mit einem Knopfdruck die schnelle und fehlerfreie Übertragung von Messwerten vom Cito in die

Sola Measures App auf dem Smartphone. Mit der App lassen sich zudem Fotos oder Skizzen direkt bemaßen sowie Messergebnisse speichern, verwalten und mit dem Team teilen.

Das digitale Rollbandmaß trägt das Siegel "Solaflexready". Dies bedeutet, dass der Cito neben der Sola Measures App mit der speziell für das digitale Aufmaß entwickelten App Solaflex verwendet werden kann.

HALLE 10.1 STAND K031 J030

Das digitale Rollbandmaß Cito misst Längen bis zu 5 m und zeigt die Messwerte digital am Display an. (Foto: Sola-Messwerkzeuge GmbH)





Die neuen Wiha Messgeräte werden eines der Highlights beim diesjährigen Köln Messe-Auftritt des Handwerkzeugherstellers sein. (Foto: Wiha)

"Messbar mehr Wiha"

Mit neuem Messestand auf noch größerer Fläche wird Wiha "mehr Systeme, mehr Sortiments-Neuheiten, mehr PoS-Konzepte – einfach mehr von allem" zeigen, wie das Unternehmen ankündigt. Und das mit so viel Lust und Freude nach der langen Messe-Pause, dass vier Tage laut Marketingleiter Sven Wilde eigentlich gar nicht reichen.

Zu den diesjährigen Neuprodukt-Highlights zählt das neue Messgeräte Sortiment, welches eine ganze Bandbreite an Anwendungen abdeckt und mit größtem Messbereich am Markt auch die Wachstumsmärke eMobility und Photovoltaik bedient. Von neuen Spannungs- und Durchgangsprüfern über Digitale Multimeter bis zur Strommesszange: Mit insgesamt acht Neuprodukten im typisch rot-gelben Wiha-Design wird

Anwendern die Anschaffung von Handwerkzeug-Systemen sowie Messgeräten "aus einer Hand" ermöglicht. Für den Handel soll dies, parallel mit einem vollumfänglichen Marketing- und Kommunikationspaket sowie einer Vielzahl an PoS-Lösungen, ebenfalls "messbare" Vorteile bringen. Die im Frühjahr auf den Markt gekommenen PocketMax sind ebenfalls mit von der Partie. Die Magazin-Bithalter Schraubendreher im Hosentaschenformat fungieren als praktische Alltagsbegleiter und haben laut Hersteller das Potenzial neben Smartphone und Bleistift zur "Basisausstattung" in der Hemd- oder Hosentasche von Profis zu werden. Als Mitnahmeprodukt am PoS prädestiniert, wurden die Leichtgewichte nach Anwenderbedürfnissen entwickelt und decken eine konkrete Nachfrage nach einem Multi-

Live kann man sich außerdem von der Vielzahl an neuen System- und Sortimentslösungen überzeugen, allen voran den Wiha "Five Star Systems". Wilde erklärt: "Die Entscheidung klassische C-Produkte - z.B. einzelne Zangen oder Schraubendreher - zu größeren A-Produkten in durchdachten Systemen und Sortimenten zu bündeln, ergibt nicht nur für den Profianwender Vorteile. Genauso profitiert der Handel davon – in Sachen Marge, Prozessaufwand und Beratung.

HALLE 10.1, STAND F3/E4

tool im Kleinformat ab.

Mit Sicherheit innovativ

TOX präsentiert bei der Eisenwarenmesse innovative Befestigungslösungen für den Nassbereich und für mittelschwere und schwere Lasten an Gebäuden aus Holz. Befestigungen im Nassbereich sind eine Herausforderung. Aus diesem Grund bietet der Dübelspezialist TOX nun den Allzweck-Dichtdübel Aqua Stop Pro an. Dieser ermöglicht die sichere, abdichtende und zeitsparende Befestigung im Nassbereich. Die abdichtende Funktion des wasserblauen Allzweckdübels mit Edelstahlschraube ist in Anlehnung an die ETAG 022 und die DIN 18534 von einem unabhängigen Institut geprüft worden.

Ablagen, Duschtrennwände, Handtuchhalter im Bad; Hängeschränke und Regale in der Küche sind Spritzwasser ausgesetzt. Um den Baustoff, vor allem Gipskartonund Gipsfaserplatten, gegen Feuchtigkeit, Schimmelbildung und damit vor Bauschäden und die Bewohner vor Gesundheitsschäden zu schützen, ist die fachgerechte



Der TOX Allzweck-Dichtdübel Aqua Stop Pro dichtet ab und verknotet hinter Plattenbaustoffen. (Foto: TOX)

Abdichtung der Befestigung notwendig. Bislang war dies nur mit Dichtmitteln wie Silikon möglich – allerdings sehr zeitaufwendig und nicht dauerhaft wirksam. Mit dem neuen Allzweck-Dichtdübel von TOX wird in einem Arbeitsgang befestigt und abgedichtet.

Zudem erweitert TOX die Abstandmontagesysteme Thermo Proof und Thermo Proof Mini für Befestigungen an Gebäuden, die in Holzrahmenbau- und Ständerbauweise oder mit Wänden aus Brettsperrholz gefertigt sind. In Deutschland wird mittlerweile jedes fünfte Haus überwiegend aus Holz gebaut, in Baden-Württemberg gar jedes dritte. TOX hat für den Thermo Proof Wood die erste und bislang einzige allgemeine bauaufsichtliche Zulassung beim DiBt beantragt. Damit wird TOX zeitnah eine zugelassene Lösung für die Abstandsmontage von schweren Lasten wie Markisen und Eingangsüberdachungen an Holzgebäuden mit Dämmung anbieten.



PREMIUM TOOLS LIVE ERLEBEN



ENTDECKEN SIE UNSERE SERVICES

Verkaufsunterstützung am PoS



Digitale Austauschsysteme



Videos, Virtual Showroom



HALLE 11.1 STAND G038 H039

www.hellertools.com



CAS auf der Internationalen Eisenwarenmesse

"Ein Akku für alles" – was das in der Praxis heißt, zeigen die Partner des markenübergreifenden Akkusystems CAS an ihrem gemeinsamen Messestand auf der Internationalen Eisenwarenmesse. Das weltweit erste und größte markenübergreifende Akkusystem vereint derzeit mehr als 30 CAS-Partner unter einem Dach. Viele davon sind in Köln am gemeinsamen Messestand vor Ort. "Wir wollen den Handel und professionelle Anwender von CAS begeistern. Bei uns haben sie die Möglichkeit, die komplette CAS-Produktvielfalt an einem Stand zu erleben", sagt Thomas Zeller, Leiter des CAS-Partnerprogramms bei Metabo. "Wir bieten ein extrem breites Programm an mehr als 300 Spezialmaschinen – das ist am Markt einzigartig, jedes Gewerk wird bei uns fündig. Wer also CAS im Sortiment hat, kann Anwendern die gesamte Vielfalt an Akkumaschinen bieten und seine Zielgruppen so noch besser ansprechen und ausstatten. Denn mit unserer zentralen Bestellplattform CAS Connect bekommt jeder Händler, der mindestens eine CAS-Marke im Programm hat, Zugriff auf das gesamte CAS-Programm und kann die Maschinen vieler CAS-Partner bestellen", betont Zeller und ergänzt: "CAS ist die Nummer eins beim Kundennutzen – das stärkt natürlich auch das Geschäft unserer Händler. Welche Vorteile sie ihren Kunden bieten können und was maximale Produktivität heißt, wollen wir auf der Messe zeigen."

In verschiedenen, zielgruppenspezifischen Live-Demos zeigen die CAS-Partner, was hundertprozentige Akku-Kompatibilität in der Praxis heißt – je nach Anwendungsbereich sind verschiedene Maschinen im Einsatz. Von der Dach- und Holzbearbeitung bis hin zum Metallhandwerk – auf rund 250 Ouadratmetern können Besucher am CAS-Stand verschiedene Gewerke erleben.

"Am Messestand wollen wir auch mit neuen potenziellen CAS-Partnern ins Gespräch kommen. Als globale Leitmesse bietet die Internationale Eisenwarenmesse uns die Möglichkeit, CAS international bekannter zu machen", sagt Zeller. "Auch der Handel kann bei uns am Stand neue Kontakte knüpfen und sich mit unseren Partnermarken austauschen, um das eigene Sortiment an Akku-Spezialmaschinen für Kunden bestmöglich auszustatten", so Zeller.

"Mit CAS gestalten wir die Zukunft der Elektrowerkzeugbranche. Und in die Zukunft wollen wir gemeinsam gehen – mit vielen weiteren neuen Partnern und natürlich dem Handel. Um CAS live zu erleben, sich auszutauschen und neue Kontakte zu knüpfen, ist die Eisenwarenmesse der ideale Ort", resümiert Zeller.

HALLE 10.2 STAND D003 C002.

CAS (Cordless Alliance System) bietet dem Handel und professionellen Anwendern mit seiner großen Maschinenvielfalt zahlreiche Vorteile – live zu erleben auf der Internationalen Eisenwarenmesse. (Foto: CAS)





Systemlösungen für Anwendung und Vertrieb

Eine gute Position im stärker werdenden Wettbewerb findet, wer sich den Marktentwicklungen stellt und davon zu profitieren trachtet. Die zentrale Frage dabei für Lukas: Wie bieten wir den Kunden Mehrwert und Zusatznutzen? Auf der Internationalen Eisenwarenmesse will Lukas Kunden und Partnern zukunftsfähige Antworten geben. Im Fokus stehen gezielte digitale Händlerunterstützungen wie z.B. das Lukas-Standard- 360°-Datenpaket, der digitale Wissenstransfer und innovative Produkte. All das zum ersten Mal präsentiert mit einem Messestand im Design des neuen Markenauftritts.

Mit dem neuen Markenauftritt zeigt der Hersteller von Systemlösungen fürs Fräsen, Schleifen, Polieren und Trennen, dass das Unternehmen bereit ist, sich den neuen Marktgegebenheiten anzupassen. Das traditionsreiche Familienunternehmen verbindet mit seinem neuen Kommunikationsauftritt seine große Produktvielfalt und ausgeprägte Kompetenzen in einzigartigen, wiedererkennbaren Motiven, die die Firma von Wettbewerbern deutlich unterscheiden. Unter dem Claim "Next Level Solutions." will Lukas neue Ideen entwickeln und umsetzen, Umsatz und Erfolg steigern und neue Märkte und Kunden gewinnen.

Das neue Key Visual, der Lukas-Kopf, steht im Fokus des neuen Erscheinungsbildes. Er spiegelt die Ansprüche und Werte von Lukas wider und steht für den Fortschritt, die innovative Forschung, für Entwicklung und die Lukas-Kompetenzstärke bis ins kleinste Detail. Und insbesondere auch für die Menschen hinter den Produkten.

HALLE 10.2. STAND C011

Ledlenser bringt 32.000 Lumen auf die Messe

Besucher der Internationalen Eisenwarenmesse können die Preview des neuen Flaggschiffs von Ledlenser live erleben: Der Suchscheinwerfer wurde u.a. für die Großindustrie sowie für Kraftwerke und kritische Infrastrukturen konzipiert. Er bietet neben dem Boost Modus mit bis zu 32.000 Lumen fünf weitere Helligkeitsstufen und Strobe. Im Boost-Modus beträgt die Leuchtweite bis zu 2000 m.

Außerdem zeigt Ledlenser eine Auswahl seines breit gefächerten Portfolios an Baustrahlern, Arbeitsleuchten, Taschen- und Stirnlam-

pen. Mit diesen Lichtwerkzeugen lassen sich unterschiedlichste Arbeiten auch bei Dunkelheit und unter widrigen Bedingungen optimal beleuchten. So sind die kompakten Arbeitsleuchten funktionsreiche Helfer, die scharf gebündeltes Licht in jeden Winkel bringen, wie z.B. das Mini-Flutlicht iW5R flex mit ausklappbarem Lampenkopf. Diese Leuchte lässt sich per Metallhaken oder mit dem magnetischen Standfuß variabel befestigen. Damit sorgt sie iederzeit für freie Sicht und freie Hände, beispielsweise



Die robusten Stirn- und Taschenlampen der Work-Linie von Ledlenser eignen sich für nahezu jeden professionellen Einsatz.In Köln stellt das Unternehmen u.a. einen Suchscheinwerfer vor. (Foto: Ledlenser)

bei Montagearbeiten unter extrem beengten Verhältnissen wie in Kabelschächten und Motorräumen.

Die robusten Stirn- und Taschenlampen der Work-Linie eignen sich für nahezu jeden professionellen Einsatz. Für den täglichen Gebrauch in Handwerk und Industrie sowie im privaten Einsatz hat Ledlenser die Taschen- und Stirnlampen der Core-Serie konzipiert. Alle Modelle sind mit der Flex Sealing Technology ausgestattet und damit nach IP67-Schutzklasse vor Staub und Wasser geschützt.

HALLE 10.1 STAND A011



Der neue AluTec von Picard, der erste hybride Latthammer aus der Kombination von Stahl und Aluminium. (Foto: Picard)

Revolution aus Innovation und **Tradition**

Er ist der erste seiner Art: Mit dem AluTec stellt Picard einen vollkommen neuartigen Latthammer vor, der das Beste für das Schlagwerkzeug aus zwei Materialwelten vereint. Der aus Stahl und erstmals mit Aluminium kombinierte Hammerkopf ist der erste echte hybride Latthammer.

Aluminium liefert als Material für den Korpus des Hammers deutliche Vorteile: Es ist extrem robust und, durch ausgiebige Tests belegt, für diese Anwendung effizienter als Titan, das schnell Materialermüdung aufweist und bricht. Aluminium beweist beim AluTec als massiver Stiel und Rahmen des Hammerkopfes eine ungeahnte Festigkeit und Widerstandsfähigkeit auch bei hoher Beanspruchung. Dabei bietet der Einsatz des Aluminiums aber die Möglichkeit, das Gesamtgewicht des Hammers auf insgesamt 670 Gramm zu reduzieren.

Der neue AluTec entwickelt die Schlagkraft dort, wo es drauf ankommt – im Kopf: Durch die Schlagfläche und die Spitze aus C45-Stahl ist trotz insgesamt

reduziertem Gewicht das pointierte kraftvolle und effektive Zuschlagen durch ein ausgewogenes Kopfgewicht sichergestellt. Im Design ebenso wie in den Ausstattungsdetails orientiert sich der Hammer in seiner perfekt ausbalancierten Formgebung, an der eines klassischen Latthammers und auch der beim Anwender bewährte, vibrationsdämpfende 2-Komponenten-Griff darf hier nicht fehlen. Zusammen mit dem neuen massiven Aluminiumstiel wird die Ergonomie des Werkzeugs noch einmal erhöht.

Picard liefert den innovativen AluTec in einer hochwertigen Einzelverpackung, die einerseits den Durchblick und die Möglichkeit des haptischen Produkteindrucks gewährleistet, andererseits einen optimalen Schutz des Hammers garantiert.

HALLE 10.1 STAND K003 J002





Der neu Akku-Laubbläser von Milwaukee kann benzinbetriebene Technik ersetzen und neben dem Außenbereich auch in geschlossenen Räumen eingesetzt werden. (Foto: Milwaukee)

Kraftvoll und komfortabel

Mit dem leistungsstarken 18 Volt Akku-Laubbläser M18F2BL erweitert Milwaukee sein Angebot an professionellen Gartengeräten. Das neue Modell wird mit zwei Akkus betrieben und erreicht eine Leistung auf dem Niveau benzinbetriebener Modelle. Der maximale Luftdurchsatz beträgt 17 m³/min bei einer Strömungsgeschwindigkeit von enormen 233 km/h. Die maximale Leistung ist in weniger als einer Sekunde erreicht. Der Luftstrom lässt sich stufenlos bedarfsgerecht anpassen. Wird das Gerät mit einer Hand geführt, ist es so ausbalanciert, dass der Luftstrom im optimalen Winkel auf den Boden trifft.

HALLE 10.1 STAND H001 G002

Die Technik macht's

triebene Nietgerät seiner Leistungsklasse entwickelt. Das neue Gerät ist mit 900 g (ohne Akku) so leicht, dass man lange ermüdungsfrei arbeiten kann. Der ausgewogene Schwerpunkt und die angenehmen Griffstücke unterstützen den Anwender zusätzlich. Dazu deckt das Gerät einen großen Arbeitsbereich ab: Spielend verarbeitet es, mit einer Setzkraft von 10 kN und einem Gerätehub von 25 mm, Blindniete bis zu einem Durchmesser von 5 mm aller Werkstoffe. Dank der Rekuperation kann der Birdie mit großer Ausdauer arbeiten, denn jede Energie wird genutzt. Wie beim Auto wird anfallende Bremsenergie in den Akku geleitet und steht somit für weitere Nietvorgänge zu Verfügung. Ist der Akku dann doch mal leer meldet die Steuerung sowohl akustisch als auch optisch Ladebedarf. Die Nietdorne werden im durchsichtigen Auffangbehälter gesammelt, so dass sofort erkennbar ist, wann es Zeit ist zum Leeren.

Das Gerät ist in das Akkunetzwerk CAS eingebettet und kann mit den Akkus der teilnehmenden Marken betrieben werden.

Mit dem neuen Birdie hat Gesipa das kleinste und leichteste akkube-



Der neue Birdie von Gesipa ist leicht und ergonomisch für langes ermüdungsfreies Arbeiten. (Foto: Gesipa)



Akku-System für Profis wächst auf mehr als 25 Marken

AMPShare – powered by Bosch: So heißt die neue, herstellerübergreifende globale Akku-Allianz, die die Gründungsunternehmen Bosch, Fein und Rothenberger jetzt ins Leben gerufen haben. Mit AMPShare untermauern Gründer und Mitglieder ihre gemeinsame Vision, professionellen Verwendern das beste und breiteste 18 Volt-System zu bieten, das über zahlreiche Marken, Anwendungen und Länder hinweg kompatibel ist. Bereits heute können Profis mehr als 200 Werkzeuge der Marken Bosch, Brennenstuhl, Cox, Fein, Klauke, Ledlenser, Lena Lightning, Ramset, Sonlux und Wagner mit ein und demselben 18 Volt-Akku betreiben. Mit Gründung der AMPShare-Allianz wächst das herstellerübergreifende Akku-System auf mehr als

25 Marken und 300 Maschinen. Es bietet Profis aller Gewerke ein breiteres Anwendungsspektrum als je zuvor und deckt nahezu jede Anwendung mit einem AMPShare-Akku ab. Verwender sparen dadurch Geld, Platz und Zeit – und tragen darüber hinaus auch zu mehr Nachhaltigkeit bei, denn in Summe benötigen sie weniger Akkus und Ladegeräte.

EINFACHER, FLEXIBLER, EFFIZIENTER

"Dank AMPShare wird die kabellose Baustelle für den Profi zur Realität", erklärt Henk Becker, Vorsitzender des Bereichsvorstands von Bosch Power Tools. "Wir bündeln in dieser Hersteller-Allianz unsere Leistungsstärke – Ampere – und treiben unsere Vision

eines Akkus und eines Logos über alle Marken hinweg noch stärker voran." Enormer Vorteil für den Verwender: Alle Professional-Akkus der Marke Bosch, die seit 2008 gekauft wurden – also mehr als 80 Millionen Akkus – bleiben kompatibel. Dr. Christoph Weiß, Geschäftsführer von Fein zur Gründung der Allianz: "Wir haben 2016 gemeinsam mit Bosch das Starlock-System als Werkzeugaufnahme für Multitools entwickelt. Mit Gründung der AMPShare-Allianz verleihen wir der Vision und der Entscheidung Nachdruck, Werkzeuge künftig herstellerübergreifend mit nur einem Akku und Ladegerät betreiben zu können.". Dr. Christian Heine, Vorstandsvorsitzender von Rothenberger erklärt zur Gründung: "Wir glauben an System-Lösungen genauso wie an die kabellose Baustelle. Ein herstellerübergreifendes Akku-System mit großer Reichweite verbindet beides. Wir haben uns deshalb dafür entschieden, alle unsere Akku-Werkzeuge künftig mit AMPShare-Schnittstelle auf den Markt zu bringen."

einer universellen Akku-Plattform durch das 'Sharing'

AAT СОЖ™ BEPo FEIN FÖRCH HONSEL KlauKe KOLEKTOR KUMMERT LEDLENSER LENA mato Ramset rexro*h SONLUX WAGNER

BREITERE EXPERTISE, **BREITERES ANWENDUNGSSPEKTRUM**

Mitglieder der neuen AMPShare-Allianz sind ab sofort auch Fischer, AAT Alber Antriebstechnik GmbH, Bepo, Förch, Honsel, Kolektor, Kummert, Leister, Mato, Signode, Orgapack, Strapex, PerfectPro und Rexroth. Darüber hinaus stellt Medmix neben der Serie Cox auch die Serie MK auf die AMPShare-Schnittstelle um. "300 Maschinen, mehr als 25 Marken, ein Akku: Ende nächsten Jahres wollen wir Ihnen als AMPShare-Allianz bereits über 300 kompatible Geräte bieten, davon allein 50 neue 18 Volt-Geräte von Bosch Professional", so Henk Becker. Weitere Hersteller werden folgen. Die Akku-Technologie von Bosch bietet Verwendern im Rahmen der AmpShare-Allianz viele weitere Vorteile: Dazu gehören die einzigartige CoolPack-Technologie für lange Laufzeit und Lebensdauer sowie die schnellste Ladezeit im Markt: Beispielsweise ist der Hochleistungs-Akku ProCore18V mit 4,0 Ah in nur neun Minuten zu 50 Prozent geladen.

KRENN GMBH & CO. KG, NEUSÄSS

Das Potenzial der Nische erfolgreich nutzen

Als Spezialist erfolgreich zu sein, setzt vielfältige Fähigkeiten voraus, strategisches Denken, die Entwicklung von Ideen, Konseguenz und Durchhaltevermögen sind einige davon. Der Werkzeughersteller Krenn aus Neusäß bei Augsburg beweist diese Fähigkeiten seit jetzt 75 Jahren. Dabei ist die Nische, auf die man sich spezialisiert hat, klein: Das Schneiden, Biegen und Richten von Stahl. Aber sie ist groß genug, um expansiv in die Zukunft zu planen.

Es begann im Jahr 1947 mit einem kleinen Produktionsbetrieb: Albert Krenn sen. startete mit der Unterstützung seiner Frau Centa damit, Federn zu drehen. Immer wieder stellte sich dabei die Aufgabe, den extrem festen Federnstahl zu schneiden. Bei den Werkzeugen, die sich Krenn dafür boten, sah er vor allem eines: Verbesserungspotenzial. So entstand schon früh nach der Firmengründung der erste manuelle Bolzenschneider aus eigener Entwicklung. Die Besonderheit des Krenn-Schneiders: Er verfügt über ein Dreischneiden-Wechselmesser im Werkzeugkopf, das, nomen est omen, gedreht und dreifach verwendet werden kann. "Das hat natürlich deutliche Vorteile gegenüber einem Bolzenschneider mit einer festen Schneide", erläutert Markus Krenn, Enkel des Firmengründers und seit 2016 zusammen mit seinem Vater Albert Krenn Geschäftsführer im Familienunternehmen. Es sind vor allem zwei Vorteile, die den Krenn-Schneider auszeichnen: Wird eine Schneide stumpf, kann diese sofort ersetzt werden, indem das Dreikantmesser um eine Stufe weitergedreht wird. Zum anderen kann auf den

Markus Krenn, Enkel des Firmengründers und seit 2016 zusammen mit seinem Vater Albert Krenn Geschäftsführer im Familienunternehmen. (Fotos: Krenn)

Austausch des gesamten Werkzeugkopfes verzichtet werden. Das spart Material und macht die Werkzeuge deutlich langlebiger. Ein Aspekt, der heute unter dem Oberbegriff der Nachhaltigkeit bestens einzusortieren ist.

Aus der individuellen Werkzeuglösung für den Eigenbedarf wurde schnell ein Geschäftsmodell. Der Wiederaufbau in den Nachkriegsjahren und die damit verbundene Bautätigkeit brachte einen hohen Bedarf an Baustahlschneidern und der Krenn-Bolzenschneider wurde zum gefragten Produkt, weil er für den extrem harten Federnstahl konzipiert und deshalb ausgesprochen leistungsfähig

war. Von dem Drehen von Federn wurde sich in Neusäß aber erst in den 1970er Jahren verabschiedet, als das Spezialistentum für das Schneiden von Stahl in Fachkreisen schon längst mit dem Namen Krenn fest verbunden war.

AUSWEITUNG DES SORTIMENTES

Als Spezialist quasi mit einem Produkt zu agieren, ist meist nur bedingt erfolgversprechend, zumal dann, wenn es gilt, einen Kompetenzbereich für sich zu besetzen. Deshalb wurde nicht allein sukzessive der Bereich der manuellen Bolzenschneider ausgebaut, die technische Weiterentwicklung wies auch den Weg hin zu elektro-hydraulischen und pneumatischen Stahlschneidern, Biege- und Richtgeräten. Vor allem nach dem Einstieg von Albert Krenn als zweiter Unternehmergeneration Anfang der 1970er Jahre wurde dies vorangetrieben und die endgültige Fokussierung auf den Werkzeugbereich vollzogen.

Mit der Sortimentsvergrößerung kam auch die Er-

weiterung der Zielaruppen, deren Bedarf mit Produkten der Marke Krenn abgedeckt werden konnte. Zur bislang vor allem stark ausgeprägten Orientierung auf den Bau und die drahtverarbeitende Industrie kamen jetzt auch Stahldrahtproduzenten, Stahlseil- und Kettenhersteller, Betonfertigteilewerke und vielfältige Anwender, die immer wieder Stahl, Draht, Kabel etc. schneiden müssen, egal, ob dies manuell oder durch maschinelle Unterstützung sein muss.

Krenn war es auch, der den ersten akku-hydraulischen Stahlschneider auf den europäischen Markt brachte. Das war Anfang der 1990er Jahre. Das Werkzeug für eine Drahtdicke von 8 - 12 Millimeter benötigte fünf Sekunden für einen Schnitt. Aber in der Unabhängigkeit vom Kabel gerade auf Baustellen erkannte der Spezialist schon früh das Potenzial, das sich bis heute weiterentwickelt. Die aktuelle Version des Akku-Stahlschneiders benötigt noch zwischen zwei bis drei Sekunden für den Schnitt. "Das ist die Dauer eines manuellen Schnitts", berichtet Markus Krenn, "mit dem Unterschied, dass ich als Anwender in diesem Fall Zuschauer bin." Die Zuschauerposition macht sich natürlich beim Dauereinsatz für jeden Anwender am Ende des Tages deutlich positiv bemerkbar.

Heute umfasst das Sortiment von Krenn neben den Werkzeugen für das Schneiden, Biegen und Richten auch, egal ob manuell, elektro- und Akku-hydraulisch oder pneumatisch, Prüfmaschinen, die in der Drahtherstellung zur Qualitätssicherung eingesetzt werden und mit denen Krenn einen weiteren Kompetenzbereich besetzt.

KONTINUIERLICHE ENTWICKLUNGSARBEIT

Durch die umfangreiche Kompetenz, die sich Krenn in den letzten Jahrzehnten erworben hat, ist das Unternehmen viel gefragter Ansprechpartner, wenn es um

Am Firmensitz in Neusäß in der Nähe von Augsburg erfolgt auch die Reparatur der Maschinen. Durch das umfangreiche Ersatzteillager ist immer ein schneller Durchlauf gewährleistet.





die Entwicklung individueller Lösungen für spezifische Anwendungsfälle geht. Daraus ergeben sich auch immer wieder Neuheiten, die in das Sortiment einfließen: "Wenn sich herausstellt, dass ein allgemeiner Bedarf für die neu entwickelte Lösung besteht, gehen wir über die Individuallösung hinaus", berichtet Markus Krenn. Jüngstes Beispiel dafür: der pneumatische Stahlbandschneider, der für das Trennen von um Coil gespannte Stahlbänder gedacht ist und einen großen Sicherheitsabstand beim Durchtrennen gewährleistet. Sicherlich sind die Einsatzbereiche dieser Neuheit nicht allein auf den Bereich der Coil-Logistik beschränkt, sondern können überall dort eingesetzt werden, wo Stahlbänder als Ladungssicherung gebraucht werden.

Die Produktentwicklung bei Krenn erfolgt im Haus mit Unterstützung eines langjährigen externen Partners, durch das vorhanden Know-how sind die optimierte Zusammenstellung der Komponenten und deren Modifikation für Krenn gewohnte Praxis. Die Realisierung der Produkte erfolgt in Zusammenarbeit mit ebenfalls langjährigen Lieferanten vornehmlich in Deutschland und dem europäischen Raum, einzelne Komponenten bezieht das mittelständischen Familienunternehmen auch aus Asien. "Bei uns vor Ort ist die spanabhebende Fertigung angesiedelt, bei verschiedenen Produkten erfolgt bei uns auch die Endmontage, Sortimentsabrundungen werden auch als Fertigware zugekauft", berichtet Markus Krenn.

Reparatur und Wartung der Werkzeuge sind ebenfalls in Neusäß angesiedelt. Für die Schnelligkeit dabei sorgt unter anderem auch das umfangreiche Ersatzteillager, das bereitgehalten wird. Auch bei der Fertigware setzt man bei Krenn auf Lagerbestand und damit auf eine hohe Lieferfähigkeit. "Wir sehen das alles als Service, der beim Abverkauf hilft", so Markus Krenn.

Parallel zu den Entwicklungen beim Sortiment hat sich natürlich auch der Vertrieb in den Jahrzehnten weiter entwickelt. Mit den stark auf die Industrie ausgerichteten Produkten und dem hohen Beratungsbedarf bei individuellen Problemlösungen hat sich bei Krenn auch der Bereich der direkten Kundenansprache ergeben, das Sortiment der manuellen Bolzenschneider sowie das Standardsortiment insbesondere der elektro- und akku-hydraulischen Werkzeuge wird aber nahezu ausschließlich über den Fachhandel vertrieben. Dieser erhält mit PoS-Lösungen, umfangreichem Informationsmaterial, einer flächendeckenden Außendienstbetreuung, der Möglichkeit von gemeinsamen Außendienstbesuchen oder auch umfangreichen Schulungen die Unterstützung, die er für die aktive Beratung und den Verkauf der Produkte benötigt. "Wir agieren hier, wie sonst auch, sehr flexibel und individuell", sagt Markus Krenn, wenn es zum Beispiel um Aktionen mit einzelnen Handelspartnern oder anderen Maßnahmen geht.

Das Dreikantmesser des Krenn-Bolzenschneiders: Wird eine Schneide stumpf, wird das Messer um eine Stufe weitergedreht. Die Besonderheit des Krenn-Bolzenschneiders: Er verfügt über ein DreischneidenWechselmesser im Werkzeugkopf, das gedreht und dreifach verwendet werden kann.

Erzielen Sie ein perfektes Oberflächenfinish

Mit den neuen SUNBURST-Radialschleifbürsten von TYROLIT können Oberflächen einfach und effizient bearbeitet werden:

- Entfernen von Lack,
 Farbe und Rost
- Leichtes Entgraten
- Hochwertige Fein- und Polierbearbeitungen

Profitieren Sie von unserem umfassenden Lagersortiment an Schleifbürsten in unterschiedlichen Dimensionen und Korngrößen. Gerne kontaktieren Sie uns für weitere Informationen unter verkaufhandel.at_de@tyrolit.com







rung der Daten noch einmal verbessert. Produktdaten können über ein PIM-System jetzt in verschiedenen Formaten bereitgestellt werden, so dass die Handelspartner die Daten in ihren Warenwirtschafts- und Shopsystemen direkt verwenden können. Die Produkte sind bei den wichtigen Kooperationen des Baugerätehandels sowie des Werkzeughandels gelistet und können vom Handel somit direkt bestellt werden.

NÄHE ZU ANWENDERN UND HANDEL WEITER VERSTÄRKEN

"Wir wollen unsere Kompetenz und das Potenzial, das in der Nische steckt, deutlicher in den Markt hineintragen", kommentiert Markus Krenn die Maßnahmen, die im Unternehmen in der letzten Zeit umgesetzt wurden und zu denen auch die Datenqualifizierung gehört. Ebenso gehört dazu auch die neue Website, die im vierten Quartal des laufenden Jubiläumsjahres ins Netz gehen soll. Neben dem aktualisierten Auftritt wird es darin auch einen Produktfinder geben, der es Interessenten wie dem Handel schneller erlaubt, das jeweils richtige Produkt für den spezifischen Anwendungsfall innerhalb des Sortimentes zu ermitteln. Mit der neuen Website wurden auch die Voraussetzungen für einen geschlossenen Händlerbereich inklusive der Online-Bestellmöglichkeit für den Handel geschaffen. Einen Hinweis auf den neuen Auftritt gibt jetzt schon der neue Katalog, der ebenfalls komplett überarbeitet wurde.

Für die Präsenz im Markt ist für Markus Krenn neben dem Auftreten im stationären Handel und den damit verbundenen Onlineauftritten auch der Besuch von Messen verbunden. "Wir konzentrieren uns dabei auf spezifische Anwendermessen, um die Marke immer bekannter zu machen und auch, um unsere Produkte vorzuverkaufen", so der junge Geschäftsführer, für den der persönliche Kontakt, sei es zu den Anwendern wie auch zum Handel ein immens wichtiger Faktor ist, das Potenzial in der Nische dauerhaft nutzen und ausbauen zu können. Strategisch setzt man bei Krenn in dieser Phase zahlreicher wirtschaftlicher und politischer Unsicherheiten auf Kontinuität, Internationalisierung und ein verstärktes Engagement in der Zusammenarbeit mit dem Handel. Das gehört auch zu den Fähigkeiten des Spezialisten.

Zm 75-jährigen Jubiläum hat Krenn sich im Rahmen des neuen Gesamtauftritts auch ein neues Logo gegeben, bei dem mit sanfter Überarbeitung die Kernkompetenz des Unternehmens durch die Unterbrechungen der Buchstaben optisch auf den Punkt gebracht wird. Das Logo wird, das ist auch bei weiteren Themen im Gespräch mit Markus Krenn deutlich zu hören, demnächst noch öfter im Markt zu sehen sein.

FISCHER VERKAUFSUNTERSTÜTZUNG FÜR DEN ON- UND OFFLINE-HANDEL

Kundenansprache auf allen Kanälen

Stationärer und digitaler Handel sind heute keine Gegensätze mehr, sondern können sich in Multi-Channel-Konzepten sinnvoll ergänzen. Der Befestigungsspezialist Fischer unterstützt seine Handelspartner dabei, Vertriebssysteme zu etablieren, bei denen On- und Offline-Verkaufskanäle wirkungsvoll ineinandergreifen.

Das Ladengeschäft vor Ort ist trotz des stärker werdenden Onlinehandels nach wie vor ein beliebter Anlaufpunkt für Endkunden. "Wir stellen aktuell fest, dass im Bereich der Befestigungslösungen immer häufiger online gesucht und bei bekannten Bezugsquellen bestellt wird. In unserem Fall als Hersteller sind das oftmals unsere Handelspartner", betont Michael Geiszbühl,

Geschäftsführer Fischer Deutschland Vertriebs GmbH und Regionalgeschäftsführer Zentraleuropa. "Daher ist es wichtig, dass die Kunden online bei unseren Handelspartnern möglichst schnell und einfach die richtige Produktlösung finden oder von unseren digitalen Kanälen unkompliziert an unsere angebundenen Partner wahlweise zum Onlineoder Vor-Ort-Kauf weitergeleitet werden."

Eine aktuelle Studie des Marktforschungsinstituts Yougov zeigt auf, dass Verbraucher insbesondere in der Begutachtung der Produkte vor

Ort einen Vorteil im stationären Handel sehen (63 Prozent der Befragten in Deutschland). Weitere Gründe für das Offline-Shopping sind das schnelle Abwickeln des Einkaufs ohne Lieferzeiten und das Vor-Ort-Erlebnis, auch gemeinsam mit anderen. Demgegenüber ist der Online-Handel räumlich und zeitlich flexibel sowie mit seinem Sortiment breiter aufgestellt als der stationäre Handel. Die Angebote sind im Netz transparenter und vergleichbarer. Vertriebssysteme mit cleveren Synergien von On- und Offline-Handel ermöglichen heute, "das Beste aus beiden Welten" zu vereinen. Der Befestigungsspezialist Fischer unterstützt die Händler beim Aufbau stimmiger Multi-Channel-Konzepte.

"Wir bieten unseren Handelspartnern sowohl für das Ladengeschäft als auch für den Onlineshop umfassende

Verkaufsunterstützung an, sodass sich der analoge und digitale Vertriebsweg sinnvoll ergänzen", sagt Michael Geiszbühl. "Dem stationären Handel messen wir dabei aroße Bedeutung bei. In den Geschäften vor Ort können Kunden unsere Befestigungslösungen live erleben, sich von unseren Handelspartnern persönlich beraten lassen und Produkte direkt beziehen." Für den wirkungsvollen

> stationären Auftritt sorgt dabei eine ansprechende Warenpräsentation mit modernen Displays und Teststationen. Immer wieder startet Fischer auch kreative Kampagnen und originelle Verkaufsaktionen, in welche der stationäre Handel einbezogen wird.

> "Das lokale Geschäft binden wir genauso gezielt in die Customer Journey ein wie den Online-Shop unserer Händler", sagt Michael Geiszbühl. Von seinen Online- und Social-Media-Kanälen aus leitet der Befestigungsspezialist Kunden wahlweise an den digitalen oder an den stationären Verkaufsort seiner angebundenen

Partner weiter. Per "Retail Connect" führt der Befestigungsspezialist Kaufinteressenten dabei von seiner Website aus in den Online-Shop der Fischer Handelspartner. Über die lokale Händlersuche auf fischer.de finden Kunden zudem die stationären Verkaufsorte von Fischer Partnern in räumlicher Nähe. Im lokalen Geschäft angekommen, runden die aufmerksamkeitsstarken Point-of-Sale-Materialien das Einkaufserlebnis ab. Auch eine Customer Journey, die per Fischer Dübelfinder oder Fischer PRO App startet, wird im letzten Schritt im Online- oder Offline-Geschäft der Händler abgeschlossen.



Michael Geiszbühl, Geschäftsführer Fischer Deutschland Vertriebs GmbH und Regionalgeschäftsführer Zentraleuropa. (Fotos: Fischer)

Das Beste aus beiden Welten: Stationär macht die Fischer Verkaufsunterstützung für Handelspartner auf Fischer Befestigungslösungen aufmerksam. Im Bild: Aktuelle Aktion mit Befestigungs-Bestsellern in attraktiven Boxen, Koffern ischer 🗢 und Eimern zu Sonderkonditionen. Lösungen im E-Commerce stärken zugleich den Online-Vertrieb der Fischer Handelspartner.

Ihren Onlineshop können Fischer Handelspartner zudem mit umfangreichem Fischer Bild-, Video- und Textmaterial ausgestalten, sodass dieser visuell zum stationären Geschäft mit der Fischer Warenpräsentation passt und sich die Bildsprache des Befestigungsexperten auf allen Verkaufskanälen wiederfindet. Aber auch exklusive Aktivitäten allein für den stationären Handel finden statt. So tourt der Befestigungsspezialist seit März mit seinem neuen Fischer TourVan durch Europa. Neben Kundenbesuchen ermöglicht das modulare Roadshow-Konzept Events direkt beim Handel vor Ort. Mehrere Fischer Außendienstmitarbeiter gestalten dabei gemeinsam mit einer professionellen Agentur und in Absprache mit den Fischer Handelspartnern Veranstaltungen für Handwerker. Dabei gibt es die Möglichkeit, über den optionalen Food-Anhänger schwäbisches Street-Food zur Verfügung zu stellen.

AKTUELLE MARKETINGKAMPAGNEN

Seit dem 1. August bietet Fischer seinen Handelspartnern umfassende Werbematerialien zu den beiden chemischen Befestigungslösungen FIS V Plus und FIS V Zero an. In dem Video der Kampagne meistert ein Handwerker mit den Injektionsmörteln beispielhaft Verankerungen in Mauerwerk und mit geringem Randabstand, die Befestigung von Stahlkonstruktionen und die Anbringung von Fitness-Geräten im Innenraum. Hinzu kommen Anzeigen zur Kampagne. "Gebaut für eine starke Zukunft" heißt es auf dem Anzeigenmotiv zum FIS V Plus, dem stärksten Universalmörtel der Unternehmensgruppe Fischer mit einer umfangreichen Zulassung und vielen Einsatzmöglichkeiten. Bei der Anwendung in Beton bietet der FIS V Plus eine bewertete (ETA) Lebensdauer von 100 Jahren und eine um bis zu 45 Prozent höhere Verbundfestigkeit als bei der Vorgängergeneration der Fischer Universalmörtel. Das Anzeigenmotiv zum FIS V Zero ergänzt der Slogan "Gebaut für eine grüne Zukunft". Der Fischer Injektionsmörtel ist gemäß der CLP-Verordnung als "kennzeichnungsfrei" eingestuft. Dies ermöglicht seine Rezeptur, die frei ist von Dibenzovlperoxid und umweltgefährdenden Inhaltsstoffen – zugunsten der maximalen Sicherheit für Mensch und Natur. Zugelassen ist der FIS V Zero für Befestigungen in Beton und Mauerwerk sowie für nachträgliche Bewehrungsanschlüsse und wassergefüllte Bohrlöcher.

Mit dem Film und den Anzeigenmotiven werden Online- und Social-Media-Kanäle sowie klassische Printmedien weltweit bespielt. Auch speziell entworfene Landingpages sind ein Bestandteil der Marketingoffensive. Zusätzlich stellt Fischer den Händlern aufmerksamkeitsstarke Point-of-Sale-Materialien zur Verfügung, wie Broschüren, Flyer, Bodendisplays, Regalstopper und Fußbodenaufkleber. Zudem können Handelspartner die passenden Banner und Videos in ihren Online-Auftritt integrieren.

Eine weitere Marketingkampagne hat Fischer am 1. September für seine DuoLine gestartet, bestehend aus intelligenten Dübeln mit innovativer Materialkombination. Dabei erhält jedes Produkt aus dem Sortiment ein eigenes Anzeigenmotiv und Video, in denen ein Löwe die jeweiligen Stärken der DuoLine Mitglieder als "Könige unter den Kunststoffdübeln" präsentiert. Auch dieses Material wird weltweit in Online- und Social-Media-Kanälen eingesetzt sowie in klassischen Printmedien und als Werbung auf Websites platziert. Im



Aktuelle Fischer Marketingkampagne mit Point-of-Sale-Unterstützung der Handelspartner: Der Löwe steht in Videos und Anzeigenmotiven sinnbildlich für die verschiedenen Produkteigenschaften der Fischer DuoLine Produkte.



Eine aktuelle Fischer Marketingkampagne zu den Injektionsmörteln verdeutlicht die wesentlichen Vorteile des Fischer Universalmörtels FIS V Plus: umfangreiche Zulassung, viele Einsatzmöglichkeiten und eine hohe Verbundfestigkeit in Beton.



Dank seiner neuartigen Rezeptur ist der Fischer FIS V Zero ebenso innovativ wie umwelt- und anwenderfreundlich: So bietet der Injektionsmörtel maximale Sicherheit für Mensch und Natur und seine Kartusche lässt sich im üblichen Restmüll entsorgen. Dies zeigt Fischer in einer aktuellen Marketingkampagne.

Ladengeschäft vor Ort machen aufmerksamkeitsstarke Point-of-Sale-Materialien, wie Displays, Poster und Regalstopper, auf die DuoLine Dübel aufmerksam. Ziel der Kampagne ist, die Bekanntheit der Produkte weiter zu erhöhen, vor allem bei Heimwerkern und Handwerkern.

Mit seinem YouTube-Kanal Die Festmacher hält der Befestigungsexperte zudem verschiedene Serienformate rund um das Bauen und Befestigen bereit. So begleitet Fischer Handwerker filmisch in ihrem Arbeitsalltag und stellt Zuschauern das Video-Material in seinem Format inFESTigativ bereit. In den Formaten Q&A und "HowTo" auf dem Kanal Die Festmacher geben Trainer der Fischer Akademie zudem hilfreiche Befestigungstipps.

"Mit Marketingkampagnen wie diesen steigern wir gemeinsam mit unseren Handelspartnern unseren Umsatzerfolg", sagt Michael Geiszbühl. "Letztlich können unsere Handelspartner durch die unterschiedlichen Möglichkeiten unserer Verkaufsunterstützung ihren Online-Auftritt und ihr stationäres Geschäft visuell als auch konzeptionell aufeinander abstimmen und es entsteht ein durchgängiges Einkaufserlebnis."



Sicherheit. Made in Germany.

Marktneuheit Stufen-Seilzugleiter: Ein paar Züge genügen und schon ist die Innovation in Rekordzeit einsatzbereit für TRBSkonformes Arbeiten in der Höhe.

Besuchen Sie uns auf der Eisenwarenmesse in Köln vom 25.09 bis zum 28.09.22, Halle 3.2 Stand A001.

www.steigtechnik.de





DER EINFACHE WEG ZUR EIGENMARKE

Herstellermarke und Figenmarke die perfekte Kombination aus einer Hand und made in Germany.

Mit Private Label machen Sie sich unvergleichbar

Mehr Erfolg durch Eigenmarken - RHODIUS stellt zur Internationalen Eisenwarenmesse 2022 ein innovatives Tool für die individuelle Etikettengestaltung von Trenn- und Schleifscheiben vor und eröffnet damit einen schnellen Weg, ein eigenständiges Eigenmarkensortiment im Bereich der Trenn- und Schleifscheiben zu etablieren. Nie war Unvergleichbarkeit einfacher.

Kleine Losgrößen in eigenem Design attraktiv gestalten - das ermöglicht der neue Private Label Konfigurator der RHODIUS Abrasives GmbH aus Burgbrohl. Damit bietet das Unternehmen dem Fachhandel eine wirtschaftlich interessante Möglichkeit zur Einführung von Eigenmarken im Bereich der Trenn- und Schleifwerkzeuge. Die gesamte Abwicklung erfolgt digital und ist damit von jedem Ort aus durchzuführen, ob Office oder Homeoffice.

Bei der Entwicklung des Online-Konfigurators hat RHODIUS auf eine intuitive Bedienung und ein selbsterklärendes Design geachtet. Ein eigenes Produktlabel kreieren? Macht mit dem Konfigurator experimentelle Freude! Damit eine individuelle, händlerspezifische Eigenmarke gestalten? Ist damit ein Kinderspiel! Und so raus aus der (preislichen) Vergleichbarkeit kommen? Alles funktioniert schnell und einfach – zumindest dann, wenn es um Schleifwerkzeuge von RHODIUS geht. Mit dem innovativen Private Label Konfigurator (https://www.rhodi.us/konfigurator) eröffnet der Spezialist für hochwertige Schleifwerkzeuge dem Fachhandel neue Möglichkeiten zur Optimierung seines Sorti-

Individualisierung durch Eigenmarken im Bereich der Werkzeuge, das wird nach Ansicht von Alexander Menges, Leiter Marketing und Produktmanagement RHODIUS Abrasives GmbH, mit Private Label von RHO-DIUS zum neuen Branchentrend. Denn die Lösung von RHODIUS vereint gestalterische Flexibilität und einfache Handhabung mit einem schlüssigen Konzept für den Handel. Private Label ermöglicht das händlerindividuelle Design hochwertiger Schleifwerkzeuge von



Alexander Menges, Leiter Marketing und Produktmanagement RHODIUS Abrasives GmbH.

RHODIUS bereits bei geringen Stückzahlen. Damit entsteht eine qualitativ hervorragende Eigenmarke, die von der Preisgestaltung des Wettbewerbs abgekoppelt ist und das eigene Sortiment unvergleichbar macht.

INDIVIDUELLES SORTIMENT GESTALTEN

"Ob stationärer Händler oder Online-Fachhändler die Kunden vergleichen heute mit Hilfe moderner Suchmaschinen die Preise noch im Geschäft. Über unseren Private Label Service bieten wir dem Fachhandel die Chance, sich aus diesem Prozess positiv heraus-

12 verschiedene Designs mit 2 x 17 Farbkombinationen ergeben über 3.000 verschiedene Möglichkeiten, seine eigene "einzigartige" Scheibe zu gestalten

zulösen", so Alexander Menges. Und gleichzeitig kann er den eigenen Namen als bekannte und vertrauenswürdige Referenz für hochwertige Schleif- und Trennscheiben Made in Germany, hergestellt in Burgbrohl im Herzen der Vulkaneifel, nutzen. oSa Kennzeichnungen und allen Sicherheitsnormen für den starken, positiven Auftritt der Fachhändlermarke sind inklusive.

Mit Private Label lassen sich derzeit fünf verschiedene Trennscheiben, zwei Fächerschleifscheiben und eine Schruppscheibe von RHODIUS gestalten und individuell bedrucken. Die Produkte wurden so ausgewählt, dass Anwender damit ein möglichst breites Spektrum verschiedener Aufgabenstellung erledigen können. Damit kann auch die Sortimentskompetenz der Eigenmarke entsprechend weit gespannt werden und verschiedenste Einsatzbereiche abdecken. Die fünf angebotenen Scheiben entsprechen in ihren Eigenschaften und ihrer Qualität den entsprechenden Scheiben des Markensortimentes.

Grundlage für den Aufbau der erfolgreichen Eigenmarke bildet ein cleveres Online-Tool, mit dem der Händler aus insgesamt zwölf Designs sein individuelles, an die eigene Marken- und Farbwelt angepasstes Drucklayout entwickeln kann. "Der gesamte Konfigurationsprozess dauert nur knapp vier Minuten. Der Prozess von Bestellung bis zur Produktion und Auslieferung ist deutlich verkürzt und schafft damit hohe Effizienz für den Handel", beschreibt Menges den Ablauf. Möglich sind Losgrößen ab 500 Stück bei Trenn- und Fächerschleifscheiben.

INDIVIDUELLE VERPACKUNGEN MÖGLICH

Je nach Losgröße wird das optimale Herstellungsverfahren für die Label genutzt: So kommt bei kleinen Losgrößen ein Digitaldruckprozess zum Einsatz, bei höheren Stückzahlen wird auf das klassische Druckverfahren zurückgegriffen. Neben dem Drucklayout verschiedener Scheiben ermöglicht das System zukünftig auch die individuelle Gestaltung der Verpackungseinheiten. Das Druckergebnis überzeugt durch hohe farbliche Brillanz, die Farben entsprechen dem Standard für Kinderspielzeug.

Begleitend bietet RHODIUS dem Handel verschiedene Möglichkeiten der Unterstützung an: Schon der Konfigurator unterstützt den Händler durch gezielte Auswahlmöglichkeiten im Konfigurationsprozess, um ein optimales Etikettendesign zu erreichen, das die Produktqualität unterstreicht. "Darüber hinaus steht natürlich unser Außendienst als Ansprechpartner zur Verfügung und kann die gesammelten Erfahrungswerte mit den interessierten Händlern teilen", so Menges. Die Aufnahme weiterer Schleifmittel in den Private

Label Konfigurator ist geplant, denn in Burgbrohl geht man vom Erfola des Konzeptes und des Angebotes

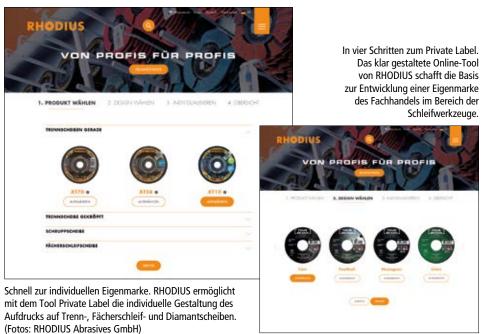


aus. Denn neben der Sortimentsausweitung und der fehlenden Vergleichbarkeit sieht Menges gerade für das Geschäft mit großen Endverbrauchern noch einen weiteren Vorteil von Private Label: "Der Handel kann seinem Kunden hier eine individuelle Gestaltung anbieten, um den Diebstahl von Werkzeugen auf den Baustellen zu erschweren. Die Scheiben werden einfach überall wiedererkannt."

AUF DER INTERNATIONALEN EISENWARENMESSE TESTEN

Im Rahmen der Internationalen Eisenwarenmesse 2022 stellt RHODIUS das neue Tool Private Label Konfigurator erstmals der Fachwelt vor. Im Rahmen der Präsentation können Besucher das innovative Angebot auf dem Messestand testen und eine individuelle Trennscheibe gestalten. Diese wird vor Ort ausgedruckt und dem Interessenten übergeben. Damit besteht die Möglichkeit, das komplette Verfahren kennenzulernen und die Oualität des Drucks in Augenschein zu nehmen.

Zu finden ist RHODIUS auf der Internationalen Eisenwarenmesse in Köln (25. bis 28. September 2022) in Halle 10.2, Stand B001.





Der Online-Konfigurator hilft bei der schnellen Individualisierung und Kreation der Eigenmarken-Werkzeuge.



REIDL HAT EINEN EIGENEN CAS-ONLINESHOP

Die Akku-Schnittstelle als Verkaufskonzept

Die Idee hinter dem von Metabo initiierten Cordless Alliance System (CAS) ist einfach: ein Akku für viele Maschinen unterschiedlicher Marken. Und was für die kabellose Baustelle großes Potenzial bietet, liefert dieses bestimmt auch für ein vernetztes Verkaufen. Das sagte sich zumindest Produktionsverbindungshändler Reidl aus Hutthurm im Bayrischen Wald und kreierte einen Onlineshop, der die Marken und Produkte des Cordless Alliance Systems komplett darstellt und anbietet.

Die Idee für den Shop, der heute unter der Adresse www.cas-expert.de zu finden ist, entstand aus einer gemeinsamen Überlegung von Reidl und dem CAS-Team bei Metabo heraus: Beide waren der Meinung, es würde dem Akkusystem mehr Bekanntheit bringen, wenn es eine oder besser zahlreiche Stellen gäbe, wo die Marken und Produkte gemeinsam zu sehen und auch zu kaufen sind. Julian Reidl, Juniorchef des Produktionsverbindungshändlers, sah wie das CAS-Team das Problem, dass der Systemgedanke

weniger verständlich dargestellt werden kann, wenn der Verkauf immer verteilt und partiell bleibt. Daraus entwickelte sich bei Reidl eine Aufgabenstellung und ein Projektteam: eine Plattform für CAS sollte her.

Das dreiköpfige Projektteam startete im vergangenen Jahr mit der Konzeption und Umsetzung des Shops, am 1. April dieses Jahres ging der CAS-Shop von Reidl online. Der ursprünglich gewählte Domainname www.cas-akku.de wurde kurze Zeit nach dem Start durch den jetzigen Namen ersetzt, um mögliche Verwirrungen zur Urheberschaft und zum Betreiber der Seite zu vermeiden. Es sollte klar sein: Dies ist ein Händlershop, der das Potenzial von CAS für sich nutzen möchte.

"Wir sind sehr zufrieden mit dem, was bei unserem Projekt herausgekommen ist, auch wenn es an der einen oder anderen Stelle noch Nachbesserungsbedarf gibt. Aber das ist sicherlich bei nahezu allen Onlineshops der Fall", sagt Raphael Schönberger, Mitglied im CAS-Shop-Team bei Reidl. Die Grundidee, die Konzeption und die gesamte Umsetzung lag in der Hand des Reidl-Teams. Aber beim Aufbau des Shops gab es weitgehende Unterstützung durch CAS. Bilddateien, Produktdaten und -beschreibungen, individuelle Banner: das CAS-Team steuerte umfangreiches Material bei und vermittelte das Team von Reidl auch an die Ansprechpartnerinnen und -partner bei den einzelnen Marken, die zum Cordless Alliance System gehören. Denn obwohl die Abwicklung der Bestellungen über CAS Connect – dem Bestellportal für CAS-Produkte,



Raphael Schönberger ist Mitglied im Projektteam bei Reidl für den Onlineshop unter www.cas-expert.de. (Fotos: Reidl)

das von Nexmart betrieben wird möglich gewesen wäre, wollte Reidl den direkten Kontakt zu allen Marken und die unmittelbare Vertriebsvereinbarung mit jedem der Hersteller erreichen. "Wir haben nicht zuletzt aus Überlegungen und Gründen der Transparenz den persönlichen Kontakt zu den einzelnen Marken gesucht", berichtet Schönberger, "damit wir jedem unmittelbar erklären können, was wir wollen und was wir tun." Der Erfolg gab diesem Ansatz recht: die Markenvertreter waren

durchweg begeistert von der Idee und auch der Umsetzung. Zum kontinuierlichen Austausch mit CAS kommt so der ebenfalls kontinuierliche Austausch mit den anderen Marken hinzu.

MARKEN ALS ANZIEHUNGSPUNKTE

Die Türöffner für den Shop sind die bekannten Marken innerhalb von CAS, allen voran die Marke der CAS-Initiatoren Metabo. "Wir können dies über die Analysedaten auswerten, dass oft über die Suche nach Metabo zum Shop gefunden wird", berichtet Raphael Schönberger. Aber auch andere Marken wirken als Anziehungsfaktoren: Mafell zum Beispiel, wenn es um die Holzbearbeitung geht, Rothenberger im Bereich Sanitär und Klima. Und auch mit Steinel ist eine Marke bei CAS, die Kunden auf den Shop bringt. "Dazu sind Spezialisten zum Beispiel auf der Suche nach Prebena oder auch Gesipa", so Schönberger, "letztlich macht

> Der Einstieg in den Onlineshop zu CAS von Reidl unter www.cas-expert.de.



Bei der Immer AG in Uetendorf (CH) wird schon direkt am Eingang klar: Hier wird System verkauft.



es das Gesamtpaket." Deshalb ist das Ziel des Shops, die Vielfalt des Systems zu zeigen, auch das Mittel, um vielfältige Seitenaufrufe und eine vielfältige Kundenstruktur zu generieren.

Es gibt zwar auch Seitenaufrufe, die über die direkte Suche nach CAS auf den Shop kommen, aber dieser Anteil ist laut Schönberger derzeit noch nicht so groß. Recht ausgeglichen dagegen ist bislang das Besucherspektrum bezogen auf professionelle und private Einkäufer. Die zweite Zielgruppe komme besonders durch die Bekanntheit der Marke Metabo und die Suche nach deren Produkten, ergänzt um die Suche nach Produkten anderer Marken, die auch von Semi-Profis eingesetzt werden. Für die Profis sind neben Metabo vor allem die gewerkespezifischen Spezialisten-Marken

Für Raphael Schönberger gibt es an dieser Stelle noch Verbesserungspotenzial des Shops, das aber schon in der Umsetzung ist: "Wir wollen die Informationen auf der Seite noch ausbauen. Neben der bereits bestehenden Information zu CAS sollen auch die einzelnen Markenseiten noch informativer gestaltet werden", berichtet er. Der dafür zu erstellende Unique Content bringt über die entsprechenden Keywords dann mehr Zugriffe und ein besseres Ranking in der Suchmaschinenplatzierung. Das wird dann wieder dazu führen, das System bekannter zu machen.

BEKANNTHEIT DES SYSTEMS STEIGERN

Die direkte Suche nach CAS im Netz zeigt dem Projektteam bei Reidl, dass eine Grundbekanntheit bereits gegeben ist. Trotzdem sei hier noch weitere Aufbauar-



Eindrückliche Präsentation des Systemgedankens im stationären Handel: die Akkus des Cordless Alliance Systems (CAS) im Überblick. (Fotos: Immer AG)

beit zu leisten. Nachfragen zum Beispiel bei der im Rahmen des Shops eingerichteten Hotline zu CAS seien noch eher selten. Und auch der Effekt, dass Käufe online vorbereitet und im stationären Geschäft dann abgeschlossen werden, ließe sich durch www.cas-expert.de noch nicht signifikant nachweisen.

Für Raphael Schönberger spricht dies aber keineswegs gegen das Konzept des Shops oder den Shop selbst: "Wir sehen in CAS ein so großes Potenzial, dass wir uns sicher sind, mit dem Shop erfolgreich zu sein", sagt er und ist fest davon überzeugt, dass sich die Idee von CAS weiterverbreiten wird. Dazu werden viele kleine Mosaiksteine beitragen, die von CAS und den angeschlossenen Marken ebenso geliefert werden wie

von anderen Händlern mit Markenshops und eben auch vom CAS-Onlineshop von Reidl. "Mit der Entwicklung der ersten Monate sind wir schon recht zufrieden", berichtet Schönberger, "aber wir sehen vor allem das große Potenzial von CAS auch für den Handel. Und da wollen wir früh dabei sein." Für ihn ist es durchaus möglich, dass die Gesamtthematik der Akkusysteme durch weitere ähnliche Konzeptionen insgesamt Auftrieb erhält und unter dem Strich dann auch

> CAS und diesem Shop zugute kommt.

STATIONÄRE UNTERSTÜTZUNG

Einen CAS-Shop auch analog im Laden umzusetzen, ist für Raphael Schönberger derzeit vor allem eine Frage der nötigen Fläche für das breite Marken- und Produktportfolio und der aktuell gegebenen Umsatzmöglichkeiten: "Das wird aus wirtschaftlichen Gründen zurzeit noch nicht möglich sein", so seine Aussage, wobei er dabei das "Noch" durchaus betont.

Die Verknüpfung von stationärer Präsentation und der digitalen Verlängerung bietet sich als Möglichkeit an, zumal CAS eine breite Unterstützung auch für die stationäre Präsentation liefert, so zum Beispiel eine Shopwand, auf der alle Marken-Akkus von CAS zu sehen sind. "Plakativer lässt sich der Systemgedanke kaum vermitteln", sagt Raphael Schönberger. Zunächst einmal gilt es, mehr Traffic auf www.cas-expert. de zu lenken. Das Markenupdate mit der Integration weiterer CAS-Marken in den Shop ist bei Reidl für September geplant. Bis dahin sind sicher noch ein paar neue zum heutigen Stand hinzugekommen. Und damit gibt es dann wieder mehr Anziehungspunkte für die digitalen Besucher.



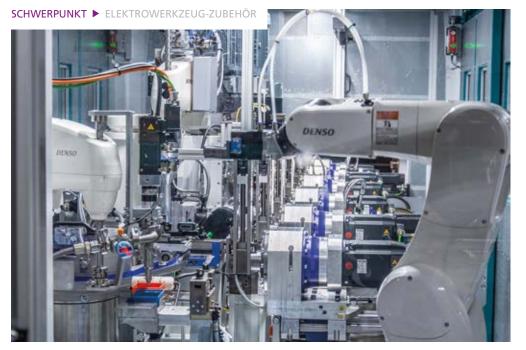


TRIMFIX® HellFire®

Sparen Sie Arbeitszeit-, Lager- und Werkzeugkosten!

- Durchschnittliche Standzeit: 60 Minuten*
- Materialabtrag von über 1,1 kg in 15 min**
- Gleichbleibendes Leistungsniveau über die gesamte Lebensdauer auf allen Metallen
- Zerspant problemlos extrem festen Stahl
- Schmiert bei Alu nicht zu
- Ermittelt durch hauseigene Schleiftests Getestet auf Stahl (\$235JR/\$T37)

www.eisenblaetter.de/hellfire



HELLER PREMIUM TOOLS UND KEIL PROFI-WERKZEUGE

Zukunftsorientiert neu aufgestellt

Viel Neues gibt es beim Traditions-Werkzeughersteller Heller Tools GmbH mit seinen beiden Marken Heller Premium Tools und Keil Profi-Werkzeuge. Im Interview erläutern die beiden Geschäftsführer Dr. Robert Untiedt und Jörg Frommeyer, wie sich das Unternehmen zukunftsorientiert aufstellt und die Herausforderungen der aktuellen Situation am Markt meistert.

ProfiBörse: Die Heller Tools GmbH agiert seit einiger Zeit mit den beiden Marken Heller und Keil. Wie ist es dazu gekommen und welche Ziele verfolgen Sie mit dieser Ausrichtung?

DR. UNTIEDT: Die Heller Tools GmbH gehört seit 2014 zur Serafin Unternehmensgruppe. Seitdem haben wir eine sehr dynamische Entwicklung zu verzeichnen und Dank der nachhaltigen Ausrichtung unseres Gesellschafters intensiv in die weitere Expansion investiert. Im Jahr 2017 wurde Keil Profi-Werkzeuge erworben. In diesem Zuge haben wir die Marken Heller und Keil noch zielgenauer positioniert und das jeweilige Angebot erweitert. Mit diesem attraktiven Konzept gelingt es, eine noch breitere Zielgruppe im Handel und bei Endnutzern anzusprechen. Beide Marken haben Ihre eigene Markenidentität, sind unabhängig voneinander und haben unterschiedliche regionale Schwerpunkte. Dadurch dass wir beide Marken unter einem Dach führen, können wir natürlich auch deutlich effizienter am Markt agieren.

FROMMEYER: Wir haben unsere Kräfte im Oktober 2021 am Standort in Dinklage gebündelt und den Standort deutlich ausgebaut. Dabei ist ein hochmodernes neues Logistikzentrum in Rekordzeit errichtet worden, zusätzliche Produktionsflächen sind entstan-

Die Geschäftsführer der Heller Tools GmbH: Jörg Frommeyer (links) und Dr. Robert Untiedt (rechts). den und außerdem haben wir in diverse neue Maschinen und den Personalaufbau investiert. Auch Umstrukturierungen wie etwa das neu geschaffene Supply Chain Management, ein neu aufgestellter Innendienst, optimierte, automatisierte und digitalisierte Prozesse, die Einführung von real time KPIs und viele andere Stellschrauben helfen uns in diesem dynamischen Um-

Diese Integration und die Veränderungen erfolgten in einer sehr herausfordernden Zeit, in der viele Unternehmen unter anderem über MaterialpreiserhöDie weitgehend automatisierte Produktion am Standort Dinklage sorgt für gleichbleibend hohe Qualität, Flexibilität und die Nähe zum Markt. (Fotos: Heller Tools)

hungen, Unterbrechung von Lieferketten, generelle Materialknappheit und Personalmangel klagen. Wie sind Sie damit umgegangen?

DR. UNTIEDT: Auch an uns sind diese Themen nicht spurlos vorbeigegangen. Eine hohe Nachfrage trifft auf ein eingeschränktes Angebot an Waren und Rohmaterialien. Besonders unseren motivierten und engagierten Mitarbeitern, die mit sehr hohem Einsatz in diesen Zeiten eines sehr dynamischen Marktumfeldes immer wieder Lösungen finden, gilt unser Dank und unsere Anerkennung. Hinzu kommen unsere sehr guten langjährigen Beziehungen zu Lieferanten und Kunden, auch ihnen gebührt Dank für ihr Verständnis und ihre Loyalität in dieser global sehr herausfordernden Zeit. Insbesondere in den vergangenen Monaten hat sich gezeigt, dass ein kurzfristiges, flexibles Agieren bei Marktschwankungen und sich verändernden Anforderungen essenziell ist.

FROMMEYER: Dies ist vollumfänglich nur möglich, wenn sämtliche Fertigungs-, Logistik- und administrativen Prozesse optimal koordiniert und zentral ausgesteuert werden. Gerade durch die Investitionen und Effizienzgewinne konnten wir einige der negativen externen Entwicklungen abfedern. Dazu gehört auch, dass wir in diverse IT-Prozesse investiert haben, u.a. in ein neues ERP-System. Im Rahmen unserer Standortkonsolidierung haben wir auch unsere Fertigungsprozesse und die logistische Abwicklung weiter optimiert. Dadurch sind wir in der Lage, diese nicht vorhersehbaren externen Herausforderungen zu meistern.

Wie platzieren Sie die Marken im Markt, mit welchen Marketing- und Serviceinitiativen unterstützen Sie Ihre Handelspartner?

DR. UNTIEDT: Wir fokussieren uns noch mehr auf die Bedürfnisse der Kunden, die sich in den letzten Jahren ebenfalls verändert haben. So haben wir sowohl Heller als auch Keil mit neuen Markenauftritten, neuen Webseiten und diversen Serviceangeboten modern, zukunftsgerecht und mit digitalen Angeboten aufgestellt. Zudem decken wir die sogenannte Customer Journey jetzt optimal ab und bieten dem Kunden an jedem Kontaktpunkt optimierte Inhalte und Systeme. Dazu haben wir ganz neue Warenpräsentationssysteme inklusive einem selbstentwickelten digitalen





Die Heller Tools GmbH hat ein neues Logistikzentrum am Standort in Dinklage errichtet und sichert so die hohe Warenverfügbarkeit.



Produktplaner eingeführt und setzen diverse Datenaustauschsysteme für den Handel ein wie Oxomi, Loadbee und BMEcat. Damit unterstützen wir unsere Kunden auf dem Weg der Digitalisierung. Zudem legen wir mit unserem eigenen hochkompetenten und gestärkten Außendienst für unsere beiden Marken den Fokus auf Beratung und Austausch mit unseren Kunden und Handelspartnern, um beste Lösungen anzubieten und partnerschaftlich auf Augenhöhe zu agieren.



Heller ist auch bekannt für seine lange Tradition und Innovationskraft. Was gibt es im Bereich Neuprodukte zu berichten?

DR. UNTIEDT: Heller ist 1849 gegründet worden und hat seitdem diverse Weltneuheiten präsentiert. Wir haben bei Heller gerade unser Flaggschiff-Produkt, den Mehrschneider TriietUltimate relauncht und konnten unsere Position als führender Hersteller von Premium-Hammerbohrern damit weiter ausbauen - in Beton und auf Armierung erzielen wir hervorragende Ergebnisse in puncto Robustheit und Geschwindigkeit. Darüber hinaus sind wir im Bereich staubfreies Bohren führend und haben unseren DusterExpert Absaugbohrer mit Wechselköpfen auf den Markt gebracht. Als Komplettanbieter im Bereich Power Tool Zubehör, haben wir bei Heller unser Sortiment mit Kreissägen, Diamantwerkzeugen, oszillierenden Starlock Werkzeugen sowie mit Stich- und Säbelsägen ergänzt. Bei Keil gibt es mit dem Power-4CE einen sehr robusten 4-Schneider mit hoher Verschleißfestigkeit und hervorragender Kraftübertragung und mit dem Turbohead XPRO RS einen optimierten Vollhartmetallkopfbohrer, der durch ein Upgrade der Spirale und seine abgerundeten Kanten noch stabiler und schneller geworden ist.

Was ist von der Unternehmensgruppe auf der Internationalen Eisenwarenmesse zu erwarten?

DR. UNTIEDT: Zuallererst freuen wir uns, auf der Eisenwarenmesse unsere Kunde wieder persönlich zu treffen und ihnen die genannten Neuerungen vorzustellen. Dazu werden wir weitere Neuheiten, Produkte und Services, in einem sehr modernen Umfeld zeigen, passend zu unserer zukunftsorientierten Strategie. Ein besonderes Highlight wird zudem sein, unsere Private Label Aktivitäten unter einem neuen Dach zu bündeln. Mit "TCG", der Tool Competence Group, die einen eigenen Messestand erhält, werden wir unserem Anspruch gerecht, auch im Bereich Private Label ein führender Anbieter von hochqualitativem Power Tools Zubehör mit maßgeschneiderten Serviceleistungen zu sein.

FROMMEYER: Wir sind darauf eingestellt, dass unsere Qualitäts-Produkte auch zukünftig stark nachgefragt werden. Auch in einem weiterhin dynamischen Marktumfeld sind wir durch die umgesetzten Optimierungsmaßnahmen in allen Unternehmensbereichen gestärkt für die Zukunft und können mit den getroffenen und weiteren geplanten Investitionen unsere Leistung in den nächsten Jahren noch weiter steigern.





Mehr Informationen zu Heller Tools finden Sie unter www.hellertools.com und zu Keil Profi-Werkzeuge unter www.keil.eu



MOBILE ORDNUNG



Systemwagen sind die ideale Lösung, wenn Kleinteile an unterschiedlichen Arbeitsplätzen benötigt werden und Sie jederzeit den Überblick behalten wollen. Erhältlich für Eurobehälter und Regalkästen – auch in ESD-Ausführung – sowie für Kippkästen.

- Stabiles Aluminiumprofil
- Hohe Tragkraft
- Arretierbare Leichtlaufrollen
- Auch befüllt leicht zu rollen



AUER Live erleben.

Halle 6, Stand 6-441 / 6-341

KLARE SORTIMENTSGLIEDERUNG BEI BOSCH ZUBEHÖR

Expert-Linie für Profis

Bereits im letzten Jahr hat Bosch die klare Differenzierung seines Zubehör-Sortimentes eingeführt und das komplette Sortiment in die Linien Bosch Expert, Bosch Pro und Bosch gegliedert. Ziel ist es, dem Verwender von Anfang an und über alle Kanäle und Kontaktpunkte online und offline hinweg eine klare Orientierung zu geben, was das jeweilige Zubehör von Bosch kann und wie sehr Handwerker ihre Produktivität durch das gewählte Zubehör beeinflussen und steigern können.

Die Differenzierung des Zubehör-Sortimentes erfolgt auch optisch, so dass gerade am PoS schnell deutlich wird, um welche Qualitätsstufe es sich handelt: Die Linie Bosch Expert zeigt sich in Blau, Bosch Pro in Grau/ Blau und Bosch in Weiß. "Dein Werkzeug verdient das Beste", dafür steht die Hochleistungsklasse Bosch Expert in Blau. Gewerbliche Verwender können die Vorteile und die Schlüssel-Technologien, die Expert-Zubehöre von Bosch so leistungsstark machen, direkt auf der Verpackung ablesen. Lennart de Vet, Mitglied des Bereichsvorstands von Bosch Power Tools: "Mit unserer Expert-Linie decken wir alle wichtigen Gewerke und die anspruchsvollsten Anwendungen ab. Sie umfasst über 1.000 Produkte, die Standard-Zubehören weit überlegen sind. Egal ob Bau, Metall- oder Holzverarbeitung: Mit unseren Expert-Zubehören arbeiten gewerbliche Verwender deutlich schneller, präziser und mit maximaler Effizienz."

DEUTLICHE VORTEILE

Zu den Vorteilen der Zubehöre aus der Expert-Linie zählt zum Beispiel ein bis zu vier Mal schnellerer Abtrag bei Verwendung von Schleifscheiben mit Prisma-Tech-

nologie oder eine bis zu 100 Mal längere Lebensdauer, die Trennscheiben mit Diamant-Technologie oder PVD-beschichtete Säbelsägeblätter mit Hartmetall-Technologie gegenüber dem Marktstandard bieten.

Die Bosch Expert-Linie deckt über alle wichtigen Gewerke die anspruchsvollsten Anwendungen ab. Ihre Zubehöre setzen da an, wo herkömmliche Zubehöre an ihre Grenzen stoßen und machen bestimmte Anwendungen erst möglich. Dazu zählen die Fliesenbohrer "Expert HEX-9 HardCeramic" im Gewerk Bau, die Säbelsägeblätter "Expert Thick Tough Metal" im Gewerk Metall und bei Abbrucharbeiten sowie die Stichsägeblätter "Expert Hardwood fast" im Gewerk Holz.

LEUCHTTURM-PRODUKTE

Der Expert HEX-9 HardCeramic wurde speziell für das Bohren in harte Fliesen entwickelt, insbesondere Feinsteinzeug. Weitere Anwendungen sind das Bohren in Dachziegel, Natursteinfliesen und ungehärtetes Glas. Der Bohrer bietet eine bis zu zehn Mal längere Lebensdauer als bisherige hartmetallbestückte Fliesenbohrer im Markt. Zudem wird ein schneller Bohrfortschritt erzielt. Grundlage dafür ist besonderes Ferti-





Gewerbliche Verwender können die Vorteile und die Schlüssel-Technologien, die Expert-Zubehöre von Bosch so leistungsstark machen, direkt auf der Verpackung ablesen. (Fotos: Bosch)

gungs-Know-how und das einzigartige Design des Fliesenbohrers: Der Hartmetallkopf ist asymmetrisch und bildet dadurch Zähne, die sich im Gegensatz zu flachen Schneidkanten effizienter durch das harte Material arbeiten. Die aktive Zentrierspitze verhindert dabei zuverlässig, dass nur Reibung und Hitze erzeugt werden statt Bohrfortschritt. Sie ermöglicht außerdem ein präzises Anbohren von Löchern ohne Abrutschen auf der Fliese. Durch die integrierte Bohrmehlöffnung zwischen Stahlkörper und Hartmetallschneidkanten wird zudem ein stabiler Bohrfortschritt über die gesamte Lebensdauer erzielt.

Mit den Säbelsägeblättern Expert Thick Tough Metal erschließt Bosch gewerblichen Verwendern Einsatzbereiche, die herkömmliche Bi-Metall-Sägeblätter nicht abdecken. Dazu zählt zum Beispiel das Trennen von Gusseisenrohren oder die Bearbeitung hochfester und hochlegierter Stähle bei der Demontage im Karosserie-, Schiffs- und Anlagenbau. Die Säbelsägeblätter "Expert Thick Tough Metal" sind dank Hartmetall-Technologie besonders langlebig. Jeder der einzeln aufgeschweißten Hartmetallzähne ist erstmals PVDbeschichtet (Physical Vapour Deposition), wodurch sie nochmals härter und verschleißfester sind. Ein hochwertiges Bandmaterial, eine Banddicke von 1,25 Millimeter und eine Bandhöhe von 25 Millimetern machen das Blatt stabil und gleichzeitig biegsam. Da nur die vordersten Zahnspitzen aus Hartmetall bestehen, bleibt das Sägeblatt flexibel und hält hohen Biege- und Torsionsbelastungen stand, die für Abbruchanwendungen typisch sind.

Mit den Säbelsägeblättern Expert Thick Tough Metal erschließt Bosch gewerblichen Verwendern Einsatzbereiche, die herkömmliche Bi-Metall-Sägeblätter nicht abdecken





Der Expert HEX-9 HardCeramic bietet eine bis zu zehn Mal längere Lebensdauer als bisherige hartmetallbestückte Fliesenbohrer. Sein Hartmetallkopf ist asymmetrisch und bildet dadurch Zähne, die sich im Gegensatz zu flachen Schneidkanten effizienter durch das harte Material arbeiten.



Wir freuen uns, Sie auf der Kölner Eisenwarenmesse an unserem Stand zu begrüßen, um Ihnen unsere patentierte Weltneuheit für das beidseitig splitterfreie Schneiden (Patent Nr. 3530393) sowie unser breites Produktsortiment vorzustellen.

Halle 10.2 | Stand G19





Das neue patentierte Stichsägeblatt für den ausrissfreien Schnitt.

MP.S STELLT NEUES STICHSÄGEBLATT VOR

Patentiert splitterfrei sägen

Ausrissfreie Schnitte auf der Ober- und Unterseite des Materials verspricht MP.S mit seinem neuen Stichsägeblatt double clean. Der Hersteller aus Wasserliesch bei Trier hat in einer kleinschrittigen Entwicklungsarbeit diesen Problemlöser für Schreiner und Küchenbauer immer weiter optimiert. Inzwischen ist das Sägeblatt patentiert und damit im Profisegment für MP.S ein Alleinstellungsmerkmal.

Die richtige Zahnung ist einer der entscheidenden Faktoren für die Qualität eines Sägeblattes – so auch hier. Das aus Chrom-Vanadium-Stahl hergestellte double clean ist kreuzgeschliffen, konisch und radial verzahnt. Dadurch schneidet das Stichsägeblatt in beide Seiten des Materials hinein. Das führt zu dem gewünschten ausrissfreien Schnitt auf beiden Seiten des Materials. Handwerker kennen und entwickeln bislang bekannte Tricks immer weiter, um dieses Ziel mit herkömmlichen Sägeblättern zu erreichen. Das Abkleben der Schnitte ist eine gängige Methode, längst aber nicht immer erfolgreich. Der Griff in die Trickkiste kann mit der Neuentwicklung von MP.S, die auf die Typennummer 3161 hört, jetzt zu Ende gehen.

Durch die radial zum Mittelpunkt des Sägeblattes angeordneten Zähne sind die Sägezähne immer im Material, so dass der Schnitt exakt, sauber und eben ausrissfrei durchgeführt werden kann. Zudem ist der Arbeitsfortschritt auf die Ansprüche professioneller Anwender ausgerichtet. Durch die spezielle Zahn- und Blattgeometrie können mit dem double clean-Sägeblatt alle gängigen Materialstärken gesägt werden. Besonders geeignet ist das Stichsägeblatt zum Schnei-



Der Stammsitz von MP.S in Wasserliesch in der Nähe von Trier. (Fotos: MPS)

den von beschichteten Platten, Küchenarbeitsplatten, Tischlerplatten sowie Weich- und Konstruktionsholz. Entsprechend breit sind die Anwenderzielgruppen, die den Vorteil der Neuheit schätzen werden.

QUALITÄT UND INNOVATION ALS MAXIME

"Wir sind sehr froh, dass unser neues Produkt ietzt patentiert wurde", erklärt Martin Pott, Inhaber von MP.S., "dadurch haben wir ein weiteres Alleinstellungsmerkmal, das wir im Markt platzieren können." Entwickelt wurde das Sägeblatt für den zweifach ausrissfreien Schnitt in Wasserliesch, wo es auch hergestellt wird. "Nach den ersten Entwicklungsschritten war im Team der Ehrgeiz geweckt, das alte und leidige Problem des Ausrisses aus der Welt zu schaffen", beschreibt der Firmeninhaber die Entstehung von Nummer 3161. Nach zahlreichen Modifikationen bei der Zahngeometrie, beim Schliff der Sägezähne sowie der Blattgeometrie wurde die zufriedenstellende Problemlösung er-

Letztendlich garantiert auch dieses Sägeblatt von MP.S, wie alle anderen Produkte der Marke, den Erfolg der Arbeit mit den Elektrowerkzeugen. Davon lassen sich nach gemachter Erfahrung auch die Anwender überzeugen. "Das Ergebnis unserer Arbeit ist überzeu-

Der moderne Maschinenpark sichert die Qualität und die Möglichkeit der Produktion am Standort Deutschland.

gend", kommentiert Martin Pott, "das wissen unsere Kunden und die Anwender der MP.S Sägeblätter und schätzen dies."

WEITERER AUSBAU IN DEN STARTLÖCHERN

Seit Jahren hat Martin Pott die Automatisierung der Produktion am Standort in Wasserliesch vorangetrieben, um die Herstellung von Sägeblättern in Deutschland halten zu können. "Die Produktion auf modernstem Niveau ist genauso wichtig wie die ständige Produktinnovation", fasst Martin Pott die Notwendigkeiten eines erfolgreichen Agierens am Markt zusammen. Aktuell steht der weitere Ausbau der Fertigungskapazitäten am Firmenstandort an, denn die Verfügbarkeit der Ware ist, gerade in diesen Zeiten, ein wichtiger Service für die Handelskunden und letztendlich für die Anwender. "Wir hoffen, bald mit den Baumaßnahmen starten zu können und uns so den Platz für weiteres Wachstum zu schaffen", so Pott.

In der Zwischenzeit produziert und entwickelt MP.S in gewohnter Weise in Wasserliesch weiter und bietet sich mit seinen einzigartigen Produkten, dem stimmigen Sortiment, der Ausrichtung auf Qualität und dem hohen Servicegrad von der Datenbereitstellung bis zur PoS-Ausstattung als verlässlicher Partner des Fachhan-





Kollege Roboter hilft in Attendorn mit, die Qualität und den Standort zu sichern.



Das Logo der vereinten Marke ASW Wekador.

ASW WEKADOR BAUT KOMPETENZ AUS

Runderneuert in die Zukunft

ASW Wekador tritt mit einem neuen Erscheinungsbild und einem deutlich ausgeweiteten Produktangebot als Anbieter eines umfangreichen Werkzeugsortimentes auf, in dem die Kraftsteckschlüssel, Bits mit deren Verbindungsteilen und Bohrer die drei Kompetenzbereiche bilden. Erweitert werden soll auch das Serviceangebot für die Handelspartner durch einen modernen Auftritt am Point of Sale, die sich damit in diesen Produktsegmenten auf einen Partner konzentrieren können.



Andreas Heuel, Geschäftsführer von ASW Wekador.

Vieles ist in Bewegung bei ASW Wekador in Attendorn, aber eines ist klar: das Ziel. "Wir wollen ein verlässlicher Partner für den Fachhandel sein, der qualitativ hochwertige Werkzeuge für den professionellen Einsatz liefert und eine sinnvolle Ergänzung im Umfeld großer Marken bietet", beschreibt Andreas Heuel, Geschäftsführer von ASW Wekador, die Ausrichtung. An einigen Leuchtturmprojekten ist die Richtung, in die es geht, schon deutlich zu erkennen.

Erstes signifikantes Zeichen: Die beiden Markennamen rücken zu einem Logo zusammen, aus den Spezialisten für Kraftsteckschlüssel (ASW) und Bits (Wekador) wird der Spezialist für Werkzeug bzw. Elektrowerkzeug-Zubehör ASW Wekador. Ein kleines Signal der Unterschiedlichkeit bleibt im Logo erhalten: Während ASW in Blau erscheint, tritt Wekador in Rot auf. "Wir haben uns entschlossen, die lange parallel geführten Marken zusammenzuführen, um in einem

gemeinsamen Auftritt die jeweiligen Stärken auch für die andere Marke nutzbar zu machen", berichtet Andreas Heuel. Damit meint er, die stärker internationale Ausrichtung der Marke Wekador und die nationale Stärke von ASW zusammenzubringen und daraus erfolgreich Synergien zu ziehen. Verbunden mit der Markenkonzentration ist auch eine Konzentration im Sortiment. So nennt Andreas Heuel beispielsweise die Reduzierung der bisher angebotenen acht Bit-Serien. "Wir haben das Sortiment übersichtlicher gemacht und klar strukturiert, was die Zuordnung zu Qualitätsund Preisstufen für den Handel genauso leichter macht wie für die Anwender."

WEBSITE IN NEUEM DESIGN

Das neue Erscheinungsbild, das im Rahmen der Konzentration auf eine Marke entwickelt worden ist, zeigt sich bereits auf der neuen Website. Hier sind übersichtlich die einzelnen Sortimentsbereiche sowie die Services und Ansprechpartner im Unternehmen zu finden. Sukzessive soll die Website in weiteren Sprachen umgesetzt werden und auch einen geschlossenen Händlerbereich erhalten, über den die Handelspartner dann Daten abgreifen, Werbemittel downloaden und Bestellungen aufgeben können.

Nebeneffekt der neuen Website ist die Aktualisierung aller Produktdaten, die in allen gängigen Formaten dem Handel bereitgestellt werden. In den nächsten Monaten kommt zudem eine neue ERP-Software ins Haus von ASW Wekador, so dass die gesamten Prozesse noch einmal beschleunigt werden können. Zusammen mit der um 1.500 qm vergrößerten Lagerkapazität sorgen diese Maßnahmen für die reibungslose Auftragsabwicklung und eine hohe Warenverfügbarkeit.

Neben der Website sind bereits einzelne Produktbroschüren in der neuen Gestaltung verfügbar, der





Gesamtkatalog folgt bis Ende des Jahres und zeigt dann das umfassende Produktprogramm der Attendorner. "Das macht es für die Beratung im Handel und die Bestellungen dann noch einmal einfacher", sagt Andreas Heuel.

NEUES BOHRERSORTIMENT

Zweites signifikantes Zeichen: das neue Bohrersortiment, für das es mindestens zwei einleuchtende Gründe gibt. Zum einen ist mit Michael Koch ein ausgewiesener Experte im Bereich Bohrer seit dem letzten Jahr im Team von ASW Wekador. Koch, der vorher lange Jahre als Vertriebsleiter eines deutschen Bohrerspezialisten tätig war, hat über seine Expertise den Sortimentsaufbau vorangetrieben. Der zweite Grund ist der logische Zusammenhang der Produktbereiche: Wenn etwas verschraubt wird, ist in vielen Fällen vorab ein Loch zu bohren. "Bohren und Verschrauben gehören sehr eng zusammen", erläutert Michael Koch, "deshalb sind wir den Schritt der Sortimentsausweitung gegangen und werden damit zum Komplettanbieter bei diesen Anwendungen."

Das Bohrerprogramm umfasst die gesamte Spannbreite von SDS plus und SDS max Bohrern über Holz-, HSS- bis hin zu Stein- und Universalbohrern. Die SDS plus- und SDS max Bohrer werden in Kooperation mit einem Bohrerspezialisten hergestellt und stammen aus deutscher Produktion. "Wir haben uns in den letzten Jahrzehnten einen Namen als Qualitätslieferant gemacht, das wollen wir auch bleiben und nicht durch etwas anderes als Profigualität auch bei den Bohrern gefährden", kommentiert Andreas Heuel.

VERKAUFSFERTIGE SORTIMENTE

Dass es die Bohrer von ASW Wekador in den pas-

Michael Koch ist für den Vertrieb zuständig und bringt die Expertise für das Thema Bohren ins Unternehmen. (Fotos: ASW Wekador)

Konstellation des Unternehmens sind aber auch weitere Zusammenstellungen möglich, so zum Beispiel Sets bestehend aus Bohrern und Langbits oder Bohrern und kurzen Bits. So können gewerkespezifische Konstellationen geschaffen werden, die den Anwendern direkten Mehrwert bieten.

Die umfassende Kompetenz des Sortimentes kann im Handel auch am PoS dargestellt werden. Dafür ist ASW Wekador aktuell in der Entwicklung einer Verkaufswand, die als Baukastensystem zusammengestellt und so auf die jeweiligen Zielgruppen des einzelnen Händlers hin konzipiert werden kann. "Damit kann der Händler sein Angebot im Bereich des Zubehörs umfassend darstellen und signalisieren, dass er Alternativen zu Ergänzungssortimenten der Elektrowerkzeughersteller bieten kann", erläutert Michael Koch. Und Andreas Heuel ergänzt: "Wir sind davon überzeugt, dass dieses PoS-Konzept die Relevanz unserer Marke für den Handel noch einmal deutlich er-

KOFFER AUS NACHWACHSENDEN **ROHSTOFFEN**

Drittes signifikantes Zeichen: Im Rahmen der Produktsets arbeitet ASW Wekador mit praktischen und robusten Koffern, die eine sichere und geordnete Unterbringung der Werkzeugsets gewährleisten. Für die Entwicklung der Koffer haben die Sauerländer eng mit dem Verpackungsspezialisten WA.G zusammengearbeitet und gehören zu den ersten, die konsequent die "Organic Line"-Koffer von WA.G einsetzen. Diese handlichen Koffer werden aus Glukose, natürlichen Wachsen, Mineralien und natürlichen Fasern hergestellt und sind recyclebar. Sie bestehen aus bis zu 93 Prozent aus nachwachsenden Rohstoffen, wodurch ein geschlossener CO2-Kreislauf und ein weitgehender Verzicht von endlich verfügbarem Erdöl geleistet wird. Die Eigenschaften sind mit Polypropylen vergleichbar. Diese Koffer dürfen das geschützte EU-Gütesiegel Green Brand tragen, die Koffereinlagen sind aus einem Material auf Zuckerbasis.



Bitboxen, eine Kernkompetenz von ASW Wekador, können auch ab niedriger Stückzahl individualisiert und in die Eigenmarke integriert werden.

Umgesetzt wurde das Konzept der Werkzeugsets in den ressourcenschonenden Koffern bereits im Bereich der Kraftsteckschlüssel, der Domäne von ASW. Neben der sukzessiven Erweiterung der Set-Angebote signalisiert das Konzept auch die Ausrichtung der Marke ASW Wekador auf ressourcenschonende und nachhaltige Produktlösungen und Prozesse.

PRIVATE LABEL MIT ERFAHRUNG

Neben der Stärkung der Marke ASW Wekador setzt man in Attendorn weiterhin auf die lange erprobte hohe Kompetenz in der Produktion von Private Label-Produkten, ganz gleich, ob dies im Bereich der Bits oder der Kraftsteckschlüssel oder auch der Set-Angebote ist. "Wir stufen hier unsere Leistungen in die drei Bereiche Light, Basic und Professional ab, in denen wir jeweils höhere Individualisierungsgrade bei Produkt und Verpackung anbieten", erläutert Michael Koch. So lassen sich bereits in der Light-Variante zum Beispiel bestehende Bit-Boxen schnell und ab geringer Stückzahl mit einem eigenen Aufdruck individualisieren. Soll es dann aber eine eigene Set-Zusammenstellung und eine eigene Kofferfarbe sein, bewegt man sich in der Professional-Kategorie. "Wir liefern seit vielen Jahren solche Produkte für den Handel wie für bekannte Herstellermarken und haben dabei eine große Erfahrung im Sourcing und in der Abwicklung gesammelt", berichtet Andreas Heuel.





Das Koffersortiment von ASW Wekador setzt auf Koffer aus nachwachsenden

Damit die Leistungsfähigkeit in diesem Angebotsbereich weiter erhöht werden kann, wurde in Attendorn auch in den Maschinenpark investiert. So steht dort jetzt bereits die dritte moderne Laserbeschriftungsanlage, um die Werkzeuge nach Kundenwunsch zu kennzeichnen. Darüber hinaus werden die Aufkleber, bzw. Etiketten den Wünschen der Kunden angepasst. Somit wird ein Paket für alle Kunden erstellt, dass keine Wünsche offen lässt.

Denn Flexibilität ist in diesem Geschäft Erfolgsvoraussetzung. In Attendorn werden auch ein Großteil der Bits sowie alle Sonderanfertigungen produziert. "Standardware in allen Produktsegmenten ist in Deutschland auch bei höchster Automatisierung nicht rentabel herzustellen", so Andreas Heuel, "aber wenn sich das machen lässt, setzen wir dies nicht zuletzt aus den bereits angesprochenen Nachhaltigkeitsgründen auch um."

Die Beispiele zeigen: ASW Wekador ist in einem Transformationsprozess. Sie zeigen aber auch: Mit der Marke ist zu rechnen.

Fräserprogramm aktualisiert

Das Famag-Produkt des Jahres 2022 sind die HM-Oberfräser. Deshalb wurden zusätzlich zu den bekannten Sets der Qualität Classic und Profi zwölf weitere Sets der Qualität "Exzellent" zusammengestellt. Bei der Herstellung dieser Famag-Fräser wird ausschließlich hochwertigstes Hartmetall aus Europa verwendet. Dieses wird unter Anwendung eines speziellen Lötverfahrens, welches das Materialgefüge des Hartmetalls schont und damit für eine höchstmögliche Standzeit der Oberfräser sorgt, angebracht. Das Ergebnis: ein perfekter Rundlauf ohne Vibrationen. Alle Fräser besitzen einen Schaftdurchmesser von 8,0 mm, der im feinen Nassschleifverfahren angebracht wird. Für Oberfräsen mit anderen Schaftaufnahmen hält Famag verschiedene Reduzierhülsen bereit.

Die besonders gleitfähige Pulverbeschichtung sorgt für einen perfekten Spanabtransport. Die Ergebnisse sind eine sehr angenehme Handhabung und perfekt gefräste Holzoberflächen. Die Beschriftung ist BG konform und gibt sowohl Auskunft über die maximale Drehzahl als auch über die richtige Einspann-

tiefe des Fräsers in der Spannzange der Oberfräse. Alle Famag HM-Oberfräser sind auch für den Einsatz in der Handoberfräse mit manuellem Handvorschub geeignet. Die hochwertigen Anlauflager können mithilfe eines Innensechskantschlüssels leicht ausgetauscht und separat nachgekauft werden.

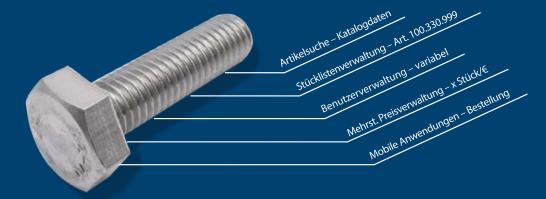
Für den aktuellen Katalog Famag F22 hat das Unternehmen das gesamte Einzelfräserprogramm überprüft, überarbeitet und stark erweitert. So finden die Kunden neben den Ersatzanlauflagern auch Reduzierhülsen für verschieden Schaftdurchmesser, auch Inch-Größen.

Neu im Programm sind neben T-Nutfräsern auch eine lange Ausführung der HM-Nutfräser (Serie 3168). Mit einer Gesamtlänge von 90 mm ist der Anwender in der Lage – Schritt für Schritt – besonders tiefe Nuten zu fräsen. So wird eine gute Alternative zu Langlochfräsern aus WS-Stahl geboten, die sich im Hartholz allzu oft die Zähne ausbeißen.

Für mehr Komfort sorgt die bei den Famag Nutfräsern auf den Fräskörper gelaserte Skala. Diese ermöglicht ein schnelles und unkompliziertes einstellen der Frästiefe. (Foto: Famag)



FÜR MANCHE IST ES NUR EINE SCHRAUBE.



MIT GEVIS ERP WISSEN SIE MEHR.

Seit über 30 Jahren entwickeln wir maßgeschneiderte Software-Lösungen, die Durchblick in jede Branche bringen.



HEIZEN, TROCKNEN UND REINIGEN MIT WILMS

Energie gezielt einsetzen

Ideen, den Energieverbrauch zu reduzieren, waren schon immer sinnvoll. In dieser Zeit erhalten sie eine neue Dimension. Also werden sowohl einzelne Arbeitsplätze als auch Hallen oder Räume temporär geheizt. Aber auch das Trocknen von Bauten oder Material wie die Luftreinigung spielen immer eine große Rolle. WILMS aus Mönchengladbach bietet in diesen Anwendungsbereichen traditionsgemäß eine breite Produktpalette, die immer wieder durch Neuheiten für weitere Einsatzbereiche ergänzt wird. Abgerundet wird das Angebot durch ein Sortiment effektiver Reinigungsgeräte.

Die Produkte von WILMS sind bekannt für ihre hohe Effizienz und solide Oualität. In den Bereichen Heizen. Trocknen, Reinigen von Luft, Belüftung oder Reinigen von Flächen und Objekten bietet das Unternehmen heute ein breit ausdifferenziertes Sortiment. Seit der Markteinführung des ersten Universal-Großraum-Öl-

heizers "UGO" hat die Entwicklungsarbeit einen gro-Ben Variantenreichtum in den einzelnen Anwendungsbereichen erbracht. Deshalb lassen sich jetzt immer die richtigen Produkte für die jeweilige Situation bereitstellen. Dafür sollten in der Beratung einige Aspekte geklärt werden, die dann zur größtmöglichen Kundenzufriedenheit führen.

Neben den professionellen Geräten bietet WILMS auch jeweils Heiz-, Trocknungs- und Luftreinigungsgeräte in einem geradlinigen, funktionalen Design als Komfort-Geräte an, die auch in Wohnräumen oder Büros eingesetzt werden können. Dazu gehört als Neuheit auch ein Luftreiniger, der neben Gerüchen und Schadstoffen auch Viren und Bakterien entfernt - ideal für die Gastronomie, Büros, Tagungshäuser etc.



Sofortheizgeräte von WILMS machen ihrem Namen alle Ehre: Sie sind unmittelbar einsatzbereit, ein voller Tank und/oder ein Stromanschluss genügen. Das kann bei plötzlichen Kälteeinbrüchen in der Landwirtschaft oder bei der Lagerung kälteempfindlicher Produkte genauso der Fall sein wie bei Winterbaustellen oder Lagerhallen, in denen nur punktuell gearbeitet wird. WILMS bietet diese Heizgeräte mit Ölbetrieb, mit Gasbetrieb oder als Elektroheizgeräte an.

In gut be- und entlüfteten Räumen kommen die direkt befeuerten Öl-Heißluftturbinen zum Einsatz. Mit einem Spektrum von 20,5 bis 111 kW stehen drei abgestufte Größen zur vielfältigen Verwendung im Innen- und Außenbereich zur Verfügung. Das Niederdruck-Zerstäubersystem bei den Modellen B 70 und B 125 bzw. das Hochdruck-Zerstäubersystem beim Modell B 380 sorgen für eine rückstandsfreie Verbrennung ohne Bildung von Ruß und giftigen Gasen und ist ausgesprochen sparsam, da die Verbrennungsenergie zu 100 Prozent genutzt wird. WILMS Heißluftturbinen der BV-Reihe mit einer Leistung bis 150 kW sind vollautomatische Warmlufterzeuger mit Abgasführung und sehr hohem Wirkungsgrad. Trotzdem sind sie sehr mobil durch Räder, Tragebügel und Transportösen. Eine spezielle Ausführung hat WILMS für den Katastropheneinsatz entwickelt.

Professionelle Estrichtrocknung. WILMS arbeitet mit dem Unterdruck- oder Saugverfahren.





WILMS Gasheizer sind im Vergleich zu Öl- und Elektro-Heizgeräten gleicher Leistung erheblich leichter, kleiner und preisgünstiger. Als wahre Leichtgewichte werden sie bevorzugt dort eingesetzt, wo es auf höchste Mobilität ankommt. Selbst das stärkste Gerät mit 103 kW-Leistung läßt sich beguem im PKW transportieren. Die Gasheizer können in allen ausreichend belüfteten Räumen, in denen Geräte mit offener Flamme zulässig sind, eingesetzt werden. Die Qualität zeigt sich in einem grundsoliden, sicherheitstechnisch vorbildlichen und robusten Aufbau für harte Einsatzbedingungen, bei langer Lebensdauer und hoher Betriebssicherheit.

WILMS Elektroheizer sind hervorragend für schnelle und unkomplizierte Beheizung von kleineren Räumen wie z.B. Werkstätten, Verkaufs- und Ausstellungsräumen, Lagerräumen und Baucontainern geeignet. Da bei Elektroheizern im Gegensatz zu Öl- und Gasheizern kein Sauerstoff verbraucht wird, sind keine Zu- und Abluftöffnungen erforderlich. Ein Einsatz in schlecht oder nicht belüfteten Räumen ist dadurch möglich. Die gekapselten, rostfreien Heizelemente gewährleisten hohe Betriebssicherheit und lange Lebensdauer. Die in mehreren Leistungsstufen zu schaltenden Drehstromgeräte sind auch zum Lüften geeignet. Neu im Sortiment ist ein Elektroheizgerät mit Keramik-Heizaggregat und Axialventilator. Das Wechselstromgerät arbeitet extrem leise, ist damit ideal für Büros oder Wohnmobile, für Werkstätten und Lagerräume, Garagen oder Kellerräume. Der kompakte Heizer ist auch eine sinnvolle Unterstützung von Luftentfeuchtern.

WÄRME AUF DEN PUNKT

Punktbeheizung mit einem Infrarot-Ölheizer von WILMS heißt, nur dort heizen, wo die Wärme gebraucht wird. Auch in großen Hallen, offenen Schuppen oder im Freien heizen Infrarotstrahlen wie die Sonnenstrahlen direkt und verlustlos. Nur die angestrahlten Gegenstände und Flächen werden erwärmt. Mit der Infrarot-Strahlungsheizung ist die empfundene Temperatur höher als die tatsächliche Lufttemperatur. Das bedeutet - neben besserem Wärmeaustausch -Behaglichkeit in der Arbeitszone, auch am Boden. Die Infrarotheizer werden mit Heizöl/Diesel oder Petroleum betrieben. Das ist preiswerter als Elektrizität oder Gas. Alle Infrarot-Ölheizer arbeiten ohne Abzug. Lediglich gute Be- und Entlüftung sind erforderlich. Die überraschend kurze Anheizzeit und die Tatsache, dass keine Luft- und damit auch keine Staubbewegung stattfindet, gewährleisten vielseitige Anwendungen, beispielsweise auch bei der Trocknung von lackierten Flächen.

FEUCHTIGKEIT GEZIELT REDUZIEREN

Wird auf das Heizen verzichtet oder nur punktuell beheizt, kann an anderen Stellen Feuchtigkeit zum Problem werden. Für den Fall, dass getrocknet werden muss, arbeiten Trocknungsgeräte erheblich effizienter als es beispielsweise das Trocknen durch starkes Heizen und anschließendes Lüften leisten.

Das Anwendungsspektrum für Luftentfeuchter ist breit und wird durch Einsparungen beim Heizen noch einmal breiter: WILMS Luftentfeuchter trocknen vollautomatisch, umweltfreundlich, zuverlässig und schnell Räume. Mauerwerk und Material. Sie entziehen



Im Segment der Reinigungsgeräte bietet WILMS sowohl Hochdruckreiniger



Der KT 430 ist ein leistungsstarker, robuster und langlebiger Luftenfeuchter für den professionellen Einsatz auf wechselnden Baustellen oder Finsatzorten



Bringt die Wärme auf den Punkt: der Infrarot Ölheizer von WILMS.

schnell und gründlich die Feuchtigkeit z.B. aus Beton, Holz, Textilien, Kartons und Streugut, Sie verhindern Korrosion und schützen so Wertgegenstände, Fahrzeuge oder Maschinen. Sie garantieren eine schonende und effektive Trocknung, denn kalte Luft trocknet gleichmäßig und verhindert Rissbildung. Ohne Belästigung durch Wärme, Staub oder Geruch können Arbeiten in den Räumen fortgesetzt werden.

Fast alle Geräte werden bequem über einen Touchscreen bedient, der über Betriebsstunden und Stromverbrauch informiert und eine Fehlerauslese ermöglicht. Der eingebaute Hygrostat hält die relative Luftfeuchtigkeit konstant. Der eingebaute Rollkolbenkompressor bewirkt einen niedrigen Energieverbrauch. Alle WILMS Luftentfeuchter werden mit umweltfreundlichen Kältemitteln betrieben. Die Bandbreite reicht von den Profi-Luftentfeuchtern der Eco-Serie bis hin zu großen Geräten mit einer Leistung von 105 Liter in 24 Stunden und Raumgrößen bis 700 Kubikmetern.

Darüber hinaus bietet WILMS Dämmschichttrockner für eine effektive Trocknung von Bodenschichten unterhalb des Estrichs. WILMS arbeitet hier mit dem Unterdruck- oder Saugverfahren, das verschiedene Vorteile, z.B. den Schutz vor einer Kontamination der Raumluft durch gesundheitsgefährdende Substanzen aus der Zwischenschicht, aufweist. Die Kombination aus Verdichter, Abscheider und Schalldämpfer ist ein komplettes, professionelles System für das Trocknen von Feuchteschäden in Bauten. Für das Entfernen von Wasser beispielsweise aus Räumen oder Kellern hat WILMS ein Flutset mit Tauchpumpe entwickelt, das

sowohl für Frisch- als auch für Brauchwasser eingesetzt werden kann.

LUFT GEZIELT REINIGEN

Für die Luftreinigung auf Baustellen mit hoher Staubentwicklung oder Renovierungsarbeiten in kleinen bis mittleren Räumen hält WILMS einen Luftreiniger bereit. Das Gerät arbeitet mit Abluftschlauch und kann im Umluft- oder Unterdruckbetrieb eingesetzt werden. Je nach verwendetem Vor- und Hauptfilter werden diese Geräte von der BG Bau gefördert. Ergänzt wird das Sortiment durch einen Komfort-Luftreiniger, der die Schadstoffbelastung der Raumluft misst und sich automatisch reguliert. Ausgestattet mit einem HEPA H14 Filter sowie einem Aktivkohlefilter wird ein Abscheidungsgrad von 99,995 Prozent aller Partikel erreicht. Sterilisierendes UV-C Licht und ein Ionizer töten zusätzlich Bakterien ab und eliminieren Gerüche und Schadstoffe.



WILMS Ventilatoren eignen sich zur Be- oder Entlüftung von Baustellen, Archiven, Hallen und Lagern oder in der Landwirtschaft, ob zur Beschleunigung von Bautrocknungsmaßnahmen oder zur Entstaubung. Die Turbolüfter mit leistungsstarken Radialgebläsen und der flachen Ausblasöffnung erzeugen einen breiten Luftstrom in Bodennähe und beschleunigen in Verbindung mit einem Luftentfeuchter somit die Trocknung von nassen Estrichen, Böden oder Teppichböden. Mit Verteilern kann der Luftstrom mittels Schläuchen ge-

> zielt in schwer zugängliche Bereiche geleitet werden.

Mit den Axialventilatoren für den Dauereinsatz lässt sich mit Schläuchen gezielt Luft transportieren, sei es in schlecht belüftete Räume oder zur Be- und Entlüftung in Bereichen, wo gestemmt oder geschweißt wird. Die Axialventila-

Reparaturen werden auch vor Ort durchgeführt, dafür ist das Servicefahrzeug von Mönchengladbach aus sowie von sechs weiteren Standorten in Deutschland unter-



Der hauseigene Reparaturservice ist am Stammsitz in Mönchengladbach angesiedelt. In der Saison wird an sechs Tagen in der Woche gearbeitet. (Fotos: WILMS)

toren können in staubbelasteten Räumen auch in Kombination mit einem Luftfilter verwendet werden. zur Erhöhung der Luftpressung können auch mehrere Geräte in Reihe betrieben werden.

Neu im Programm bei WILMS ist ein Radialventilator mit LED und Schwenkarm, der speziell für den Einsatz bei Speditionen, großen Lagerfirmen, Containerterminals, etc. entwickelt wurde. Das System wird an Docks, oder Rampen montiert, um z.B. Container oder Ladebrücken mit einem Hochleistungsventilator zu belüften, damit Dämpfe und Gerüche, die ggf. über mehrere Monate Seefracht entstanden sind, schnell beseitigt werden. Damit bietet WILMS eine spezifische Problemlösung in einem breiten Markt an.

GEZIELTE ABRUNDUNG: DAS REINIGUNGSGERÄTE-PROGRAMM

Das WILMS Reinigungsgeräte-Programm sorgt für Sauberkeit auf der ganzen Linie: Vom Allzwecksauger für Büro und Betrieb über Hochdruckreiniger und Schrubbautomaten bis zur Aufsitzkehrmaschine mit Elektro- oder Benzinantrieb.

Allen Geräten gemeinsam ist die außerordentlich hohe Qualität. Robuste Saugschläuche bei den Nassund Trockensaugern sind genauso selbstverständlich wie hochverschleißfeste Keramikplunger bei den Hochdruckreinigern - getreu der WILMS Unternehmensphilosophie: Perfektion aus Prinzip.



FEIN STARTET IM AKKUSYSTEM AMPSHARE MIT DEM MULTIMASTER

Einschwingen ins System

Fein bringt die Akku Multimaster Modelle 500, 700 und 700 1.7 mit der neuen Akku-Schnittstelle des 18-Volt-Systems AMPShare auf den Markt. Die Energie für die Akku-Schnittstelle liefern die 18-Volt-Akkus von Bosch. Fein-Kunden erweitern mit AMPShare ihre Anwendungsmöglichkeiten, indem sie herstellerübergreifend Elektrowerkzeuge mit AMPShare Akkus betreiben können. Die neuen Akku Multimaster erhalten mit der Umstellung mit der L-Boxx eine neue Verpackung, die genau wie die einheitliche Akku-Plattform den praktischen Systemgedanken verfolgt.

Die AMPShare 18-Volt-Akkus sorgen für eine hohe Leistungsabgabe, sodass die Maschinen auch harte Arbeitseinsätze effektiv bewältigen. Zudem sorgt die sogenannte Coolpack 2.0-Technologie für eine um 135 Prozent längere Akku-Lebensdauer als es bei Akkus ohne integrierte Wärmeableitung der Fall ist. Au-Berdem schützt die Electronic Cell Protection den Akku zuverlässig vor Überlastung, Überhitzung und Tiefentladung – alles zum Schutz des Anwenders und der Maschine. Mit einem AMPShare Akku können Anwender viele Elektrowerkzeuge verschiedener Profimarken betreiben.

Als "extrem wichtigen Schritt für Fein" bezeichnet Chief Innovation Officer Sebastian Schnaitmann die strategische Entscheidung, den Multimaster für die AMPShare Akku-Plattform zu öffnen. "Fein legt seit jeher immens viel Wert auf qualitativ hochwertige und sichere Elektrowerkzeuge mit einer langen Lebensdauer. Deshalb setzen wir auch auf die führende Akku-Plattform, die es am Markt gibt – und die haben wir mit AMPShare gefunden", sagt Sebastian Schnaitmann. Zusammen mit seinen Teams aus den Bereichen Produktmanagement, Entwicklung und Marketing begleitete er die Umstellung der Multimaster Modelle von Beginn an mit – immer mit dem Ziel vor Augen, den Kunden eine einfach zu bedienende und sichere Maschine zu bieten, die flexibel für Tausende von Anwendungen eingesetzt werden kann.



FEIN IST DER ERFINDER DES MULTITOOLS

Der Multimaster ist seit seiner Erfindung im Hause Fein vor über 50 Jahren ein Erfolgsprodukt – und das weltweit. Heute hat Fein drei Leistungsklassen dieser Maschinen jeweils als Netz- und Akku-Varianten im Programm, unterteilt in Multimaster 300, 500 und 700. Anwender schätzen das Multitool als universellen Problemlöser für die Anwendungen Sägen, Schleifen, Polieren, Trennen, Feilen, Schaben, Schneiden und ReiDas Fein Anti-Vibrationssystem senkt die Vibrationen und erhöht die Laufruhe. Das Gehäuse wird durch elastische Dämpfungselemente vollständig entkoppelt.

nigen. Profis wie Schreiner, Zimmerleute und Innenausbauer setzen auf den Multimaster ebenso wie Metallbauer und Schlosser, wenn es um Spezial-Anwendungen geht.

Der Schlüssel zu den Tausenden von Anwendungslösungen sind die qualitativ hochwertigen und langlebigen Starlock-Zubehöre, welche diesen flexiblen Einsatz erst möglich machen: Über 180 Zubehöre hat Fein im Portfolio und bietet damit das größte Sortiment, das weltweit auf dem

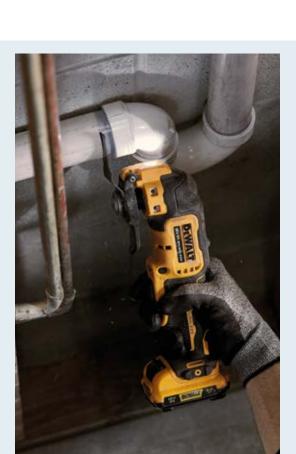
Markt erhältlich ist. Starlock, StarlockPlus und Starlock-Max lauten die drei Klassen von Zubehören, die Fein passend zur Leistung der einzelnen Maschinen entwickelt hat. Auf diese Weise erreichen Gerät und Zubehör in Kombination eine verlustfreie Kraftübertragung und damit einen optimalen Arbeitsfortschritt. Der Zubehörwechsel gelingt dabei dank QuickIN-Schnellspannsystem komplett werkzeuglos in unter drei Sekunden.

KOOPERATION AUCH BEI DER AUFBEWAHRUNG

Auch was die Aufbewahrung betrifft, verfolgt Fein den Systemgedanken und bringt die neuen Akku Multimaster-Modelle im L-Boxx-System auf den Markt. Denn genau wie auf die AMPShare Akku-Plattform, so setzen schon heute viele Hersteller auf dieses System. Der Vorteil der L-Boxxen liegt darin, dass alle Koffer miteinander kompatibel sind und zahlreiche Kombinations- und Erweiterungsmöglichkeiten bieten. In wenigen Sekunden sind sie fest miteinander verklickt und können durch ihre perfekte Passform sicher im Sortimo Fahrzeugregal transportiert werden.

Der Multimaster 700 ist das leistungsstärkste Multitool von Fein und sorgt für einen schnellen Arbeitsfortschritt im Bereich Ausbau und Renovierung. Ab Oktober 2022 ist er mit dem AM-PShare 18-Volt-Akku-System und einem noch ergonomischeren Design ausgestattet. Selbst präzise Sägeschnitte bis 90 Millimeter Tiefe sind mit dem 700er in kürzester Zeit möglich, auch harte Epoxid- und Zementfugen trennt er mühelos aus. (Fotos: Fein)





Das Multitool von DeWalt wartet durch die innovative bürstenlose Motortechnologie mit hoher Leistung, kompakten Abmessungen und langer Lebensdauer auf. (Foto: DeWalt)

Leistungsstark und ergonomisch

DeWalt bietet mit dem DCS353D2-QW ein 12-Volt oszillierendes Multitool, das durch die innovative bürstenlose Motortechnologie mit hoher Leistung, kompakten Abmessungen und langer Lebensdauer aufwartet. Durch das vollgummierte Gehäuse ist eine sichere Handhabung in allen Griffpositionen möglich, der groß dimensionierte und variable Dual-Griff mit integriertem Gasgebeschalter und Arretierung ist auch der Dauerbetrieb des Werkzeugs für den Anwender bequem zu handhaben. Für bequemes Arbeiten sorgt auch ein kombinierter Tiefen- und Seitenanschlag für eine hohe Schnittpräzision. Die leistungsstarke, hellweiße LED-Leuchte mit einem optimal ausgerichteten Lichtkegel sorgt immer für einen guten Blick auf den Einsatzbereich.

Weiterer Faktor für das bequeme und schnelle Arbeiten: der werkzeuglose Zubehörwechsel. Die mitgelieferte Delta-Schleifplatte sorgt mit dem Klettfix-System für einen schnellen Wechsel und einen sicheren Sitz der Schleifblätter. Über den Air-Lockkompatiblen Absaugadapter ist eine wirkungsvolle Staubabsaugung möglich. Ausgestattet ist das Multitool von DeWalt serienmäßig mit einem Multifit-Adapter, der die Verwendung von Zubehörteilen anderer Markenhersteller erlaubt.

Das Multitool wird serienmäßig in einer T STAK-Box II geliefert und ist als Basistype ohne Akkus und Ladegerät bei bereits vorhandenen 12 Volt XR Akkus von DeWalt eine optimale Ergänzung im Werkzeugportfolio der Anwender. Zum serienmä-Bigen Lieferumfang gehört auch ein 29-teiliges Zubehörset mit einer breiten Werkzeugauswahl für die wichtigsten Schleif- und Säge-Anwendungen.

Spannende Neuheiten

Bessey erweitert sein umfangreiches Sortiment um verschiedene Neuheiten, die den Anwendern noch einmal verbesserte Einsatzmöglichkeiten liefern. Zu den Deckenstützen ST und STE bietet Bessey jetzt weiteres Zubehör an. Damit lassen sich die unverzichtbaren "helfenden Hände" noch vielseitiger einsetzen: Das Deckenstativ STE-DS vergrößert mit seiner dreiflügeligen Form deutlich die Abstützfläche und verteilt dabei die Kraft gleichmäßig. Für absolut sicheren Stand sorgt das Baustativ STE-BS. Im Unterschied zu herkömmlichen Modellen wirkt hier die Kraft der verspannten



Neuheiten von Bessey: Neben weiterem Zubehör für die Deckenstützen ST und STE liefert der Hersteller jetzt patentierte Niederzugspanner für den Einsatz auf Multifunktionstischen und führt die Ratschenzwinge XCR auf den hiesigen Markt ein. (Foto: Bessey)

Deckenstütze punktuell nach unten. Ebenfalls neu ist der patentierte Niederzugspanner für den Einsatz auf Multifunktionstischen: Durch das seitliche Ansetzen am Werkstück ragen keine Werkzeugbauteile ins Arbeitsumfeld, zudem schafft der seitlich platzierte Spannhebel noch mehr Freiheit und das Werkstück lässt sich zügig und vollflächig bearbeiten. Das Besondere beim Modell von Bessey ist der zum Patent angemeldete Niederzugmechanismus. Er garantiert, dass das Werkstück beim Spannen plan auf der Tischplatte aufliegt. Aus gutem Grund schätzen Handwerker die Ratschenzwinge XCR von Bessey: Denn sie verbindet die besten Eigenschaften von Kraft, werkstückschonender Technik und unkomplizierter Handhabung. Nicht nur schnell, sondern auch übergreifend fixiert sie Werkstücke mit bis zu 25 kg Spannkraft. Deshalb ist dieses nordamerikanische Erfolgsprodukt jetzt auch hier auf dem Markt.



Jetzt mehr erfahren: www.stabila.com k STABILA -So messen echte Profis

Neue Leistungklassen

Osborn, nach eigenen Angaben der weltweit größte Hersteller von Werkzeugen für die mechanische Oberflächenbearbeitung, erweitert sein Programm im Herbst um zwei innovative Schleifteller, die maximale Schleifleistung mit Präzision und hohem Arbeitskomfort vereinen, sowie um eine stabile 2,5 mm Trennscheibe mit höchster Lebensdauer und dualer Leistungskraft in Baustahl und in Edelstahl.

Die vollkommen neu konzipierten Schleifteller mit integriertem Hochleistungs-Schleifgewebe erledigen alle Schrupp- und Schleifarbeiten mit bisher nicht gekannter Leichtigkeit und höchster Effizienz. Mit Abtragsgeschwindigkeiten, Abtragsmengen und einem Arbeitskomfort, welche handelsübliche Schruppscheiben klar in den Schatten stellen, läutet Osborn mit

Die neue Superior AS 30 U Dual – starke Leistung auf Stahl und Edelstahl. (Fotos: Osborn)





Grind Maxx und Easy Grind eine neue Ära in der Oberflächenbearbeitung ein.

Grind Maxx vereint maximale Schleifleistung mit Präzision und Arbeitskomfort. Das Geheimnis der hohen Abtragswerte, die sich mit Grind Maxx erzielen lassen, ist der Einsatz eines geometrisch ausgerichteten, keramischen Schleifkorns der neuesten Generation. Dieses nutzt sich gleichmäßig ab, bleibt über die gesamte Standzeit der Scheibe konstant scharf und ermöglicht einen kühlen Schliff. Ein Stützteller ist nicht erforderlich. Mit Easy Grind präsentiert Osborn einen weiteren leistungsstarken Schleifteller im mittleren Segment für professionelle Handwerker und ambitionierte Heimwerker. Auch hier kommt ein leistungsstarkes Keramik-Schleifgewebe zum Einsatz, welches direkt mit dem Schleifteller verbunden ist.

Tests im Osborn/Dronco Prüflabor bestätigen beiden Schleiftellern eine herausragende Performance in der Anwendung auf Normalstahl. Bei der Anwendung auf Edelstahl überzeugen die Neuheiten ebenfalls und platzieren sich eindeutig im Spitzenfeld der leistungsfähigsten und langlebigsten Schleifscheiben am Markt.

TRENNEN IN BAUSTAHL UND EDELSTAHL

Osborn erweitert sein Portfolio um eine stabile 2,5 mm Trennscheibe mit höchster Lebensdauer und dualer Leistungskraft in Baustahl und in Edelstahl. Für die neue AS 30 U Dual haben die Entwicklungsingenieure der Osborn Tochtergesellschaft am bayerischen Produktionsstandort eine spezielle Rezeptur geschaffen, die der Trennscheibe eine starke Performance sowohl auf Edelstahl, als auch auf Baustahl verleiht.

Im Vergleich zur bisherigen AS 30 S Inox Trennscheibe konnte die Standzeit der neuen, ebenfalls 2,5 mm starken AS 30 U Dual beim Einsatz in Baustahl um satte 40 Prozent gesteigert werden, ohne dass die Scheibe bei der Anwendung in Edelstahl an Leistung verliert. Ein Button auf dem Etikett der Trennscheibe weist auf die duale Anwendung in verschiedenen Stahlarten bei 100-prozentiger Leistungskraft hin. ■

Mit den Schleiftellern Grind Maxx (im Bild) und Easy Grind läutet Osborn eine neue Ära in der Oberflächenbearbeitung ein.

PROFIBORSH

Das Magazin für Industrie, Fachgroßhandel und Handwerk mit den Sortimentsschwerpunkten Werkzeuge, Maschinen, Industriebedarf, Baustoffe, Baubedarf, Baugeräte, Baubeschläge, Haustechnik, Sanitär, Heizung, Klima, Sicherheitstechnik (Schloss und Beschlag), Betriebsbedarf und Arbeitsschutz

Herausgeber und Verleger:

Media & Service Büro Bernd Lochmüller Bleichstr 77a 33607 Bielefeld Tel. (05 21) 400 21-0 E-Mail: info@fz-profiboerse.de Internet: www.fz-profiboerse.de

Redaktion:

Bernd Lochmüller (verantwortlich) Hartmut Kamphausen

Redaktionsanschrift:

Redaktionsbüro H. Kamphausen Kreuzgartenstraße 1 79238 Ehrenkirchen Tel. (0 76 33) 9 33 12 62 E-Mail: profiboerse@pr-kamphausen.de

Gezeichnete Artikel decken sich nicht unbedingt mit der Meinung der Redaktion. Der Verlag haftet nicht für unverlangt eingesandte Manuskripte.

Anzeigen Service-Stelle:

Tel. (05 21) 4 00 21-0 E-Mail: info@fz-profiboerse.de

Anzeigenverkauf

Nielsen 1, 2, 3 a, 5-7 (Alle Bundesländer außer Baden-Württemberg und Bayern) Ausland (Dänemark, Schweden, Finnland) Media- und Servicebüro Bernd Lochmüller Bleichstr. 77a, 33607 Bielefeld Tel. (0171) 610 26 78

Nielsen 3 b+4 (Baden-Württemberg, Bayern) Ausland (Schweiz, Österreich, Italien) MMS Marrenbach Medien-Service Tucherpark 6, 85622 Feldkirchen Kr. München Tel. (0 89) 43 08 85-55, Fax (0 89) 43 08 85-56

Vertrieb/Abonnementservice: Nicole Strotherm Tel. (05 21) 4 00 21-0

Layout: Overländer visuelles..., 47441 Moers

Druck: KLOCKE PrintMedienService. Am Wittenberg 24, 33619 Bielefeld

Bezugspreis: 6 Ausgaben im Jahresabonnement (Inland) kosten 35,- € inkl. Versandkosten und Mehrwertsteuer; Ausland 48,- € inkl. Versandkosten und Mehrwertsteuer; Einzelheft 7,- € zzgl. Versandkosten. Bestellungen nehmen Buchhandlungen sowie der Verlag jederzeit entgegen.

Der Bezug der Zeitschriften zum vergünstigten Abonnementspreis verpflichtet den Besteller zur Abnahme eines gesamten Jahrgangs. Danach gilt eine Kündigungsfrist von 10 Wochen zum Jahresende. Bei vorzeitiger Beendigung eines Abonnementsauftrages wird der Einzelpreis nachbelastet. Preisänderungen berechtigen nicht zur vorzeitigen Kündigung.

Die Zeitschrift und alle veröffentlichten Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Herausgebers strafbar.

schlütersche

der Schlütersche Fachmedien GmbH

International Standard Serial Number (ISSN) 1436-9230

VORSCHAU ▶ PROFIBÖRSE 6/2022

Handwerkzeuge

Im Umfeld der Internationalen Eisenwarenmesse lieferten die Hersteller von Handwerkzeugen wieder zahlreiche Neuheiten – nicht allein auf der Messeplattform, auch auf Veranstaltungen rund um den Messetermin herum. Wir werfen in der kommenden Ausgabe einen Blick auf das, was bei den Handwerkzeugen kommt und fragen bei den Herstellern nach Liefersituation und Marketingunterstützung nicht nur für die Neuvorstellungen.



Die ProfiBörse 6/2022 erscheint am 25. November 2022





WERDEN AUCH SIE TEIL DES SYSTEMS. JETZT ANFRAGEN!



Unsere Systempartner online im Überblick: www.L-BOXX.de/Referenzen



Cordless Alliance System:

Ein Akku für alles.



Mehr als 300 Maschinen - 30 Marken - 1 Akku



