

PROFI BÖRSE

DAS MAGAZIN FÜR FACHGROSSHANDEL, HANDWERK & INDUSTRIE

FB SWISS TOOLS

New SwissGrip Evo

- bis zu 25% mehr Drehmoment gegenüber aktuellen Schraubenziehern
- über 60% Recyclinganteil – nachhaltig produziert

 100% Swiss Made

 Lifetime Guarantee



The Making of a
Next-Generation
Icon



+ 25%
Torque*

* based on user tests

pbswissstools.com



SCHWERPUNKT

Akkuwerkzeuge fürs Draußen

HANDEL

Neuer Standard im Netz

IM GESPRÄCH

Bosch setzt auf Fachhandel

Wichtige Termine ProfiBörse 2026

	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss	Erscheinungstermin
NR. 1/26	03.02.2026	05.02.2026	25.02.2026
NR. 2/26	31.03.2026	02.04.2026	24.04.2026
NR. 3/26	03.06.2026	05.06.2026	26.06.2026
NR. 4/26	29.07.2026	31.07.2026	21.08.2026
NR. 5/26	29.09.2026	01.10.2026	23.10.2026
NR. 6/26	18.11.2026	20.11.2026	11.12.2026

PROFI BÖRSE

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

Ihr Ansprechpartner:

Bernd Lochmüller
Tel. (0171) 610 26 78

31. JAHRGANG · NR.

PROFI BÖRSE

DAS MAGAZIN FÜR FACHGROSSHANDEL



A construction worker in a white hard hat and high-visibility vest stands next to a tall, multi-level scaffolding system labeled "FlexiTower". The background shows a brick building under construction. The magazine cover includes the text "31. JAHRGANG · NR. 3/2025" at the top right and "DAS MAGAZIN FÜR FACHGROSSHANDEL" below the title.

31. JAHRGANG · NR. 1/2025

PROFI BÖRSE

DAS MAGAZIN FÜR FACHGROSSHANDEL



The magazine cover features a red diagonal banner with the text "Bestens aufgestellt." and "Mit den Wiha Werkzeugsortimenten jeder Aufgabe gewachsen." Below the banner, there's a close-up image of a power tool being used on a metal surface. The background shows a stadium with red seating. The magazine cover includes the text "31. JAHRGANG · NR. 1/2025" at the top left and "DAS MAGAZIN FÜR FACHGROSSHANDEL" below the title.

Gehen Sie bei Arbeiten in der Höhe kein Risiko ein und setzen Sie mit unseren Steigtechniklösungen auf maximale Arbeitssicherheit und Effizienz. Von Leitern über Podeste und Tritte bis hin zu Rollgerüsten, Steig- und Schachtleitern. www.munk-group.com

► SCHWERPUNKT

Leitern, Klein- und Fahrgerüste

► IM GESPRÄCH

Charakterstärke Modell

► UNT

Wert geschätzt



Bevor wir es vergessen, weil alles so schnell gehen muss: Die black weeks liegen hinter uns und damit steht Weihnachten vor der Tür. Feste Abläufe haben einfach etwas für sich. Und weil dann auch der Jahreswechsel nicht mehr weit ist, möchten wir, das Team der ProfiBörse, Ihnen eine schöne restliche Adventszeit, frohe Weihnachten und einen guten Übergang und Start in das neue Jahr wünschen. Wir danken Ihnen für Ihren Zuspruch und Ihre Treue im zurückliegenden Jahr und freuen uns auf zukünftige gemeinsame Begegnungen, interessante Themen und Impulse.

Und nein: Dass es gefühlt erst gestern war, dass wir diese Zeilen zum letzten Weihnachtsfest geschrieben haben, wollen wir hier nicht vertiefen. War es vor Zeiten das Privileg der älteren Jahrgänge, das schnellere Laufen der Uhr zu beklagen, so ist dies zum allgemeinen Phänomen geworden. Aber wenn wahrscheinlich jeder von uns täglich so viele Informationen zu verarbeiten hat wie Menschen vor uns in Monaten, Jahren oder Jahrzehnten, dann hat das bestimmt auch Auswirkungen auf unser Zeitgefühl. Und die digitale Abstinenz führt vielleicht zu einer vermeintlichen Ruhe, bei der aber das unterschwellige Gefühl, dann doch die eine oder andere Information zu verpassen, als latentes Grundrauschen bleibt.

Bleiben wir im hier und jetzt: Bei aller Fragestellung, wie lange und in welcher Form der Fachhandel überdauern kann, scheint die Wertschätzung der Vertriebsform bei den Herstellern zumindest nicht zurückzugehen. Wenn man das Interesse an selektiven Vertriebssystemen, an exklusiven Vereinbarungen und Sortimenten für den Fachhandel oder an einer handverlesenen Auswahl der Vertriebspartner als Indikatoren nimmt, spricht einiges für die vorhandene Wertschätzung. Beispiele für die Erfahrungen mit solchen Systemen oder für den Neuansatz haben wir in den Gesprächen und Interviews, die wir für diese Ausgabe geführt haben, durchaus ausmachen können. Es wird also interessant sein, diese Entwicklung, und nicht nur diese, weiter zu verfolgen. Das dann aber im nächsten Jahr.

In diesem Sinne, herzlichst

HARTMUT KAMPAUSEN

1. JAHRGANG - NR. 6/2025

PROFI BÖRSE

DAS MAGAZIN FÜR FACHGROßHANDEL, HANDWERK & INDUSTRIE

SWISS TOOLS

New SwissGrip Evo

- Bis zu 25% mehr Drehmoment gegenüber Standard-Schraubenziehern
- über 60% Recycelingsanteil – nachhaltig produziert
- 100% Swiss Made
- Lifetime Garantie

+ 25%
Torque
*Based on user tests

pbswisstools.com

SCHWERPUNKT Akkuwerkzeuge für Draußen
AKKUMASCHINEN FÜR DEN GALABAU

HANDEL Neuer Standard im Netz
Bosch setzt auf Fachhandel

IM GEPRÄCH

Editorial
Impressum
Vorschau

TITEL

Der neue SwissGrip Evo Schraubenzieher von PB Swiss Tools setzt neue Maßstäbe für Profis in Industrie und Handwerk. Der ergonomische 3-Komponenten-Griff ermöglicht bis zu 25% mehr Drehmoment. Ein schockabsorbierender Griffkern aus recyceltem Material, eine stabile Trägerschicht und eine rutschfeste Soft-Touch-Oberfläche garantieren höchste Präzision, Halt und Beständigkeit – nachhaltig gefertigt in der Schweiz. (Foto: PB Swiss Tools)

INHALT

AKTUELL

GASTKOMMENTAR

- Martin Meesenburg: Wie viel Wohnraum ist notwendig – und bezahlbar? 4

IM GESPRÄCH

- PB Swiss Tools:
Punkten mit Alleinstellungsmerkmalen 5

- German Hardware Experts:
Kooperation zur Standortsicherung 7

- Bosch Power Tools:
Klare Orientierung durch ein besonderes Erlebnis 10

HANDEL

- Gotools 2.0 – Neue Standards setzen 12

MESSEN

- Internationale Eisenwarenmesse:
Der Spiegel der Branche 14

- Dach+Holz:
Zentrale Branchenplattform 16

UNTERNEHMEN

- Fischer:
Kunden begeistern und Partner stärken 17

- Milwaukee:
Investitionen in die Partnerschaft 19

SCHWERPUNKT AKKUMASCHINEN FÜR DEN GALABAU

- Leistungsgrenzen weiter verschieben 21

- Wie entwickelt sich der Markt,
Herr Schweihofer? 23

- Wie beleben Sie den Markt,
Herr Hannappel? 26

WERKZEUG & MASCHINEN

- Bosch Power Tools:
Expert – die neue Top-Leistungsklasse 28

- Pferd Tools:
Beratung in Sachen Effizienz 30

- Produktthema:
Zubehör für die Effektivität 32

- Neuheiten 35

RUBRIKEN

- Editorial 3

- Impressum 8

- Vorschau 35

VERÄNDERUNGEN BEI DEN ORGANISATIONSSTRUKTUREN NOTWENDIG

Wie viel Wohnraum ist notwendig – und bezahlbar?

GASTKOMMENTAR VON MARTIN MEESENBURG, GESCHÄFTSFÜHRER DER MEESENBURG GMBH & CO. KG, FLENSBURG

Wie wir alle seit Jahren wissen, wird in Deutschland deutlich zu wenig Wohnraum neu gebaut. Die Folgen sind insbesondere in Metropolen Mietpreise bei Neuvermietungen, die vielfach einen erheblichen Teil des verfügbaren Haushaltseinkommens verschlingen.

Als sozial ausgewogen gilt, dass nicht mehr als 30 Prozent des verfügbaren Einkommens für die Wohnung ausgegeben werden sollte. In den letzten Jahren hat sich dieses Verhältnis deutlich verschlechtert und der Anteil, der für das Wohnen ausgegeben werden muss, steigt Jahr für Jahr kontinuierlich an. Diese Entwicklung birgt erhebliche soziale und politische Sprengkraft. Bei Alleinerziehenden und Studenten müssen oft schon über 50 Prozent des verfügbaren Einkommens nur für die Wohnung ausgegeben werden.

Die Situation verschlechtert sich nach wie vor durch die stark gestiegenen Nebenkosten, insbesondere die

gestiegenen Energiepreise, noch weiter. Es besteht eine Diskrepanz zwischen Kosten bei bestehenden Mietverträgen in Höhe von durchschnittlich EUR 6,15 pro Quadratmeter Wohnfläche (auch durch politische Einflussnahme/Mietpreisbremse) und in den letzten Jahren gestiegenen Kosten bis auf eine Höhe von knapp EUR 10,00 pro Quadratmeter Wohnfläche bei Neuvermietung.

Diese im Grunde dramatische Entwicklung können wir nur durchbrechen, indem durch private Investitionen Wohnraum geschaffen wird.

Allerdings hat sich auch der Quadratmeter-Anspruch pro Kopf kontinuierlich verändert. Nach 1930

durchschnittlich zehn! Quadratmetern Wohnraum pro Kopf und fünf Quadratmetern pro Kopf am Ende des Zweiten Weltkrieges, gehen wir heute von 40 bis 50 Quadratmetern Wohnraum pro Kopf aus.

Weiterhin muss die öffentliche Hand auf Länder- und Bundesebene wieder vermehrt in den sozialen Wohnungsbau investieren, um zumindest für einkommensschwache Haushalte günstigen Wohnraum zur Verfügung zu stellen.

TEMPO AUFNEHMEN

Es bleibt abzuwarten, wie der „Bau-Turbo“ von den Kommunen genutzt wird, um hier schnell zu einer erhöhten Neubautätigkeit zu kommen.

Am 29.10.2025 wurde vom Bundesrat das „Gesetz zur Beschleunigung des Wohnungsbaus und zur Wohnraumsicherung“ gebilligt. Kommunen können bis Ende des Jahres 2030 Bauanträge innerhalb von drei Monaten genehmigen. Wenn die Gemeinde nicht widerspricht, gilt das Bauvorhaben als genehmigt. Üblicherweise dauern Bebauungsplanverfahren bisher durchschnittlich bis zu fünf Jahre. Durch die Vereinfachung könnte es zu Einsparungen bei der Verwaltung in Höhe von fast zwei Milliarden Euro per anno kommen. Zusätzlich könnten weitere 1,5 Milliarden Euro in der Wirtschaft und bei den Bürgerinnen und Bürgern eingespart werden.

Im Jahr 2024 wurden in Deutschland nur 250.000 Wohnungen fertiggestellt, im Jahr 1995 waren es noch 600.000. Es gibt verschiedene Untersuchungen, wie viel neu gebaute Wohnungen wir jährlich benötigen. Die Bundesregierung geht von 320.000 neuen Wohnungen per anno bis zum Jahr 2030 aus.

Auch die Digitalisierung der kommunalen Baugenehmigungsverfahren soll vorangetrieben werden.

Deutlich einfacher sollen Nachverdichtungen, wie z.B. das Überbauen von Supermärkten mit Wohnungen, werden.

Die deutsche Verwaltung ist noch geprägt von überholtten Organisationsstrukturen. Die unterschiedlichen Bereiche konzentrieren sich auf isolierte Aufgaben und kommunizieren zu wenig untereinander.

Wir müssen zu einem Silo-übergreifenden Ansatz kommen und digitaler und schneller werden. ■

Der Gastkommentar spiegelt wie in jeder Ausgabe die Meinung des Autors/der Autorin und nicht unbedingt die der Redaktion wider.

Martin Meesenburg, Geschäftsführer der Meesenburg GmbH & Co. KG, Flensburg. Das 1758 gegründete Unternehmen versteht sich als Kompetenzpartner für verarbeitende Unternehmen rund um Fenster und Türen. Damit will Meesenburg Lebensräume mit Hilfe seiner Kunden ästhetischer, nachhaltiger, komfortabler, funktionaler und sicherer machen. Meesenburg ist der Partner auf Augenhöhe für alle Unternehmen aus den Bereichen Fenster- & Türen-Industrie, Bauhandwerk und Sicherheit & Service rund um das Gebäude. (Foto: Meesenburg)



PB SWISS TOOLS WILL IN DEUTSCHLAND WEITER WACHSEN

Punkten mit Alleinstellungsmerkmalen

Premiumhandwerkzeuge sind nicht das erste, was man mit dem Emmental in der Schweiz in Verbindung bringt. Dabei gibt es dafür einen guten Grund. Denn hier hat das Traditionss Unternehmen PB Swiss Tools seinen Sitz. Nicht zuletzt durch die Zollpolitik unter Trump orientiert sich das Unternehmen noch einmal mehr auf andere Exportmärkte und hat dabei auch Deutschland fest im Blick. Wir sprachen mit Eva Jaisli, Verwaltungsratspräsidentin der PB Swiss Tools AG, über die strategische Ausrichtung und die Ziele im kommenden Jahr.

ProfiBörse: PB Swiss Tools ist eine feste Größe im Heimatmarkt Schweiz, aber auch seit langem exportorientiert. Welche Länder stehen 2026 im Mittelpunkt der Vertriebsaktivitäten?

Eva Jaisli: Seit den 1950er-Jahren exportieren wir unsere Qualitätshandwerkzeuge erfolgreich in zahlreiche Länder, insbesondere nach Europa und Asien. In Deutschland erweitern wir unsere Marktanteile kontinuierlich: seit 1958 mit dem Aufbau der Geschäftsbeziehung zu Franz Hoffmann (Hoffmann Group) und seit 2021 durch die Partnerschaft mit der EDE-Gruppe.

Auch 2026 richten wir unseren Fokus auf die hohe Zufriedenheit bestehender Kunden im DACH-Markt, auf die Stärkung unserer Präsenz in Süd- und Nordeuropa sowie auf den weiteren Ausbau unserer Marktanteile in Asien.

Spield die amerikanische Zollpolitik gegenüber der Schweiz dabei eine Rolle, rücken dadurch andere Exportmärkte verstärkt in den Blick?

Tarifäre und nichttarifäre Rahmenbedingungen sind in jedem Absatzmarkt entscheidende Einflussfaktoren, die wir beim Erweitern unserer Exporttätigkeit auf Risiken und Chancen prüfen und entsprechend berücksichtigen.

Die unter der US-Administration Trump eingeführten, ausserordentlich hohen Zolltarife von derzeit 39 Prozent (seit August 2025) beeinträchtigen die Wett-

bewerbsfähigkeit der Schweizer Industrie – insbesondere im Vergleich zu Marktbegleitern der Europäischen Union. Daher richten wir unseren Fokus verstärkt auf Zielmärkte mit für die Schweiz ratifizierten Freihandelsabkommen, die aufgrund ihrer vorteilhaften Einfuhrbedingungen unsere internationale Wettbewerbsstärke nachhaltig fördern.

Welche Rolle spielt der deutsche Markt für Sie und wie sehen Sie hier die weitere Entwicklung Ihrer Marke?

Der deutsche Markt ist für uns seit Jahrzehnten von zentraler Bedeutung. Mit seiner hohen Industriedichte und dem ausgeprägten Qualitätsbewusstsein bietet er das ideale Umfeld für unsere Präzisionswerkzeuge.

Seit der Zusammenarbeit mit der Hoffmann Group ab 1958 und der Partnerschaft mit der EDE-Gruppe seit 2021 konnten wir unsere Marktanteile kontinuierlich ausbauen.

Mit dem SwissGrip Evo – unserer neuen Generation ergonomischer Schraubenzieher – möchten wir diesen Erfolg fortsetzen und unsere Marke in Deutschland weiter profilieren. Das Produkt vereint Präzision, Nachhaltigkeit und Schweizer Qualitätsdenken – Werte, die im deutschen Markt besonders geschätzt werden.

Werden Sie einen Ausbau des Vertriebsnetzes/eine höhere Zahl an Verkaufspunkten und damit mehr Präsenz am Markt forcieren?



Eva Jaisli, Verwaltungsratspräsidentin der PB Swiss Tools AG, Wasen im Schweizer Emmental. (Fotos: PB Swiss Tools)

Wir konzentrieren uns auf die zielgerichtete Kooperation mit unseren bestehenden Vertriebspartnern und kümmern uns gemeinsam um die Zufriedenheit ihrer Kunden. Opportunitäten, die Verkaufspunkte und Marketingleistungen zielgruppen- und kanalspezifisch optimieren, sind permanente Aufgaben, in die wir investieren und mit unseren Handelspartnern wertschöpfend abstimmen.

Milwaukee®

M18 FUEL

2x 18-V-AKKU-KETTENSÄGE MIT 50 CM SCHWERT

STARKE POWER
Höchstleistung von bis zu 5,8 PS.

HOHE SCHNITTGESCHWINDIGKEIT
Im Vergleich zu 60-cm³-Benzin-Modellen.

GROSSE HEBELWIRKUNG
Durch doppelt metallischen Krallenschlag.

milwaukeetool.de
© MILWAUKEETOOLDACH

ERFAHREN SIE MEHR

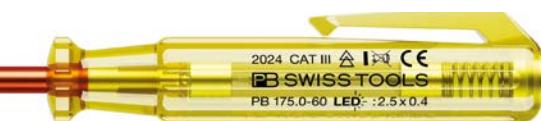
QR-CODE

Hergestellt wird zu 100 Prozent in der Schweiz – in Premiumqualität, präzise und nachhaltig.



Die neue Schraubendreherserie SwissGrip Evo verkörpert die Kernwerte der Marke PB Swiss Tools: Schweizer Präzision, kompromisslose Qualität und Verantwortung gegenüber Menschen und der Umwelt.

Die Helligkeit macht den Unterschied: Der im letzten Jahr eingeführte einpolige Phasenprüfer mit heller LED-Anzeige ist ein Beispiel für die Innovationskraft von PB Swiss Tools.



Auf dem deutschen Markt spielen starke heimische Marken dominante Rollen, welche Möglichkeiten für ein Wachstum gibt es da für externe Marken überhaupt?

Die Kundenerwartungen sind divers und umfassend, was die Marktnachfrage dynamisiert und als treibende Kraft die Angebote am Markt stimuliert. Darum erfährt PB Swiss Tools auch eine wachsende Nachfrage im deutschen Markt. Die erfolgreiche Positionierung im Wettbewerb mit starken nationalen Marken ist wertschöpfend und für die Branche belebend. Chancen für Hersteller, die mit echten Alleinstellungsmerkmalen überzeugen, gibt es darum immer. Es ist das Versprechen unserer weltweit etablierten Marke «work with the best», die widerspiegelt, was Anwenderinnen und Anwender erwarten, nämlich den verlässlichen «Begleiter» im anspruchsvollen beruflichen Alltag.

Unsere Stärke liegt in der Verbindung von herausragender Swiss-Made-Qualität und konsequenter Innovationskraft. Ein Beispiel ist der 2024 eingeführte einpolige Phasenprüfer mit heller LED-Anzeige – völlig ohne Batterie. Ebenso unser neu entwickelter Winkelschraubenzieher, der dank des flexiblen 90°- oder 100°-Stiftteils deutlich mehr Handfreiheit bei begrenzten Platzverhältnissen bietet als herkömmliche Modelle. Solche Innovationen zeigen, dass sich Qualität und Präzision auch in einem gesättigten Markt durchsetzen.

Mit welchen Maßnahmen wollen Sie den deutschen Markt im kommenden Jahr bearbeiten, welche Ziele haben Sie sich dabei gesteckt?

Wir bauen die Markenbekanntheit in Deutschland weiter aus – mit einem klaren Fokus auf unsere Kern-



werte: Qualität, Präzision, Innovation und Nachhaltigkeit. Das steigende Interesse an langlebigen, hochwertigen Werkzeugen spielt uns dabei in die Karten.

Konkret setzen wir auf gezielte Schulungen für unsere Handelspartner, insbesondere zu den Vorteilen der neuen SwissGrip-Evo-Linie. Gleichzeitig vertiefen wir die Zusammenarbeit mit Fachhändlern, um die Präsenz am Point of Sale zu stärken.

In der Kommunikation verfolgen wir einen ganzheitlichen Ansatz: online über Website, Social Media und Content-Marketing mit praxisnahen Tutorials, Blogs und Videos – ebenso wie offline über Fachzeitschriften, Messen und Kooperationen mit Branchen-Influencern, die die Vorteile unserer Werkzeuge im täglichen Einsatz zeigen.

Mit welcher Unterstützung und welchen Services können Handelshäuser rechnen, die mit Ihnen zusammenarbeiten?

Unsere Handelspartner profitieren von auf ihre spezifischen Bedürfnisse abgestimmten Services. Von einem attraktiven Marketingpaket über eine hohe Lieferfähigkeit bis hin zu direkter Betreuung bei allen Fragen und Anliegen. Besonders geschätzt wird unser unkomplizierter Garantie-Service: Wir gewähren auf alle Produkte eine zeitlich unbeschränkte Garantie, die in Deutschland aufgrund gesetzlicher Vorgaben auf 30 Jahre begrenzt ist. Ersatz erfolgt rasch und unbürokratisch. Dank unserer hohen Qualitätsstandards sind berechtigte Reklamationen ohnehin äußerst selten und demzufolge eine wertgeschätzte Entlastung für jeden Handelspartner.



Innovationsbeispiel Nummer zwei:
Winkelschraubenzieher, die dank des flexiblen 90°- oder 100°-Stiftteils deutlich mehr Handfreiheit bei begrenzten Platzverhältnissen bieten als herkömmliche Modelle.

Durch die modifizierte Kreisform des Griffes beim SwissGrip Evo wird ein bis zu 25 Prozent höheres Drehmoment ermöglicht. Über 60 Prozent liegt der Recyclinganteil des verwendeten Materials, darunter Mikrosphären-verstärktes #tide Meeresmaterial aus ozeangebundenem Kunststoff.



Welche Rolle spielt die neue Serie SwissGrip Evo in der Strategie 2026?

Der SwissGrip Evo verkörpert, wofür unsere Marke steht: Schweizer Präzision, kompromisslose Qualität und Verantwortung gegenüber Menschen und der Umwelt. In unserer Vermarktungsstrategie 2026 spielt er eine Schlüsselrolle – als Symbol für den konsequenten Schritt in eine neue Generation von Handwerkzeugen.

Mit seiner ergonomischen Form, dem nachhaltigen Materialkonzept und der unverwechselbaren Ästhetik stärkt SwissGrip Evo nicht nur unser Produktpotential, sondern auch die emotionale Bindung unserer Kunden zur Marke. Er ist Ausdruck unserer Überzeugung, dass echte Innovation nur entsteht, wenn Leistung, Design und Nachhaltigkeit im Gleichgewicht sind.

Was zeichnet diese neue Serie SwissGrip Evo aus, welche Alleinstellungsmerkmale hat sie?

SwissGrip Evo ist die nächste Generation des professionellen Schraubenziehers – entwickelt für höchste Präzision, Komfort und Kraftübertragung im industriellen und handwerklichen Einsatz.

Der drei Komponenten-Griff vereint ergonomisches Design mit durchdachter Materialtechnologie: Ein schockabsorbierender Kern schützt bei mechanischer Belastung und sorgt für optimale Kraftübertragung. Eine stabile Trägerschicht gewährleistet Formstabilität.

Die griffige Soft-Touch-Oberfläche bietet sicheren Halt – selbst bei nassen oder öligen Händen.

Dank der modifizierten Kreisform liegt der Griff perfekt in der Hand und ermöglicht bis zu 25 Prozent mehr Drehmoment als die bisherige SwissGrip-Linie.

Ein weiteres Alleinstellungsmerkmal ist das nachhaltige Materialkonzept: Über 60 Prozent Recyclinganteil im Griff, darunter Mikrosphären-verstärktes #tide Meeresmaterial aus ozeangebundenem Kunststoff. Damit vereint SwissGrip Evo Schweizer Qualitätsdenken mit ökologischer Verantwortung. Zudem ist der Schraubenzieher beständig gegen Öle, Fette und hohe mechanische Beanspruchung – robust für den täglichen Werkstatteinsatz, nachhaltig hergestellt zu 100 Prozent in der Schweiz.

MADE IN GERMANY SELBSTBEWUSST VERTRETEREN

Kooperation zur Standortsicherung

Die German Hardware Experts haben sich zusammengeschlossen, um als mittelständische Unternehmen ihre internationale Präsenz zu stärken. Wie dies gelingt und was das auch für den deutschen Handel bedeutet, darüber sprachen wir mit Martina Hagebölling, CEO SalesUp Navigator GmbH und Head of German Hardware Experts.

ProfiBörse: Was verbirgt sich hinter den German Hardware Experts? Was genau ist das Konzept dahinter?

Martina Hagebölling: Die German Hardware Experts sind eine junge, vertriebsorientierte Kooperation mittelständischer Markenhersteller aus der Werkzeug- und Eisenwarenbranche.

Wir haben uns zusammengeschlossen, um international noch sichtbarer zu werden und neue Märkte gemeinschaftlich zu erschließen. Viele unserer Unternehmen sind seit Jahrzehnten erfolgreich, aber gerade im Export ist es für mittelständische Hersteller oft eine Herausforderung, mit begrenzten Ressourcen internationale Präsenz zu zeigen und echte Durchschlagskraft zu entwickeln.

Wir verstehen uns als moderiertes Kooperationsystem, das Strukturen schafft, um deutsche Marken

weltweit professionell zu positionieren. Unser Ziel ist es, neben einem starken Geschäft im Heimatmarkt auch das internationale Geschäft jeder Marke gezielt und profitabel auszubauen.

Deshalb bündeln wir unsere Kräfte, ohne unsere Eigenständigkeit aufzugeben. Jedes Mitglied bleibt unabhängig, profitiert aber vom Wissen, der Erfahrung und den Verbindungen der anderen. Dabei geht es uns um Vertrauen, Offenheit und gemeinsames Handeln, insbesondere international. Gemeinsam schaffen wir neue Märkte. Für jeden Einzelnen von uns. Denn: Wer allein agiert, addiert. Wer gemeinsam agiert, multipliziert.

Welche Aktivitäten führen die German Hardware Experts für die Marken durch, welche Bereiche bleiben den einzelnen Marken überlassen? Und wie



Martina Hagebölling, CEO SalesUp Navigator GmbH und Head of German Hardware Experts.

Our tools. Your solution.

Systemlösungen, die den Unterschied machen

**PFERD
TOOLS**

Betriebe in der Metallbearbeitung verschenken Arbeitszeit, Produktivität und Profitabilität! Sind das zu bearbeitende Material, die Bearbeitungsaufgabe, das Werkzeug und der geeignete Antrieb aufeinander abgestimmt, werden Prozesse wirtschaftlicher. Mit Ideenreichtum und immer neuen Lösungen für Ihre individuellen Anforderungen setzt PFERD TOOLS seit über 225 Jahren kontinuierlich neue Maßstäbe und bietet passgenaue Werkzeuge und Antriebe aus einer Hand.



Der interaktive Leitfaden zur Produktivitätssteigerung hilft Ihnen, zusätzliche Produktivitätsreserven zu erschließen.

pferd.com

IMPRESSIONUM

PROFIBÖRSE

Das Magazin für Industrie, Fachgroßhandel und Handwerk mit den Sortimentsschwerpunkten Werkzeuge, Maschinen, Industrieprodukte, 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-profibörse.de
 Internet: www.fz-profibörse.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: profibörse@pr-kamphausen.de

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

Anzeigenberatung und Verkauf:
 Media- und Servicebüro Bernd Lochmüller
 Bleichstr. 77a, 33607 Bielefeld
 Tel. (0171) 610 26 78
 E-Mail: info@fz-profibörse.de

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

Layout: Overländer visuelles..., 47441 Moers

Druck: KLOCKE PrintMedienService,
 Mühlenstraße 14D, 33813 Oerlinghausen

Bezugspreis: 6 Ausgaben im Jahressonnement (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

Profibörse ist ein geschützter Titel
 der Schlütersche Fachmedien GmbH

International Standard Serial Number (ISSN) 1436-9230



gelingt es, dabei die Individualität zu bewahren?

Die German Hardware Experts schaffen gemeinsame Reichweite durch koordinierte Vertriebsinitiativen und Marketingkampagnen. Gleichzeitig bleibt jedes Mitgliedsunternehmen völlig autark in seiner Unternehmens- und Markenführung, seinem Vertrieb und seiner strategischen Ausrichtung. Unsere Kooperation ist ein flexibles System, eine Art Plattform, auf der sich Ideen, Know-how und Ressourcen gezielt bündeln lassen, von Marktanalysen über Kommunikation bis hin zur Leadgenerierung oder Messeorganisation. Wir agieren nach dem Motto: Miteinander, Füreinander. Darüber hinaus fördern wir den Austausch über Markt- und Vertriebsstrategien, über Trends und über die Bedürfnisse internationaler Kunden. Wenn man so will: Wir schaffen eine Bühne und jeder steht mit seiner eigenen Marke im Rampenlicht. Am Ende profitieren alle: die Marken, ihre Kunden und auch der Handel, der auf ein starkes, verlässliches Markenumfeld „Made in Germany“ bauen kann.

Welche Bedeutung hat das Thema „Made in Germany“ für die German Hardware Experts und wie nehmen Sie diesen Qualitätsbegriff international wahr?

„Made in Germany“ ist für uns weit mehr als ein Herkunftslabel, es ist ein Qualitätsversprechen. Es steht auch heute noch für Ingenieurskunst, Zuverlässigkeit, Sicherheitsstandards sowie Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards und Verantwortung. Diese Werte sind nach wie vor weltweit hoch angesehen, müssen aber stetig neu aufgeladen werden.

Die aktuellen GHE-Mitgliedsmarken.

German Hardware Experts®



Im internationalen Wettbewerb ist dieses Qualitätsversprechen nach wie vor die Eintrittskarte in den Markt. Entscheidend ist, wie glaubwürdig man es kommuniziert und wie erlebbar man es macht, beispielsweise durch Haltung, Authentizität und durch gelebte Werte. Genau das tun wir mit den German Hardware Experts: Wir zeigen, dass deutsche Marken nicht nur technisch stark, sondern auch in ihrem Selbstverständnis verlässlich, nachhaltig und partnerschaftlich agieren.

Ist der Zusammenschluss vor allem für den internationalen Bereich interessant, oder gibt es auch Effekte für den heimischen Markt?

Der Zusammenschluss zielt zwar insbesondere auf internationale Markterschließung, aber die Wirkung reicht deutlich weiter. Wenn deutsche Marken im Ausland an Strahlkraft gewinnen, stärkt das automatisch auch ihre Position im Heimatmarkt – beim Handel, beim Handwerk und bei Fachkräften. Wir erleben bereits, dass internationale Erfolge positive Rückkopplungen schaffen: Das steigert die Wahrnehmung, das Vertrauen und auch den Stolz auf unsere Industriekompetenz in Deutschland. Wir leben in einer globalisierten Welt so dass unsere Aktivitäten im internationalen Bereich automatisch auch positive Synergien für den deutschen Markt bedeuten.

Internationale Präsenz fördert Markenreputation und Nachfrage, auch in Deutschland. Wenn deutsche Hersteller weltweit als Innovationsführer wahrgenommen werden, wirkt das imagebildend für den gesamten Heimatmarkt. Der Handel profitiert, weil das Ver-



Messeauftritt der German Hardware Experts in Jakarta. (Fotos/Abb.: GHE)

Wie kann der Produktionsverbindungs handel konkret von den German Hardware Experts profitieren?

Der Produktionsverbindungs handel profitiert in mehrfacher Hinsicht von den Aktivitäten der German Hardware Experts. So bringen wir aus den Auslands märkten wertvolle Impulse zurück: Neue Technologien, Marktrends oder Servicemodelle, die international erfolgreich sind, können auch für den PVH interessant sein. Themen wie Nachhaltigkeit, Digitalisierung oder After-Sales-Service werden im Ausland oft früher erprobt. Durch unsere internationale Arbeit erkennen wir früh, welche Entwicklungen auf die Branche zukommen und genau dieses Wissen teilen wir mit unseren Partnern im PVH. Dieser Wissenstransfer kann helfen, den heimischen Handel weiter zu entwickeln und zukunftsicherer aufzustellen.

Internationale Präsenz der Marken bedeutet aber auch stabile Lieferketten und kontinuierliche Produktionsauslastung. Das schafft Versorgungssicherheit für den Handel. Durch gemeinschaftliche Exportaktivitäten werden Kostenstrukturen optimiert, was langfristig auch die Wettbewerbsfähigkeit im Inland stärkt. Ein stärkeres Auslandsgeschäft bedeutet zudem mehr Investitionskraft in Qualität, Service und Innovation. Davon profitiert der deutsche Handel unmittelbar.

Indem wir mit marginastarken Produkten internationale Absatzpotenziale erschließen, sichern wir zu-

gleich die Angebotsvielfalt deutscher Marken und damit eine stabile Basis, von der auch der PVH profitiert. Der Handel braucht starke Marken und starke Marken brauchen einen starken Handel.

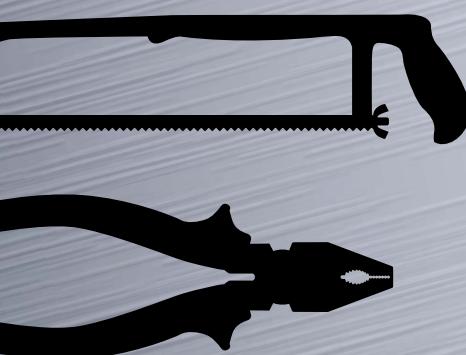
Gibt es Planungen für eine Kommunikation in Richtung Endanwender?

Die German Hardware Experts richten sich in erster Linie an internationale Distributoren und Handelspartner. Aber natürlich erreichen wir über unsere internationale Kommunikations- und Vertriebsaktivitäten auch Endanwender, sei es durch unsere starke Präsenz auf Messen, über Social Media-Kanäle, Fachmagazine, in der Zusammenarbeit mit Influencern oder durch gemeinsame Kampagnen mit unseren Mitgliedern. Uns geht es dabei nicht um klassische Endkundenwerbung, sondern darum, die Stärke und Vielfalt deutscher Marken sichtbar zu machen.

Welche Rolle spielt die Präsenz auf Messen?

Gemeinsame Messeauftritte gehören zu unseren wichtigsten Aktivitäten. Nach unserer Teilnahme auf der International Hardware Fair Indonesia waren wir im November 2025 auf dem Gran Salón Ferretero in Bogotá vertreten, ein weiterer wichtiger Schritt, um die Leistungsfähigkeit unserer deutschen Marken in internationalen Wachstumsmärkten sichtbar zu machen.

Solche Auftritte sind für uns weit mehr als reine Marketingmaßnahmen. Sie sind reale Begegnungsrä-



Befestigungs- & Verbindungstechnik
Verlässliche Systeme für jede Anwendung.

Werkzeuge & Zubehör
Alles für Fachhandel und Industrie Einsatz.

EISENWARENMESSE.DE

HARD GOODS! HARD BUSINESS!

EISENWARENMESSE
3. – 6. März 2026, Köln



Industriebedarf
Lösungen für Produktion, Arbeitsschutz & Beschaffung.

Bau- & Heimwerkerbedarf
Sortimentstiefe für Profis & Handel.

me, in denen unsere Mitglieder direkt mit Entscheidern, Händlern und Anwendern ins Gespräch kommen. Man spürt dort sehr deutlich, welchen Unterschied unsere Messeauftritte in Wahrnehmung, Reichweite und Wirkung erzeugen.

Ein nächster Höhepunkt wird die Eisenwarenmesse 2026 in Köln sein, bei der wir mit allen Marken präsent sein werden. Dort wollen wir das, was international entstanden ist, auch im deutschen Markt erlebbar machen. Trotz künstlicher Intelligenz und Digitalisierung ist der persönliche Kontakt durch nichts zu ersetzen.

Soll der Marken-Zusammenschluss weiter ausgebaut werden? Wohin entwickelt sich das Netzwerk perspektivisch?

Wir wachsen, gezielt und organisch. Unser Netzwerk ist kuratiert: Das bedeutet, wir nehmen Unternehmen auf, die wettbewerbsfrei zueinander passen. So entsteht ein stimmiges Portfolio aus sich ergänzenden Marken und Akteuren, die ein breites, harmonisches Bild deutscher Industriekompetenz vermitteln. Dabei fokussieren wir uns auf mittelständische Markenhersteller mit Produktionsstandort Deutschland, die ihre internationale Präsenz ausbauen wollen und gleichzeitig die Werte unseres Netzwerks teilen. Entscheidend sind für uns Vertrauen, Verlässlichkeit und der echte Wille zur Kooperation.

Neben den Mitgliedsunternehmen pflegen wir auch strategische Partnerschaften mit größeren deutschen Akteuren, die international bereits stark positioniert sind. Sie stehen nicht im Wettbewerb zu uns, sondern ergänzen unser Netzwerk durch Erfahrung, Reichweite und Know-how und profitieren im Gegenzug von der Nähe zu innovativen mittelständischen Marken. Dieser Austausch schafft beiderseitigen Mehrwert und stärkt das Gesamtgefüge.

Was wünschen Sie sich vom PVH in Bezug auf die Wahrnehmung von „Made in Germany“?

Ein klares Bekenntnis zum Produktionsstandort Deutschland und zu Made in Germany. Dieses Label steht nicht nur für Herkunft, sondern auch für Haltung und für Werte, wie faire Arbeitsbedingungen, eine umweltfreundliche Produktion und transparente Lieferketten. Werte, die in unserer Branche über viele Jahrzehnte Vertrauen geschaffen haben und die wir jetzt wieder stärker gemeinsam sichtbar machen müssen.

Wir wünschen uns, dass Hersteller, Handel und Partner den Wert unseres Gütesiegels wieder selbstbewusster vertreten. Made in Germany darf kein stilles Qualitätsversprechen im Hintergrund, sondern muss ein aktives Differenzierungsmerkmal sein.

Der Handel spielt dabei eine wichtige Schlüsselrolle. Der PVH kann maßgeblich dazu beitragen, dass Herkunft, Qualität und Innovationskraft in der Sortimentskommunikation wieder deutlicher herausgestellt werden. So bleibt das Siegel kein Symbol der Vergangenheit, sondern wird zum Zukunftsargument für Vertrauen, Langlebigkeit und nachhaltige Wertschöpfung in Deutschland.

Langfristig erhoffen wir uns, dass Made in Germany im PVH wieder stärker als sichtbares Differenzierungsmerkmal verstanden wird und so den Industriestandort Deutschland stärkt.



Großer Auftritt: Beim Experience Day im September wurde die Ausweitung des Expert-Konzeptes auf Elektrowerkzeuge und Messtechnik vorgestellt.

DIE NEUE LEISTUNGSKLASSE VON BOSCH

Klare Orientierung durch ein besonderes Erlebnis

Mit der Ausweitung der Expert-Leistungsklasse auf den Bereich der Elektrowerkzeuge und Messtechnik ordnet Bosch Power Tools dem beratenden Fachhandel eine spezifische Rolle zu. Im Mittelpunkt bei Expert steht immer wieder das besondere Einkaufserlebnis und die Orientierung, die die Segmentierung des Produktspektrums für die Anwenderinnen und Anwender bieten soll – wie Victoria Lindner, Gesamtverantwortliche für das Thema Expert, und Björn Watzlawik, Vertriebsleiter Europa von Bosch Power Tools, im Gespräch betonen.

Profibörse: Was steckt hinter dem neuen Expert-Konzept, das Sie im September vorgestellt haben?

Victoria Lindner: Im Zubehörsegment haben wir bereits 2021 unsere neue Top-Leistungsklasse Expert erfolgreich eingeführt. An diesen Erfolg knüpfen wir nun an und weiten Expert auf Elektrowerkzeuge und Messtechnik aus. Unser Ziel ist es, Profis eine klare Orientierung zu geben und beste Lösungen für anspruchsvolle, tägliche Anwendungen zu bieten. Jedes Produkt der Expert-Klasse verkörpert absolute Spitzenleistung in seiner Kategorie. Um die Auswahl zu erleichtern, haben wir die überragende Mehrleistung unserer Expert-Produkte auch äußerlich wahrnehmbar hervor, was schnelle und fundierte Kaufentscheidungen ermöglicht. Für Elektrowerkzeuge und Messgeräte setzen wir bei Expert auf einen selektiven Vertrieb über qualifizierte Händler, um ein optimales Einkaufserlebnis zu gewährleisten. Expert-Akkus und -Ladegeräte, die die Basis unseres Bosch Professional 18V Systems bilden, sowie unser Expert-Zubehörsortiment sind weiterhin über alle gängigen Vertriebskanäle erhältlich.

Wie ist der weitere Sortimentsaufbau geplant: Erst eine kleine Zahl von Produkten, dann 30 und dann ...?

Victoria Lindner: Nach dem erfolgreichen Start von Expert im Zubehörbereich 2021 erweitern wir die Expert-Klasse nun konsequent auf Elektrowerkzeuge und

Messtechnik. Ab sofort sind die neuen Expert-Akkus und -Ladegeräte erhältlich. Diese bilden die Basis unseres Bosch Professional 18V Systems und wurden entwickelt, um höchste Anforderungen an Leistung, Laufzeit und Ladeeffizienz zu erfüllen. Sie nutzen innovative Zelltechnologien wie Tabless- und Hochleistungszellen und sind, wie unser gesamtes Professional 18V System, mit Produkten der AMPShare-Allianz kompatibel – zurück bis ins Jahr 2008. Ab Januar 2026 werden die ersten 30 Expert Elektrowerkzeuge und Messgeräte eingeführt. Diese Geräte zeichnen sich nicht nur durch Power und Performance aus, sondern auch durch innovative Features und fortschrittliche Technologien, die Komfort verbessern und Gefahr von Verletzungen reduzieren.



Victoria Lindner, Gesamtverantwortliche für das Thema Expert bei Bosch Power Tools

Dazu gehören beispielsweise unser weltweit erster gasloser Akku-Klammerer, die Säbelsäge mit KickBack Control und ein innovativer Wandscanner mit KI-Objektdetektion. Bis 2028 planen wir, das Portfolio in der Top-Leistungsklasse Expert auf über 45 Geräte zu erweitern.

Wird es auch bei den Akkus auf Dauer eine Abgrenzung von Expert-Akkus gegenüber „normalen“ Akkus geben?

Victoria Lindner: In Kürze: ja. Unsere Expert-Akkus sind darauf ausgelegt, maximale Power, ultimative Laufzeit und eine lange Lebensdauer zu gewährleisten. In Verbindung mit den Expert-Ladegeräten stellen wir zudem sicher, dass diese Akkus auch schnell geladen werden können. Ein herausragendes Beispiel hierfür ist unser EXAL18V2-320, das weltweit schnellste 2-fach-18V-Parallel-Ladegerät*, welches zwei 18V Akkus in lediglich 39 Minuten vollständig auflädt. Diese Kombination steht für maximale Effizienz und Produktivität, besonders für die härtesten Anwendungen auf der Baustelle. Sie repräsentieren somit das Beste, was Anwender im 18V-Segment von Bosch Professional aktuell erhalten können.

Selbstverständlich entwickeln wir unser Portfolio an Akkus und Ladegeräten kontinuierlich weiter, und diese Entwicklung wird sich in allen Akku- und Ladegeräteklassen fortsetzen. Es ist wichtig zu betonen, dass unsere Standardakkus und Expert Akkus uneingeschränkt kompatibel mit dem Bosch Professional 18V System sowie mit Geräten unserer AMPShare Partner sind. Dennoch unterscheiden sich Standardakkus und Expert-Akkus in ihrer Leistungsfähigkeit, Kapazität und im technischen Design, sodass jeder Kunde genau den Akku auswählen kann, der seinen individuellen Bedürfnissen am besten entspricht.

Die bisherige Vertriebsstrategie hat die Margen auch der Bosch blau-Produkte im Markt unter Druck gesetzt, ist die Expert-Strategie der Versuch, diese Entwicklung zurückzudrehen?

Björn Watzlawik: Mit unserer neuen Top-Leistungsklasse Expert stellen wir vor allem die Bedürfnisse unserer anspruchsvollen Anwender in den Mittelpunkt. Es geht uns darum, ein optimales Einkaufserlebnis und eine umfassende Beratung zu bieten, die den Kundenbedürfnissen bestmöglich entspricht.

Wird Expert damit zu einem Ersatz für das ursprüngliche Konzept von Bosch blau und wie wird zukünftig

die Differenzierung der Bosch-Sortimente erfolgen?

Björn Watzlawik: Wir bieten weiterhin ein umfassendes Produktsortiment für professionelle Anwender an. Die blauen Geräte von Bosch Professional bleiben das Kernsegment für professionelle Anwender und deren spezifische Anforderungen. Mit Expert erweitern wir unser Produktportfolio im Profibereich als Top-Leistungsklasse, die bereits 2021 im Zubehörsegment erfolgreich eingeführt wurde und Kundenanforderungen mit höchsten Ansprüchen bedient. Ziel ist es, professionellen Verwendern innerhalb unseres breiten Portfolios die bestmögliche Orientierung zu bieten, wobei die Expert Top-Leistungsklasse unser Sortiment nach oben hin abrundet.

Wie wird der Vertrieb der Expert-Produkte aufgebaut: nur Fachhandel, welche Onliner, ...?

Björn Watzlawik: Beim Vertrieb unserer Expert-Elektrwerkzeuge und -Messgeräte setzen wir bewusst auf einen selektiven Vertrieb über qualifizierte Händler. Diese strategische Entscheidung ermöglicht es uns, professionellen Anwendern ein optimales und auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenes Einkaufserlebnis zu bieten. Wir stellen dadurch sicher, dass unsere Kunden von geschultem Personal bestens beraten werden und die Möglichkeit erhalten, Expert-Produkte vor dem Kauf zu testen und zu erleben. Damit gewährleisten wir ein persönliches und bestmögliches Einkaufserlebnis für unsere anspruchsvollen Kunden.

Wir weisen jedoch darauf hin, dass Expert-Akkus und -Ladegeräte, die die Basis unseres Bosch Professional 18V Systems und der AMPShare Allianz bilden, sowie unser umfassendes Expert-Zubehörsortiment über alle gängigen Vertriebskanäle erhältlich sind.

Ist jeder PVHler, der Bosch blau-Produkte führt, automatisch auch ein Expert-Vertriebspartner? Welche Voraussetzungen geben Sie für das Führen der Expert-Produkte vor?

Björn Watzlawik: Es gibt keinen Automatismus, dass jeder PVHler, der Bosch Professional Produkte führt, automatisch auch ein Expert-Vertriebspartner ist. Jeder Händler muss sich individuell anhand spezifischer Kriterien qualifizieren. Wir haben diese Kriterien für unsere Expert-Händler mit großer Sorgfalt definiert, wobei jedes einzelne Kriterium darauf abzielt, ein positives Einkaufserlebnis für unsere gewerblichen Anwender zu gewährleisten und sowohl der Top-Leistungsklasse von Bosch als auch der Expert-Leistungsklasse Rechnung zu tragen.



Björn Watzlawik, Vertriebsleiter Europa von Bosch Power Tools. (Fotos: Bosch)

Dazu gehören beispielsweise die Sicherstellung einer persönlichen Beratungsleistung und das Angebot eines Kaufs auf Rechnung, ergänzt durch weitere Kriterien, die sich konsequent an den Bedürfnissen unserer gewerblichen Verwender orientieren. Wir sind davon überzeugt, dass der Großteil unserer Fachhändler diese objektiven Kriterien erfüllen, und der Fachhandel damit das Herzstück des Vertriebs der Expert-Linie bilden wird. Selbstverständlich wird jeder Händler, unabhängig von seinem Vertriebskanal, objektiv auf die Erfüllung dieser Anforderungen hin geprüft, um die hohe Qualität unseres Expert-Vertriebsnetzes sicherzustellen.

Wie erfolgt die Kommunikation der „Expert-Unterschiede“ an die Anwender und wie ist der Fachhandel darin eingebunden?

Victoria Lindner: Unsere Expert-Leistungsklasse wurde anhand strenger Kriterien definiert und entwickelt, um Anwendern stets die beste Lösung für ihre spezifische Aufgabe zu bieten. Jedes Expert-Gerät zeichnet sich dabei durch einen prominent kommunizierten zentralen Vorteil aus. Im Sinne einer klaren Anwenderorientierung wird dadurch schnell und einfach ersichtlich, weshalb das Expert-Gerät die Spitzenleistung in seiner jeweiligen Anwendungsklasse liefert. Diese konsistente Produktkommunikation findet sich an allen relevanten Berührungspunkten wieder, die Anwender während ihrer Kaufentscheidung mit unseren Produkten haben.

Darüber hinaus werden wir in unserer generellen Kommunikation an professionelle Anwender eindeutig herausstellen, was unsere neue Top-Leistungsklasse Expert auszeichnet. Dem Handel kommt dabei, wie bereits erwähnt, eine große Bedeutung zu, da es ein erklärtes Ziel der selektiven Distribution ist, ein optimales Einkaufserlebnis für den Anwender zu schaffen. Dies geschieht zum einen, indem die klare Kommunikation auch am Point of Sale des Handels widergespiegelt wird. Zum anderen, indem der Handel durch entsprechende Schulungen in die Lage versetzt wird, die Anwender optimal zu beraten. ■

* Interne Labortestdaten basierend auf 18V 8.0Ah Elektrowerkzeugakkus.



Zu den Kommunikationselementen des Expert-Konzeptes gehört auch der PoS im Fachhandel.

NEUER WEBAUFTRITT VON GOTOOLS

Neue Standards setzen

Gotools hat seinen Online-Auftritt neu aufgestellt und ist damit im September gestartet. Wir sprachen mit Geschäftsführer Marco Golshani über die Anforderungen, Notwendigkeiten und Perspektiven des Online-Handels.

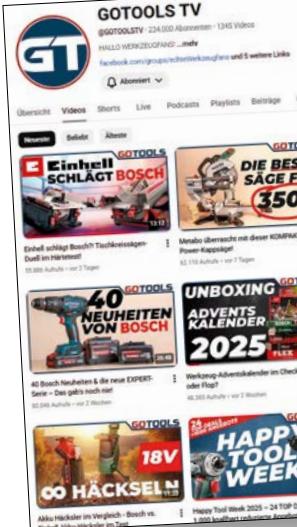
ProfiBörse: Sie haben einen neuen Webauftritt umgesetzt, was wurde gegenüber dem bisherigen Auftritt verändert?

Marco Golshani: Unser bisheriger Shop wurde von vielen unserer #EchtenWerkzeugfans geschätzt – er war funktional, verlässlich und stetig erweitert worden. Doch die grundlegende Struktur stammte noch aus dem Jahr 2018.

Mit Gotoools 2.0 haben wir deshalb einen kompletten Neustart gewagt – technisch, visuell und konzeptiell. Um nur die wichtigsten Neuerungen zu nennen: Wir bieten jetzt zehn Markenshops für unsere Top-Marken mit eigener Erlebniswelt, Produkt-Highlights, Aktionen und umfassender Themenwelt. Wir bieten ein klar strukturiertes Werkzeugportal, das gebündeltes Fachwissen, Ratgeberseiten und Videoinhalte vereint, durchsuchbar über eine intelligente Contentsuche. Wir bieten eine neu gestaltete Artikeldetailseite, die alle Inhalte wie Videos, Zubehör und Vergleiche nutzerfreundlich zusammenführt. Und wir bieten eine vollständig überarbeitete, AI-gestützte Such- und Kategorienstruktur, die schneller zum passenden Produkt führt. Als moderne Ergänzung haben wir eine Story-Leiste auf der Startseite integriert, inspiriert von Social Media, über die wir kompakt über Aktionen, Deals und aktuelle Themen informieren.

Kurz gesagt: Wir haben den gesamten Shop auf die heutigen Anforderungen und Erwartungen unserer Kunden ausgerichtet – und dabei auf Übersicht, Content, Markeninszenierung und Nutzerfreundlichkeit gesetzt.

Der YouTube-Kanal [gotools.tv](#) übernimmt einen wesentlichen Teil der Beratung. (Fotos/Abb.: Gotoools)



Warum war aus Ihrer Sicht die Neuaufstellung notwendig?

Weil sich unser Marktumfeld, die Anforderungen der Nutzer und die technischen Möglichkeiten weiterentwickelt haben – und wir diesen Wandel aktiv mitgestalten wollten.

Kunden erwarten heute schnelle Orientierung, authentischen Content und klare Mehrwerte, nicht nur Produkte. Unser Ziel war es daher, Gotoools konsequent weiterzudenken: weg vom klassischen Onlineshop, hin zur Content- und Markenplattform für Profis und Handwerker.

Wir wollten eine neue Struktur schaffen, die nicht nur funktional ist, sondern auch unseren Top-Markenpartnern eine hochwertige Bühne bietet, um ihre Produkte, Services und Inhalte ideal zu präsentieren.

Gleichzeitig war es uns wichtig, unsere Stärken zu bewahren, etwa im Bereich Video, Vergleich und Kundenfokus. Und wir wollten gezielt dort optimieren, wo Schwächen sichtbar wurden: etwa bei der Navigation, der Artikelsuche oder der inhaltlichen Tiefe. Gotoools 2.0 ist deshalb kein reiner Relaunch, sondern der nächste logische Schritt in der Weiterentwicklung unseres Geschäftsmodells.

Worin bestand der größte Aufwand bei der Neuaufstellung und was nimmt beim laufenden Betrieb die meiste Zeit ein?

Derzeit finden sich zehn Markenshops bei Gotoools, Tendenz steigend.

Der größte Aufwand lag ganz klar in der kompletten Neustrukturierung und Kategorisierung unserer Artikel-daten, insbesondere im Bereich Maschinen. Hier haben wir sämtliche Herstellerdaten analysiert und in eine eigene, logisch aufgebaute Struktur überführt. Beim Zubehör stehen wir noch vor einem weiteren, großen Schritt. Auch hier werden wir alle Daten markenübergreifend harmonisieren und sinnvoll neu zuordnen.

Im laufenden Betrieb liegt der Schwerpunkt auf der Pflege und Weiterentwicklung unserer Marken- und Themenwelten: Inhalt aktual halten, Hot Deals planen, neue Beiträge, Videos und Aktionen einpflegen – das ist täglicher Aufwand, der echtes Know-how erfordert.

Wer denkt, ein Onlineshop sei ein „Nebenbei-Projekt“, der irrt gewaltig – es ist ein lebendiges System, das kontinuierliche Aufmerksamkeit und Weiterentwicklung verlangt.

Ist dabei die Unterstützung von Herstellerseite hilfreich?

Absolut, und das in mehrfacher Hinsicht. Viele Hersteller unterstützen uns mit Inhalten, Bildmaterial, Videos und technischem Know-how, was uns hilft, ihre Produkte im Shop optimal zu präsentieren. Gerade in unseren neuen Markenshops zeigt sich, wie wirkungsvoll diese Zusammenarbeit sein kann: Wenn ein Hersteller versteht, gotoools.de als aktives Vertriebsinstrument zu nutzen, entsteht ein echter Mehrwert in vielerlei Hinsicht: für den Hersteller selbst, für uns als Handelspartner und vor allem für den Kunden, der besser informiert und gezielter beraten wird.

Die enge Kooperation ist für uns ein zentrales Element im Konzept von Gotoools 2.0 und wird künftig noch weiter ausgebaut.

Was sehen Sie als Kernaufgabe des Webauftritts? Ganz klar: Die Verbindung von Information, Bedarfsgenerierung und Conversion, also dem Weg vom Interesse zum Kauf. Unser Shop soll nicht nur Produkte listen, sondern Orientierung geben, Vertrauen schaffen und echten Mehrwert bieten. Der Kunde soll sich abgeholt fühlen, Inhalte finden, vergleichen können – und am Ende mit einem guten Gefühl kaufen.

Gotoools.de ist für uns ein Werkzeug, kein reiner Verkaufskanal. Durch unsere langjährige Erfahrung im stationären Fachhandel wissen wir genau, was Kunden brauchen und wir haben den Anspruch, dieses persönliche, kompetente Einkaufserlebnis auch online zu spiegeln.

Wenn wir es schaffen, Zusatzverkäufe zu generieren – wie an der Theke oder im Außendienst – dann haben wir alles richtig gemacht. Der Kunde fühlt sich gut beraten, wenn er zum neuen Akkuschrauber direkt den passenden Bitsatz vorgeschlagen bekommt. Wiederkehrende Kunden sind ein Gewinn für alle, für uns, für den Hersteller und für den Kunden selbst.

Wie erfüllen Sie diese Aufgabenstellung?

Unser YouTube-Kanal [gotools.tv](#) übernimmt einen wesentlichen Teil der Beratung durch praxisnahe Tests, Vergleiche und Anwendungs-

Saisonale Aktionen sorgen für kontinuierliche Nachfragegenerierung.



DIE BESTE TRENNSCHEIBE DER WELT

FEEL THE POWER OF MAKING



Marco Golshani, Geschäftsführer von Gotools in Bad Aibling, ist stolz auf seinen neuen Online-Auftritt.

wollen – im Gegenteil. Gerade dort, wo Markendarstellung und Kundennutzen im Mittelpunkt stehen, sind wir sehr offen für gemeinsame Aktivitäten. Zeitlich koordinierte Herstellerkampagnen, Themenwochen oder abgestimmte Maßnahmen zur Bedarfsgenerierung, das wären sinnvolle, praxisnahe Instrumente, die allen Beteiligten nutzen.

Wir sehen den Fachhandel nicht als Gegner, sondern als Marktbegleiter. Der Kunde entscheidet selbst, ob er online oder stationär kauft. Und ich bin überzeugt: Bei entsprechender Darstellung und Beratung ist der stationäre Fachhändler in einer sehr starken Position.

Der Fachhändler darf dem Handwerker keinen Grund geben, online zu kaufen – wenn er diese Aufgabe konsequent annimmt, ist nicht immer der Preis das entscheidende Kaufkriterium. Denn trotz aller KI- und Digitalisierungswellen gilt für mich nach wie vor: Geschäfte werden zwischen Menschen gemacht.

Welche Position wollen Sie mit Gotoools erreichen und wie sehen dafür notwendige, weitere Schritte aus?

Wir wollen uns als digitaler Fachhändler für hochwertige Elektrowerkzeuge in der Online-Welt etablieren – mit dem Anspruch, unsere Nische so gezielt zu besetzen, dass wir dem Handwerker eine echte Alternative zu „Prime“-Global Playern, anonymen Marktplätzen und Generalisten bieten.

Nicht alles für alle, sondern das Beste für echte Werkzeugfans: fundierte Beratung mit Premium-Content, transparente Vergleiche und markenübergreifende Orientierung auf einem digitalen Niveau, das weit über klassische Produktlisten und reinen Preiskampf hinausgeht.

Wir bringen unsere Erfahrung aus dem persönlichen Kundenkontakt im Fachgeschäft direkt in die digitale Welt – das ist ein klarer Vorteil. Tiefes Produktwissen, starke Markenpartnerschaften und Inhalte, die beraten statt nur zu verkaufen, sind unsere Stärke.

Unsere nächsten Schritte sind deshalb, weitere Markenshops auszurollen und bestehende konsequent weiterzuentwickeln, Inhalte kontinuierlich zu erweitern, zu optimieren und auf neue Touchpoints auszuspielen – kurz: das Einkaufserlebnis auf ein noch höheres Level bringen. Wir werden die Shop-Performance datenbasiert analysieren und gezielt weiterentwickeln sowie gemeinsam mit Herstellern zielgerichtete Kampagnen und Content-Formate realisieren, die echten Mehrwert bieten. Damit wollen und werden wir Bedarf wecken, teils über die einzelne Marke hinaus für die gesamte Branche.

Ein zentrales Zukunftsthema ist für uns die neue Art der Produktsuche: Kunden „googeln“ immer weniger klassisch, stattdessen lassen sie sich zunehmend von KI-Modellen wie ChatGPT beraten. Diese KI-gestützte Art der Suche und Produktinformation führen sehr bald direkt zur Kaufentscheidung und somit auf direktem Weg in den Warenkorb. Wer hier nicht aktiv mitgestaltet, wird morgen nicht mehr sichtbar sein.

Gotoools 2.0 ist nicht das Ziel, sondern unsere neue Basis für Wachstum, Differenzierung und dafür, den Online-Fachhandel von morgen aktiv mitzugestalten. ■



tipps. Das neue Werkzeugportal sowie unser Vergleichsbereich liefern alle relevanten Informationen auf einen Blick, genau dann, wenn der Kunde sie braucht.

Unsere neue Story-Leiste ist keine Spielerei, sie bringt Dynamik und Nähe in den Shop. Kunden möchten nicht nur klicken, sondern auch unterhalten und persönlich angesprochen werden.

Gleichzeitig analysieren wir das Nutzerverhalten kontinuierlich: Was funktioniert? Wo hakt es? Wo müssen wir optimieren? Dieses Feedback nutzen wir, um den Shop stetig weiterzuentwickeln.

Ein nächster, logischer Schritt: Wir arbeiten bereits an einem digitalen KI-Produktberater, der Kunden noch gezielter durch den Entscheidungsprozess begleitet, digital, aber persönlich.

Ihr neuer Auftritt ist Mitte September online gegangen, haben sich die Zugriffszahlen und die Verweildauer etc. verändert?

Ja – wir sehen bereits jetzt deutlich längere Verweildauern, vor allem auf den Artikeldetailseiten und in den Markenshops. Die Nutzer klicken tiefer, nutzen die Videos, springen weniger ab. Zudem sehen wir mehr direkte Einstiege über Inhalte. Das spricht dafür, dass unsere Themenwelten und Inhalte bereits über SEO und Social Media greifen.

Sehen Sie Effekte des neuen Auftritts für die Branche und könnte es ggf. Kooperationen mit anderen Handelshäusern geben?

Mit Gotoools 2.0 haben wir aus unserer Sicht bewusst einen neuen Standard gesetzt, nicht als Abgrenzung, sondern als Inspiration und Einladung zum Austausch. Ich bin überzeugt, dass sich daran auch andere Händler orientieren können, die ihre digitale Strategie weiterentwickeln möchten.

Gleichzeitig gilt für uns: Schuster, bleib bei deinen Leisten. Wir sind Fachhändler mit klarem Profil, Plattformen und Marktplätze können andere deutlich besser abbilden. Auch wenn unsere Reichweite inzwischen den ein oder anderen dazu motiviert hat, genau das bei uns anzufragen, bleiben wir unserem Konzept treu.

Das heißt aber nicht, dass wir keine Kooperationen



CERABOND X TRENNSCHEIBE
2in1 für Stahl und Edelstahl

Entdecken Sie die unübertrogene Leistungsfähigkeit von CERABOND X, der führenden Trennscheibe für Stahl und Edelstahl. Von Tyrolit für Profis entwickelt, setzt diese Scheibe neue Maßstäbe in der Metallbearbeitung. Mit CERABOND X erreichen Sie präzise Schnitte schneller und effizienter als je zuvor.

tyrolit.com/cerabondx





INTERNATIONALE EISENWARENMESSE KÖLN 2026

Der Spiegel der Branche

Anfang März 2026 öffnet die Internationale Eisenwarenmesse in Köln wieder ihre Tore. In der Branche wird im Vorfeld der Veranstaltung breit über das Format diskutiert und gespannt gewartet, wie sich die Mutterveranstaltung eines inzwischen weltweiten Messenetzes denn schlägt. Denn es fehlen wieder oder auch weitere namhafte Marken der Branche. Aber es gibt auch namhafte Rückkehrer, wie Sebastian Hein, Director Internationale Eisenwarenmesse bei der Koelnmesse, im Interview zur anstehenden Veranstaltung unter anderem berichtet.

ProfiBörse: Wie ist der Anmeldestand und wie die Internationalität des Ausstellerfeldes?

Sebastian Hein: Der Anmeldestand ist gut, wir konnten bereits früh viele Aussteller gewinnen und werden unseren Fachbesuchern wieder ein breites Produktspektrum präsentieren können. Wir verzeichnen derzeit Anmeldungen aus über 45 Ländern.

Die Internationalität ist, wie typisch für die Eisenwarenmesse, mit einem Auslandsanteil von 86 Prozent, hoch. Wir sehen verstärkt Zulauf aus den Regionen, in denen wir Satellitenmessen der Eisenwarenmesse etabliert haben. Damit unterstreicht die Messe einmal mehr ihre Rolle als globale Leitplattform der Hartwaren- und Eisenwarenbranche. Die Vielfalt der Länderbeteiligung, von Europa über Nordamerika bis Asien, zeigt: Wer international handeln will, denkt Köln mit.

Wie können sich Besucherinnen und Besucher auf die Veranstaltung vorbereiten, welche digitalen Tools bieten Sie für die Veranstaltung für die Information und Kontaktanbahnung an?



Auch in 2026 werden in Köln wieder renommierte deutsche Marken fehlen, wie sieht die zentrale „deutsche“ Halle im nächsten Frühjahr „noch“ aus und gibt es gegen den angesprochenen Trend auch namhafte Rückkehrer?

Die Eisenwarenmesse ist immer auch ein Spiegelbild der Branche. Wenn Märkte unter Druck stehen, macht sich das auch auf der Messe bemerkbar. Unternehmen bespielen Messen teilweise abhängig von ihren individuellen Zielsetzungen, zum Beispiel indem sie sich auf eine

Zur optimalen Vorbereitung auf den Besuch der Eisenwarenmesse empfehlen sich unsere Messe-App sowie die Website www.eisenwarenmesse.de. Das digitale Ausstellerverzeichnis ermöglicht es, Favoriten-



Volle Gänge in den Kölner Messehallen – diese Erwartungshaltung gilt von Seiten des Veranstalters auch für die kommende Eisenwarenmesse. (Fotos/Abb.: Koelnmesse)

listen anzulegen und gezielt Ausstellerprofile aufzurufen. Ergänzend informieren Newsletter-Updates und unsere Social-Media-Kanäle regelmäßig über Neuheiten und Programmhighlights. So lässt sich der Messebesuch effizient planen und der persönliche Messeerfolg gezielt steigern.

Neben den Ausstellerpräsentationen spielte bei den letzten Veranstaltungen die Diskussion von Branchenthemen und das Netzwerken eine wichtige Rolle. Welche analogen Maßnahmen/Veranstaltungen bieten Sie an?

Neben der reinen Aussteller- und Produktpresentation setzen wir bewusst auf analoge Begegnung und Wissensaustausch. Mit der EISENparty am ersten Messestag in den Rheinterrassen schaffen wir einen attraktiven Treffpunkt, der den informellen Austausch fördert und gezielte Networking-Möglichkeiten bietet. Zudem bietet das EISENforum eine zentrale Bühne für aktuelle Branchenthemen. In Vorträgen und Paneldiskussionen werden hier Entwicklungen rund um Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Lieferketten und Markttrends beleuchtet und diskutiert. Ergänzt wird das durch Sonderflächen wie den DIY Boulevard, auf dem Produkte in PoS-naher Umgebung erlebbar werden.

branchenfokussierte Produktlinie konzentrieren. Für uns bedeutet das Fluktuation. So kommt es auch, dass einige - die in 2024 oder bereits länger gefehlt haben - heute wieder dabei sind. Dazu gehören zum Beispiel Arnz Flott, Brockhaus Heuer, Osborn, Rothenberger Industrial, Stürmer Maschinen, Weidmüller, Wolfcraft. Fakt ist: Wer etwas zu erzählen hat, kommt auf die Eisenwarenmesse.

Die Internationale Eisenwarenmesse hat inzwischen zahlreiche internationale Ableger. Wird sich dies auf die Aussteller- und Besucherzahlen in Köln auswirken?

Positiv. Durch die Satellitemessen, die wir mittlerweile in sechs Regionen auf der ganzen Welt etabliert haben, haben wir heute einen guten Zugang zu den jeweiligen Märkten. Die Projektleiter und ihre Teams knüpfen über ihre Veranstaltungen Verbindungen zu Verbänden und Multiplikatoren vor Ort und arbeiten sich tief in die jeweiligen Themen ein. Gerade jetzt, wenn das Besuchermarketing für die kommende Eisenwarenmesse anläuft, fokussieren sich alle auf Köln. Für die Muttermesse bedeutet das einen erheblichen Schub an Marketingkapazität und vor allem auch Marketingqualität.

Gibt es Verschiebungen bei den Besuchergruppen, wird die Internationale Eisenwarenmesse von der Fachhandelsmesse verstärkt zu einer DIY-ausgerichteten Veranstaltung?



Sebastian Hein, Director Internationale Eisenwarenmesse.

Die Besucherstruktur entwickelt sich im Einklang mit den Veränderungen in der Branche. Während der Fach- und Großhandel nach wie vor einen großen Anteil ausmacht, beobachten wir tatsächlich eine zunehmende Präsenz des DIY-orientierten Handels, also der Baumärkte. Die Eisenwarenmesse bietet den relevanten Herstellern hierzu das Produktsegment „Bau- und Heimwerkerbedarf“. Wir beobachten hier, dass bei der Platzierungsentscheidung unserer Kunden nicht nur das Produkt, sondern auch der fokussierte Absatzkanal eine wesentliche Rolle spielt. Es gibt sogar Hersteller, die bewusst beide Welten abdecken und eine Zweitplatzierung im DIY-Bereich buchen, obwohl ihr Produktfokus klassischerweise zum Beispiel im Bereich der Werkzeuge liegt.

Werden die Aussteller in Köln im Frühjahr 2026 auch Anwenderinnen und Anwender ihrer Produkte begrüßen können, öffnet sich die Internationale Eisenwarenmesse bewusst für Besuchergruppen über den Handel hinaus?

Grundsätzlich gewinnt das Thema Direct-2-Consumer zunehmend für viele Unternehmen an Bedeutung. Die Internationale Eisenwarenmesse bleibt klar auf das professionelle Fachpublikum ausgerichtet – öffnet sich aber zugleich neuen Besuchergruppen, die den Markt mit prägen. Neben dem Fach- und Großhandel adressieren wir zunehmend auch gewerbetreibende Handwerker und industrielle Verwender, die in Köln einen praxisnahen Zugang zu Produkten, Innovationen und Herstellern erhalten. Gerade die Industrie findet in der Eisenwarenmesse eine leistungsstarke Plattform, um den wichtigen Dialog zwischen Herstellern und Verwendern in einem effizienten B2B-Umfeld zu führen.

Mit Formaten wie dem EISENworkshop schaffen wir Räume für den direkten Austausch zwischen Industrie, Handwerk und Handel – praxisorientiert und anwendungsnah. Darüber hinaus binden wir Content-Creator und Vertreterinnen und Vertreter der Handwerkskammern ein, um die Brücke zwischen digitaler Sichtbarkeit, Fachwissen und praktischer Anwendung weiter zu stärken.

So entsteht ein Messeerlebnis, das alle relevanten Akteure der Wertschöpfungskette zusammenführt: vom Hersteller über den Handel bis hin zum professionellen Anwender. ■

KMR BSD MULTI 1 Akkuschrauber – 3 Anwendungen

- Drei einfach zu wechselnde Vorsätze für kurze bis lange Schrauben und Trockenbauschrauben
- Speziell entwickelt und ergonomisch angepasst für magazierte Schraubensysteme



DACH+HOLZ INTERNATIONAL 2026, KÖLN

Zentrale Branchenplattform

Vom 24. bis 27. Februar 2026 wird Köln zum großen Treffpunkt der Dach- und Holzbaubranche. Zahlreiche Keyplayer der Branche und namenhafte Aussteller präsentieren ihre Produkte und Leistungen. Mit einem Anteil von 80 Prozent nationalen und 20 Prozent internationalen Ausstellern wird die gesamte Bandbreite der Branche abgebildet. Messeleiter Robert Schuster gibt einen Ausblick auf die Veranstaltung.

ProfiBörse: Wie ist die Stimmung in der Branche mit Blick auf die Messe 2026?

Robert Schuster: Die Dach- und Holzbaubranche ist weiterhin sehr gut aufgestellt und die Vorfreude auf ein „g'scheides“ Wiedersehen ist riesig. Wir waren und sind mit unserem Team auf Branchenveranstaltungen auf Tour und hatten im Vorfeld zahlreiche persönliche Gespräche mit Ausstellern und Partnern. Das kam hervorragend an! Wir merken: Die Community will sich wieder persönlich begegnen, Erfahrungen teilen, diskutieren – und einfach gemeinsam die Zukunft gestalten.

Was sind die inhaltlichen Schwerpunkte der kommenden Ausgabe?

Nachhaltigkeit, künstliche Intelligenz, Digitalisierung, Arbeitsschutz, Nachwuchs – aber vor allem: echter Austausch. In unseren weiterentwickelten Workspaces geht es nicht nur ums Zuhören, sondern ums

Mitmachen. Anfassen, ausprobieren, sich beraten lassen, mitreden – das ist unser Anspruch.

Wie ist die Messe in Köln strukturiert und welche Bereiche gibt es?

Wir nutzen die bewährten Hallen 6, 7, 8 und 9 plus Freigelände. Jede Halle hat klare thematische Schwerpunkte: Halle 6 für Steil- und Flachdach, Halle 7 als Zentrum für Holz und Dämmung mit dem Holzbau Baden-Württemberg, Halle 8 für Klempnertechnik, IT, Dachbegrünung und Abdichtungen, sowie Halle 9 für Befestigungstechnik, Werkzeug und unsere Start-up-Fläche. Wichtige Partner wie Holzbau Deutschland, der ZVDH, die Dachdeckerverbände und die BG Bau sind strategisch platziert, um optimale Synergien zu schaffen.

Was unterscheidet die Dach+Holz International von anderen Fachmessen?



Robert Schuster, Messe Director Dach+Holz International. (Fotos: GHM)

Unser Fokus liegt auf dem Bauhandwerk, auf Dachdecker, Zimmerer und Bauklemmpner. Dabei steht ganz klar der Community-Gedanke im Vordergrund, denn wir bieten nicht nur Fläche, sondern Begegnung. Die Branche lebt vom Miteinander, und dafür schaffen wir 2026 wieder den richtigen Raum. Besonders innovativ sind unsere geplanten Sonderflächen: Die Netzwerkfläche von DeinDach by Hemmersbach im Außenbereich oder „Handwerk trifft Sport“ mit täglichen Mountainbike-Shows eines Dachdeckermeisters. Das gibt es nur bei uns!

Können Sie uns jetzt schon verraten, worauf sich Besucher besonders freuen dürfen?

Zuallererst auf die Messeneuheiten unserer Aussteller und auf die Tiefe des Produktangebotes. Aber auch auf eine Messe, die an den Menschen, an den Themen, an der Praxis nah dran ist. Die Besucher erwarten eine dichte Atmosphäre mit vielen Mitmachangeboten, erfolgreichen Ideen und persönlichem Austausch. Wir haben unsere Startup-Fläche auf 30 Aussteller erweitert, bieten ein völlig neues Erlebnis

mit „Dein Branchen-Tattoo“ in Kooperation mit einem lokalen Tätowierer, und unsere Nationalmannschaften der Dachdecker und Zimmerer zeigen ihr Können. Dazu kommen Events wie der International Tuesday, der Empfang der Dachdeckermädchen und als Highlight unser Branchenabend am Donnerstag. Eines steht fest: Die Messe wird spannend. ■



Die Dach+Holz International ist und bleibt laut Veranstalter das Branchentreffen für Dachdecker und Zimmerer. Wer sich schon vor der Dach+Holz 2026 mit der Branche vernetzen möchte, kann dies auf der Dach+Holz Plattform tun. Diese vereint die bisherige Webseite der Messe mit der Dach+Holz Connect und bietet den Teilnehmenden einen zentralen Raum für den Austausch an 365 Tagen im Jahr.

Mit Produktkampagnen, Aktionsartikeln und weiteren Maßnahmen hebt Fischer die Vorteile neuer und bekannter Fischer Produkte hervor und festigt die Marke bei den Endverwendern. Im Ergebnis gelingt es dem Unternehmen so, Käufe der Fischer Produkte zu lenken, indem diese bei den Handelspartnern getätigten werden. Im Bild: ein KeyVisual der HybridPower Einführung.



VIELFÄLTIGE FISCHER VERMARKTUNGSWELT

Kunden begeistern und Partner stärken

Mit gezielten Vermarktungskampagnen stärkt der Befestigungsexperte Fischer das Interesse von Handwerkern an seinen Produkten und Leistungen. Die Maßnahmen schaffen Kaufanreize bei Endkunden und erhöhen so die Abverkäufe der Fischer Handelspartner. Events und Messen als Kontaktkanäle binden Endkunden zusätzlich an das Unternehmen und an seine Partner. Für das kommende Jahr sind bereits Aktivitäten geplant, um erneut starke Marketingimpulse zu setzen.

„Mit gezielten Marketing- und Verkaufsförderungskampagnen heben wir jedes Jahr die Vorteile unserer neuen und bekannten Produkte hervor und festigen unsere Markenpräsenz bei den Endverwendern“, betont Michael Geisbühl, Geschäftsführer der Fischer Deutschland Vertriebs GmbH. „Damit stärken wir den

stationären als auch digitalen Vertrieb unserer Handelspartner. Neben dem Geschäft vor Ort gewinnen Online-Kanäle für Vertrieb und Kommunikation weiterhin deutlich an Bedeutung.“ Die Kanalwahl für die Kundenansprache verlagere sich zunehmend in den digitalen Raum.

Fischer stärkte 2025 nicht nur bewährte Klassiker, sondern brachte auch neue Produkte erfolgreich auf den Markt. Ein Beispiel ist der Dübel HybridPower, der die Sicherheit eines Stahlankers mit der einfachen Montage und Flexibilität eines KunststoffdüBELS vereint. Dank innovativer Technologie und durchdachter Materialkombination bietet der Newcomer eine mühelose Handhabung, hohe Tragfähigkeit, dauerhaft zuverlässige Sicherheit sowie eine sehr große Anwendungsvielfalt in allen Voll- und Lochbaustoffen – selbst im Brandfall. „Erste Rückmeldungen aus dem Markt zeigen: Begleitende Verkaufsunterstützung erzeugt starkes Interesse am stationären und digitalen Point of Sale für unseren HybridPower, erhöht die Nachfrage und fördert den Absatz“, betont Michael Geisbühl. Zur HybridPower Einführung hat Fischer ein umfangreiches Marketingpaket geschnürt – von Printmedien und Social Media-Inhalten bis hin zu einer attraktiven Warenpräsentation im Ladengeschäft. Dazu gehören eine wirkungsvolle Zweitplatzierung mit einem überzeugenden Display, eine speziell zur Markteinführung gestaltete Promo-Verpackung sowie multimediale Kommunikationsmaterialien.

BEWÄHRTE Aktionen MIT BEWÄHRten PRODUKTEN

Weitere Aktionen rücken jährlich bewährte Fischer Produkte in den Fokus. Unter dem Titel #fischerFEST bot Fischer etwa vom 1. März bis 30. Juni 2025 nachgefragte Fischer KunststoffdüBEL, Stahlanker, chemische Befestigungssysteme, Schrauben und WDVS-Be-

Michael Geisbühl, Geschäftsführer der Fischer Deutschland Vertriebs GmbH. (Fotos: Fischer)



EXTEND YOUR RADIUS.

Fürs Trennen und Kantenschleifen mit einer Scheibe – sicher und leistungsstark für Fliesenbearbeitung.
Besonders geeignet für Akkumaschinen.

Trennscheiben Schrupscheiben Fächerschleifscheiben Bürsten Schleif- & Polierwerkzeuge Fräser Diamantwerkzeuge

90° 30°
POWER PLUS 51mm

RHODIUS
DG65 ACCU CROSS
TOP LINE

HOW-TO VIDEO

QR-CODE

RHODIUS
SIMPLIFY YOUR WORK

Fischer Handelspartner profitieren von ihrer Einbindung in die Customer Journey, ganz gleich, ob diese auf den Messeständen und Events oder auf unseren Online- und Social Media-Kanälen startet. Im Bild: Die Fischer TourVans mit modularen Roadshowkonzepten, die Kundenevents direkt beim Handel vor Ort in Deutschland und Europa ermöglichen.

festigungslösungen (Wärmedämmverbundsysteme) zu attraktiven, volumenbasierten Angeboten an. Mit der Wortkombination #fischerFEST referierte das Unternehmen auf die Vielseitigkeit und Stärke seines Befestigungsortiments und erweckte zugleich sommerliche Emotionen sowie Festivalstimmung. Neben hochwertigen Produkten beinhaltete die Aktion exklusive Extras für den Arbeitsalltag und die Freizeit. Handelspartner konnten begleitende Marketingunterlagen für ihre Werbezwecke nutzen. Durch die Aktion positionierte sich Fischer erfolgreich zukunftsorientiert und modern.

Eine Gemeinsamkeit der Fischer Kampagnen ist die durchdachte Gestaltung der Customer Journey: Über Fischer Social Media-Kanäle und www.fischer.de werden Endkunden zu den Online-Shops oder – über die lokale Händlersuche auf der Fischer Website – an die stationären Verkaufsstellen der Handelspartner weitergeleitet. „Wir binden unsere Handelspartner stets in die Customer Journey ein, die auf unseren Kanälen startet, und stellen eine Vielzahl an Marketingmaterialien zur Verfügung – sowohl für den stationären Auftritt als auch zur Ausgestaltung der Online- und Social Media-Kanäle“, sagt Michael Geisbühl. „So entsteht ein durchgängiges Markenerlebnis – vom ersten digitalen Impuls bis zum Kauf vor Ort. Entscheidend sind der richtige Kommunikationsmix und die nahtlose Verbindung aller Kanäle.“

ONLINE UND ANALOG – AUCH 2026 IST FISCHER NAH AN DEN ANWENDERINNEN UND ANWENDERN

Für 2026 plant Fischer, die Erfahrungen aus den erfolgreichen 2025er-Kampagnen zu nutzen, kreative Ideen weiter auszubauen und die Zielgruppenansprache zu schärfen. Ein Thema wird die Fußball-Weltmeis-



terschaft der Männer 2026 sein, die vom 11. Juni bis 19. Juli 2026 in Kanada, Mexiko und den USA ausgetragen wird. Ziel der Marketing- und Verkaufsförderungskampagnen bleibt klar, die Absatzkraft der Handelspartner durch abgestimmte Multi-Channel-Strategien nachhaltig zu stärken.

Aber auch live und hautnah zeigt Fischer Präsenz – zum Beispiel auf Messen und Events – mit Vorteilen für die Handelspartner. Zwei Fischer TourVans mit modularen Roadshowkonzepten ermöglichen Kundenevents direkt beim Handel vor Ort in Deutschland und Europa. Mit seinem fast 370 m² großen Messestand auf der Münchener BAU 2025 eröffnete der Befestigungsexperte neue Dimensionen der Produktpräsentation und der Ansprache von Endkunden sowie Partnern aus Handel und Branche. Und auf der ISH – Weltleitmesse für Wasser, Wärme, Luft 2025 in Frankfurt am Main setzte das Unternehmen mit Innovationen der Technischen Gebäudeausrüstung (TGA) eindrucksvolle Akzente.

2026 wird Fischer erneut auf Messen stark vertreten sein: Auf der Dach+Holz International vom 24. bis 27. Februar 2026 in Köln wird Fischer auf rund 157 m² seine Produktpremieren und bewährten Klassiker für den Dach- und Holzbau präsentieren. Auf der internationalen Leitmesse für Verkehrstechnik InnoTrans vom 22. bis 25. September 2026 in Berlin will Fischer zusätzlich mit Systemlösungen und Serviceleistungen für Infrastruktur- und Tunnelbauprojekte begeistern. Die Gelegenheit, Befestigungsinnovationen in verschiedenen Baustoffen zu testen, Shows, Aktionen und moderierte Challenges ziehen dabei regelmäßig Besucher an und machen die Fischer Messeauftritte zu Publikumsmagneten.

Erstmals war der Befestigungsexperte 2025 auch Teil des Macher-Festivals vom 7. bis 10. August auf dem Ferropolis-Gelände nahe Leipzig – und zieht eine durchweg positive Bilanz. Das Eventformat, das Festivalfeeling mit Baumesse-Elementen verbindet, lockte mehrere tausend Besucherinnen und Besucher im Alter von 16 bis 30 Jahren an – eine junge, technik- und handwerksaffine Zielgruppe, die Fischer mit einem erlebnisreichen Auftritt gezielt ansprach.

„Für unsere Handelspartner ergeben sich viele Vorteile: Die Händler profitieren von ihrer Einbindung in die Customer Journey, ganz gleich, ob diese auf den Messeständen und Events oder auf unseren Online- und Social Media-Kanälen startet“, betont Michael Geisbühl. „Auch 2026 unterstützen wir unsere Partner bei ihrem erfolgreichen Multichannel-Vertrieb und ermöglichen Endkunden, online, mobil und stationär den für sie passenden Weg zum Produkt zu wählen. Gemeinsam mit unseren Handelspartnern und ihrer Beratungskompetenz schaffen wir Einkaufserlebnisse, die begeistern, und demonstrieren unsere Innovationskraft sowie technologische Kompetenz direkt am Point of Sale.“ ■

Jedes Jahr setzt der Befestigungsspezialist zahlreiche Marketing- und Verkaufsförderungskampagnen um, um on- und offline generierten Umsatz seiner Handelspartner und seines Unternehmens zu steigern.



ERFAHRUNGEN MIT DEM SELEKTIVEN VERTRIEB

Investitionen in die Partnerschaft

Milwaukee setzt konsequent auf ein selektives Vertriebskonzept. In der darauf aufbauenden Zusammenarbeit bietet die Marke den Handelspartnern verschiedenste unterstützende Maßnahmen, erwartet aber auch ein klares Bekenntnis der Händler zur Marke. Das Konzept gilt inzwischen als Erfolgsmodell für die Marke Milwaukee. Zeit für eine Zwischenbilanz.

Klare Partnerstrukturen, Sicherung von Beratungs- und Servicequalität und konsequente Fachhandelsunterstützung, das sind die zentralen Elemente des Vertriebskonzeptes von Milwaukee. Ausschlaggebend für die Entwicklung des Konzeptes war die Ausrichtung der Marke auf den professionellen Anwender zum einen, die Positionierung der Marke als Lösungsanbieter im Premiumbereich, der keine Einzelprodukte sondern Problemlösungen für den Profialltag auf der Baustelle oder im Handwerk liefert, zum anderen. „Wir entwickeln Lösungen für Profis – keine Produkte für den schnellen Abverkauf über Klickzahlen. Diese Lösungen sind erklärbungsbedürftig und brauchen Beratung. Dafür brauchen wir Fachhändler, die ihre Zielgruppen kennen und bereit sind, aktiv in die Vermarktung zu investieren. Nur so bekommt der Endanwender den Service, den er mit einer Premiummarke erwarten darf“, sagt Stefan Schütz, Geschäftsführer der Techtronic Industries Central Europe GmbH, dazu.

Aus seiner Sicht hat sich parallel zur Entwicklung der Vertriebsstrategie auch der Markt immer weiter verändert: „Online-Marktplätze und Unterbelieferungen gefährden Beratungsqualität und fördern Trittbrettfahrer. Deshalb haben wir ein robustes, selektives System aufgesetzt – und zwar europaweit. Das schützt

die Händler, die sich engagieren und fordert von allen, die daran teilhaben wollen, sich an einheitliche Qualitätsstandards zu halten.“

SOLIDE GRUNDLAGE GESCHAFFEN

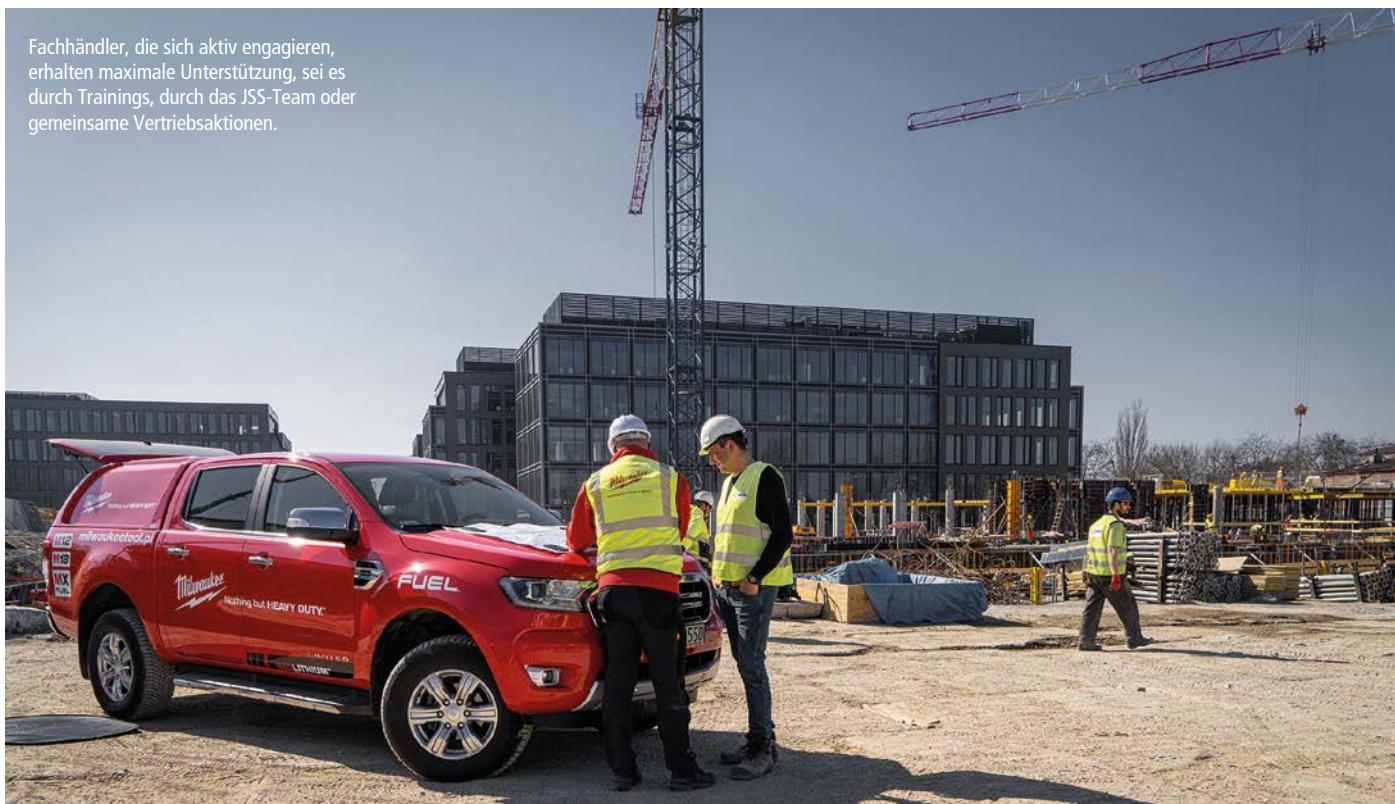
Von der Intention bis zur Umsetzung vor etwa anderthalb Jahren war ein intensiver und den Details verpflichteter Weg zu absolvieren, um das selektive Vertriebskonzept für beide Seiten erfolgversprechend und juristisch einwandfrei zu gestalten. Dabei wurde auch in Kauf genommen, dass Handelspartner, die bis dahin gut mit Milwaukee zusammengearbeitet haben, aus der Zusammenarbeit ausscheiden. Stefan Schütz: „Ja, die Einführung war aufwendig, die Verträge sind umfangreich. Aber das war nötig, um sowohl das Vertriebssystem als auch unsere Partner rechtlich abzusichern. Einige Händler haben sich entschieden, nicht Teil des Programms zu werden. Das ist bedauerlich, wir respektieren jedoch die freie Entscheidung jedes Marktteilnehmers. Uns geht es nicht um Masse, sondern um Qualität. Aber die große Mehrheit sieht die Vorteile klar und profitiert davon.“

Herausgekommen ist ein verbindliches Vertragswerk, das die Zusammenarbeit zwischen den Partnern regelt. „Kern ist ein verbindlicher Qualitätsrahmen“, beschreibt Stefan Schütz die Vereinbarung. „Wir defi-

nieren, was ein autorisierter Partner leisten muss – und unterstützen ihn dabei. Dazu gehören Sortimentsvorschläge, Trainings, gezielte Marketingaktivitäten und unsere Job Site Solution-Teams (JSS), die direkt auf Baustellen präsent sind, mit den Anwendern arbeiten und so Nachfrage nach Milwaukee-Lösungen erzeugen. Wenn ein Dachdeckerbetrieb z. B. unsere neuen PSA-Produkte testet und direkt Feedback gibt, entsteht eine Nachfrage, die der Fachhändler sofort nutzen kann. Gleichzeitig schließen wir Handelsformen aus, die diese Standards nicht erfüllen. Damit stellen wir sicher, dass Beratung und Fachkompetenz belohnt werden und nicht der schnelle Klick im Netz.“

Die größten Herausforderungen waren aus Sicht des Geschäftsführers bei der Implementierung des selektiven Vertriebssystems, dass „zum einen das Prinzip „Leistung gegen Gegenleistung“ sauber umgesetzt werden musste.“ In der Zusammenarbeit heißt das: keine Strafen, sondern Belohnungen für Engagement. „Zum anderen war der Fokus auf den kompetenten, stationären und Online-Fachhändler ein harter Einschnitt“, beschreibt Stefan Schütz die zweite Herausforderung: „Zahlreiche Händler mussten Online-Aktivitäten auf bestimmten Drittplattformen beenden. Wir können beispielsweise nur gegen Querlieferungen an nicht autorisierte Händler vorge-

Fachhändler, die sich aktiv engagieren, erhalten maximale Unterstützung, sei es durch Trainings, durch das JSS-Team oder gemeinsame Vertriebsaktionen.



Milwaukee produziert ganzheitliche Lösungen für professionelle Anwender, die konsequent an den Erfordernissen von Handwerk und Industrie ausgerichtet sind – vom Elektrowerkzeug bis zur PSA.

hen, wollen und dürfen aber keinen Einfluss auf die Preisgestaltung unserer Händler nehmen. Daher haben wir mit dem Vertrag klare Leitplanken und Sanktionsmöglichkeiten. Das schafft für unsere autorisierten Fachhandelspartner faire Chancen in einem leistungsorientierten Wettbewerbsumfeld.“ Und Herausforderung Nummer drei war, „alle Warengruppen gleich konsequent einzubinden – also nicht nur Powertools, sondern auch Sortimente wie unser Outdoor-Power-Equipment (OPE) oder Persönliche Schutzausrüstung (PSA). Das erfordert vom Händler ein klares Bekenntnis zur Marke Milwaukee.“ Diese Sortimente werden, wie auch das „Stammsortiment“, kontinuierlich ausgeweitet und damit weitere Umsatzmöglichkeiten geschaffen. „Durch unsere Struktur profitieren im Vertrieb gezielt die Partner, die bereit sind, sich auch in diesen Segmenten zu engagieren“, so Schütz.

VORTEILE FÜR DEN HÄNDLER

Der grundsätzliche Vorteil des Konzeptes für den Fachhandel ist aus Sicht von Schütz die ausschließliche Lieferung von Milwaukee-Produkten an autorisierte Fachhändler, die die vorgegebenen, objektiven Qualitätsanforderungen erfüllen. „Das Konzept ist in ganz Europa installiert. Für den Fachhandel bedeutet das: Planungssicherheit und ein leistungsorientiertes Wettbewerbsumfeld“, fügt Stefan Schütz hinzu. Der dreistufige Aufbau des Konzeptes lässt den Handelshäusern die Wahl, sich mehr oder weniger intensiv zu engagieren. „Bei unserem dreistufigen Konzept – vom Händler über den Partner bis zum Heavy Duty Center-Partner – entscheidet jeder, wie weit er einsteigen will. Mit dem Status steigen auch Support und Konditionen“, erklärt Schütz die Systematik. Seine Erfahrung zeigt aber: „Wer sich voll engagiert, profitiert am meisten: gemeinsame Marktbearbeitung, Neukundengewinnung, Events, Online-Support. Wer Milwaukee führt, spielt in einem Umfeld, in dem Qualität und Fachkompetenz zählen. Wer dagegen nur auf schnelle, beratungsfreie Verkäufe setzt, passt nicht zu uns – und empfindet das Konzept dann natürlich als Nachteil.“

Autorisierte Händler würden zudem von einer stärkeren Markenbindung und einer klaren Differenzierung durch ständige Innovation bei Produkten und Services profitieren. Regelmäßige Neuheiten würden Chancen schaffen, sich vom Wettbewerb abzuheben und Kunden dauerhaft zu binden. „Auch beim Sortiment und Einkauf ergeben sich Effizienzvorteile“, betont Schütz, „das breite, professionelle Milwaukee-Portfolio reduziert den Verwaltungsaufwand – ein zentraler Partner statt vieler einzelner Lieferanten.“

ERFOLGE BEI DEN HÄNDLERN

In den anderthalb Jahren, die das selektive Vertriebssystem aktiv am Markt gelebt wird, zeigen sich für Schütz klare Auswirkungen: „Wir sehen, dass Partner, die unser Konzept aktiv nutzen, sich neue Kundengruppen erschließen können – etwa durch gemeinsame Endkunden-Events mit unserem JSS-Team oder



durch die Platzierung neuer Warengruppen wie PSA. Denn unser Außendienst und die JSS-Teams sorgen nicht nur dafür, dass Händler gut versorgt werden, sondern erzeugen Nachfrage direkt bei Endanwendern. Das stärkt die Markenwahrnehmung im Markt und führt zu einer nachhaltig höheren Durchdringung in relevanten Zielsegmenten.“

Gerade die Konzentration auf spezifische Kundengruppen ist eines der entscheidenden Elemente für den Geschäftsführer der Techtronic Industries Central Europe GmbH: „Der wichtigste Punkt ist der Zugang zu den von uns fokussierten Zielgruppen. Nur wer wirklich in den Märkten der Handwerker, Installateure oder Bau- und Gartenprofis unterwegs ist, kann unsere Lösungen sinnvoll platzieren. Dazu gehört die Bereitschaft, in Schulungen zu investieren und ein Sortiment zu führen, das den professionellen Anwender umfassend informiert und überzeugt.“

Das wiederum hat auch klare Auswirkungen auf die Anwenderinnen und Anwender, ist Schütz überzeugt: „Für unsere Anwender heißt das: Sie wissen, wo sie kompetente Beratung bekommen. Das ist die Basis für nachhaltiges Wachstum.“

LOHNENDER AUFWAND

Nicht allein die Implementierung, auch die konsequente Beibehaltung des in ganz Europa installierten Konzeptes erfordert laut Schütz einen hohen Aufwand: „Wir überprüfen die Einhaltung der vertraglich verein-

barten Qualitätskriterien mit den uns legal zur Verfügung stehenden Mitteln und stellen sicher, dass nur autorisierte Partner beliefert werden“, betont Schütz. Das sei aufwendig, aber notwendig. „Wir investieren hier bewusst in unsere autorisierten Partner und in die Zukunft des Fachhandels“, so Schütz weiter, „die Partner, die die gemeinsam vereinbarten Qualitäts- und Serviceanforderungen umsetzen, können die Vorteile des Programms in vollem Umfang nutzen.“

„Der Aufwand ist hoch – aber der Weg ist richtig“, betont Stefan Schütz und verweist auf messbare Erfolge: „Unser Wachstum läuft entgegen dem Markttrend – und das mit unserem Fokus auf die autorisierten Verkaufsstellen unserer Fachhändler.“ Für ihn ist das Konzept eine Antwort auf die größten Herausforderungen des Fachhandels: „Aktiver Vertrieb, voller Fokus auf den kompetenten Fachhandel, Schutz vor Grauvertriebenen, operative Unterstützung und die Chance, neue Märkte zu erschließen.“

KONZEPT FÜR DIE ZUKUNFT DES FACHHANDELS

In der massiven Konkurrenzsituation – der Online-Handel ist erstmals stärkster Vertriebskanal im Segment Elektrowerkzeuge – ist die Konzentration auf aktive Marktbearbeitung durch qualitative Beratung aus Sicht von Stefan Schütz die Möglichkeit, die Position des Fachhandels zu stabilisieren: „Der Fachhandel hat die besten Karten – wenn er seine Stärken ausspielt. Kein anderer Kanal kann das leisten, was ein aktiver Fachhändler stationär und online leistet: Bedarfe wecken, Kunden aktiv ansprechen, Beratung auf hohem Niveau, Lagerverfügbarkeit, die Möglichkeit zum Anfassen und Testen. Dazu eine kluge Online-Strategie. Wir sind überzeugt, wer so arbeitet, hat gegenüber reinen Online-Formaten klare Vorteile. Genau dafür bauen wir unsere Unterstützung aus. Wer beide Welten verbindet, bleibt wettbewerbsfähig.“

Aber das bedarf auch beim Handel Aufwand und auch ein wenig Umdenken: „Wichtig ist, dass der Handel seine Rolle neu definiert. Die Zeiten, in denen man abwartete, bis ein Kunde ins Geschäft kam, sind vorbei. Erfolgreich ist, wer offensiv in den Markt geht“, so Schütz. Im Fall der Zusammenarbeit mit Milwaukee heißt dies für ihn: „Wir erwarten aktives Engagement – keine bloße Listung. Wer das ernst nimmt, bekommt von uns maximale Unterstützung, sei es durch Trainings, unser JSS-Team oder gemeinsame Vertriebsaktionen. Wer aber Milwaukee-Partner ist, hat ein System im Rücken, das ihn stärkt, nicht schwächt.“ ■



Stefan Schütz, Geschäftsführer der Techtronic Industries Central Europe GmbH. (Fotos: Milwaukee)

AKKUS BREITEN SICH AUCH DRAUSSEN WEITER AUS

Leistungsgrenzen weiter verschieben

Zum einen sind es Ergonomie und (Multi-)Funktionalität, die Akkuwerkzeuge für das Draußen auch für professionelle Anwenderinnen und Anwender immer attraktiver machen, zum anderen ist es natürlich die kontinuierliche Leistungssteigerung der Energielieferanten, durch die immer weitere Arbeitsbereiche erschlossen werden können. Holzfällarbeiten mit Akku-Kettensägen – kein Problem. Schneeräumen mit Akku-Schneefräsen – kein Problem. Und auch die automatisierte Rasenpflege entwickelt durch technische Verbesserungen nicht allein eine neue Flächenleistung, KI sorgt beispielsweise auch für eine sichere Erkennung von Hindernissen oder Tieren, die sich auf der Rasenfläche befinden. Hier ein punktueller Blick auf Neuheiten im Akkusegment für den GaLaBau und die Kommunen.

Mit dem neuen Flex 18V GPH-Multi-Tool bringt die Flex-Elektrowerkzeuge GmbH ein cleveres Konzept für die Gartenpflege auf den Markt. Statt für jede Anwendung ein eigenes Gerät anzuschaffen, gibt es bei Flex eine leistungsstarke Basis-Einheit GPH 18-EC sowie verschiedene ansteckbare Vorsätze – vom Freischneider über die Heckenschere bis zum Hochentaster. Die Vorsätze lassen sich dank werkzeugloser Aufnahme mit einem Klick befestigen und bei Bedarf genauso einfach wieder lösen. Der bürstenlose 18V Brushless-Motor der GPH 18-EC Basis punktet dabei nicht nur mit Verschleiß- und Wartungsfreiheit, sondern vor allem mit hoher Effizienz und langer Lebensdauer. Mit zwei wählbaren Geschwindigkeitsstufen, ergonomischem Handgriff und Befestigung für einen Schultergurt ist komfortables, ermüdfreies Arbeiten mit allen Aufsätzen gewährleistet.

Besonderes Highlight ist der Heckenscheren-Aufsatz GHT-A: Das beidseitig geschliffene Messer sorgt sowohl bei Vorwärts- als auch bei Rückwärtsbewegung für ein sauberes Schnittergebnis und schnellen Arbeitsfortschritt. Dank Winkelverstellung von +90° bis -80° lässt sich der Schneidkopf perfekt anpassen – ideal auch für hohe oder schwer erreichbare Stellen.

Neben der Heckenschere bietet Flex drei weitere Vorsätze für das Multi-Tool: Einen Freischneider GBC-A mit 23 cm Schnittbreite für das kräftige Auslichten von Flächen, einen Hochentaster GPS-A mit einer Schnittlänge von 25 cm inklusive Kettenenschutz und Öltank für den sicheren und präzisen Rückschnitt von Bäumen sowie eine 80 cm Verlängerung GEX-A für mehr Reichweite bei Heckenschere und Hochentaster.

Lediglich der Fadentrimmer GLT 35 18-EC wird als komplettes Gerät inklusive Basiseinheit angeboten.

Alle anderen Werkzeuge sind als einzelne Vorsätze erhältlich und lassen sich einfach auf die Antriebseinheit setzen. Der 18 Volt-Rasentrimmer ist mit einem 2,4 mm Faden ausgestattet. Er bietet aktuell die höchste Schnittgeschwindigkeit in dem Segment und punktet mit einem sehr guten Preis-Leistungsverhältnis.

Da die Flex-Gartengeräte nun auch mit dem innovativen und kompatiblen 18-Volt-Akkusystem ausgestattet sind, eröffnet sich für die Nutzer die komplette Range der Flex Akku-Werkzeuge – immerhin mehr als 45 Stück an der Zahl mit wiederum noch viel mehr flexiblen Anwendungsmöglichkeiten.

KÄRCHER STARTET NEUE PRODUKTFAMILIE FÜR PROFIS

Ob es darum geht, Pflanzen punktuell zu bewässern, Pflanzenschutz aufzubringen oder Schalungen vor dem Betonieren mit Trennmittel zu schützen – kompakte Akku-Drucksprüher erleichtern die Arbeit. Mit dem SPB 15/36 Bp bringt Kärcher erstmals ein solches Gerät auf den Markt und etabliert eine neue Produktfamilie für Gärtner, Landwirte, Bauarbeiter und andere professionelle Anwender.

Der SPB 15/36 Bp ist dafür konzipiert, Anwendern das Arbeiten so leicht wie möglich zu machen. Der Tank mit einem Volumen von 15 l bietet eine große



Der Rasentrimmer GLT 35 18-EC von Flex ist mit einem 2,4 mm Faden und 35 cm Schnittbreite ausgestattet.

Öffnung, so dass sich Flüssigkeiten problemlos einfüllen lassen. Damit sich das Gewicht bei gefülltem Tank gut verteilt, verfügt das Tragesystem über ein ergonomisches Design und ist mit gepolsterten Gurten und Brustgurt ausgestattet. Der Arbeitsdruck lässt sich zwischen 0,8 und 6,2 bar flexibel einstellen, der Flüssigkeitsdurchsatz zwischen 0,5 l/min und 1,8 l/min. Dazu ist am Gerät ein Drehregler am Gerätegehäuse angebracht, der beim Tragen einfach zugänglich ist. Die Membranpumpe braucht wenig Leistung, so dass der Tank bei Verwendung eines 6 Ah-Akkus mit einer Ladung mindestens zehnmal gefüllt werden kann. Der 1,2 m lange Gummischlauch und der 50 cm lange Sprühstab sorgen für eine gute Reichweite.

Ein weiterer Schwerpunkt in der Entwicklung des SPB 15/36 Bp lag auf der Robustheit der Bauteile. Der Stahlrahmen des Tragegestells stellt Stabilität sicher, die zum Lieferumfang gehörenden Kegel- und Flachdüsen sind als Kunststoff- und Messing-Varianten ausgeführt. Damit kann je nach Art der Flüssigkeit das passende Material gewählt werden. Zum Schutz der ohnehin unempfindlichen Membranpumpe sowie der Dichtungen sind ein Korb- und ein Schlauchfilter eingebaut, damit Verunreinigungen wie die in Brunnen- oder Regenwasser enthaltenen Partikel keine Schäden verursachen können.

Der SPB 15/36 Bp ist mit den 36 V-Versionen der Akkuplatzformen des Kärcher Battery Universe kompatibel. Das Kärcher Battery Universe umfasst zwei Akkuplatzformen mit einer beständig wachsenden Anzahl an Geräten, die vom Hochdruckreiniger über den Laubbläser bis hin zum Mehrzweksauger reichen.



Flex 18V GPH-Multi-Tool – die vielseitige Basis-Einheit für zahlreiche Gartenanwendungen.
(Fotos: Flex Elektrowerkzeuge GmbH)



Mit geringem Gewicht und komfortablem Tragesystem ist der Akku-Drucksprüher von Kärcher ein guter Begleiter für Landwirte, Landschaftsgärtner oder Bauarbeiter – überall dort, wo Flüssigkeiten punktuell aufgebracht werden müssen. (Foto: Kärcher)

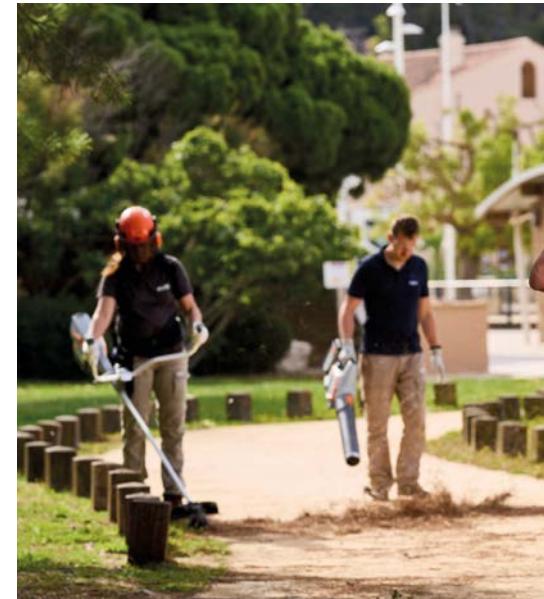
Sowohl die kompakten 18-Volt-Akkus als auch die leistungsfähigen 36-Volt-Akkus sind in unterschiedlichen Kapazitäten verfügbar, um ein breites Anwendungsfeld abzudecken. Ein Alleinstellungsmerkmal aller Kärcher-Akkus ist das LCD-Display mit „Real Time Technology“, welches neben der verbleibenden Akku-kapazität auch die Restlauf- und Restladezeit präzise in Minuten anzeigt.

VIELSEITIGER, SICHERER, EFFIZIENTER

Im professionellen Gartenbau sind Effizienz und Bedienungssicherheit entscheidende Faktoren für den erfolgreichen Einsatz von Geräten. Mit der überarbeiteten Version des Sprühgebläses AS 1200 stellt Birchmeier ein weiterentwickeltes System vor, das noch mehr die praktischen Bedürfnisse der Anwender erfüllt.

Eine neu entwickelte Schnittstelle ermöglicht den

Mit der überarbeiteten Version des Sprühgebläses AS 1200 stellt Birchmeier ein weiterentwickeltes System vor, das noch mehr die praktischen Bedürfnisse der Anwender erfüllt. (Foto: Birchmeier)



gurt sorgt für mehr Tragekomfort, insbesondere bei längeren Einsätzen.

PELLENC JETZT MIT EINSTECKAKKUS

Pellenc bietet nun neben Akkugeräten mit den bekannten Rücken- und Taschenakkus auch Geräte mit 44-Volt-Akkus zum Einsticken an. Die Heckenschere Helion Essential, der Freischneider Excelion Essential und das Blasgerät Airion Essential werden mit Akku-packs mit rund 200 Wh oder 400 Wh Energie gespeist oder können mittels eines Adapters an die Rückenakkus ULIB 750, 1200 und 1500 angeschlossen werden.

„Die neue Serie Essential macht keine Abstriche bei Ergonomie, Gewicht-Leistungs-Verhältnis und Langlebigkeit gegenüber der bekannten Pellenc Qualität“, betont Laurent Vivès; Geschäftsführer der Pellenc GmbH. Und weiter: „Die Geräte sind der wirtschaftlich attraktive Einstieg und Umstieg zu professionellen Akkugeräten und für Pellenc Anwender die ideale Ergänzung.“

Die Akkugeräte wurden für den intensiven gewerblichen Einsatz entwickelt und bei Anwendern getestet. 20 Jahre Erfahrung bei der Konstruktion und der Fer-





Pellenc bietet nun auch Akku-Geräte mit Einstekkakku. (Foto: Pellenc)

tigung von Lithium-Ionen-Akkugeräten ist in die neue Serie eingeflossen. Die Geräte der Linie Essential überzeugen durch eine sehr handliche Bauweise. Die Akkus sind für eine bestmögliche Gerätebalance jeweils ideal hinter, unter oder über dem Motor positioniert.

Um möglichst unterbrechungsfrei zu arbeiten, werden die Akkupacks schneller geladen als sie die Energie im Betrieb abgeben. Zudem können vier Akkus gleichzeitig geladen werden.

LEISTUNGSSTARKER AKKU-FREISCHNEIDER

Der Milwaukee Akku-Freischneider M18 F2BCU-122 mit Bikeshandle-Griff wurde speziell für professionelle Einsatzzwecke entwickelt. Mit seinen Leistungsdaten und umweltfreundlicher Akkutechnologie ist er eine starke, kabellose Alternative zu Benzingeräten.

Mit 1.200 Watt und einem Drehmoment von 2,5 Nm ist der Freischneider von Milwaukee auch für anspruchsvolle Anwendungen geeignet. (Fotos: Milwaukee)



Wie entwickelt sich der Markt, Herr Schweihofer?

ProfiBörse: Wie entwickelt sich der Markt für professionelle Gartengeräte, wie verändern sich die Anteile von „Verbrennern“ und elektrischen Maschinen?

Jakob Schweihofer: Der Markt für Gartengeräte hat in den letzten Jahren einen klaren Trend hin zu Akkugeräten gezeigt. Bei uns im Unternehmen beobachten wir aktuell, dass der Anteil an Akkugeräten im Gartenbereich bereits bei rund 80 Prozent liegt, während Benzingeräte nur noch 20 Prozent ausmachen. Dieser Trend ist auch bei den Endverbrauchern zu beobachten: Sowohl private Nutzer als auch gewerbliche Kunden greifen zunehmend auf Akkutechnologie zurück, da diese Geräte benutzerfreundlicher und kostengünstiger in der Wartung sind. Im Forstbereich ist das Verhältnis derzeit noch bei 50/50, wobei Gewerbeleuten im Forstsektor noch stärker auf Benzinmotoren setzen. Hier spielen die höhere Leistung und die längere Einsatzdauer eine Rolle.

Welchen Anteil hat die verbesserte Akkutechnologie an dieser Entwicklung?

Die verbesserte Akkutechnologie ist ein entscheidender Faktor, der diese Entwicklung vorantreibt. Akkus werden zunehmend leistungsfähiger und bieten eine längere Lebensdauer, wodurch sie auch bei anspruchsvoller Anwendungen eine immer größere Rolle spielen. Im Vergleich zu kabelgebundenen Geräten, die immer weniger nachgefragt werden, überzeugen Akkugeräte vor allem durch ihre Flexibilität und Unabhängigkeit von Stromquellen. Kunden profitieren auch von geringeren Wartungskosten und einer einfacheren Handhabung. Bei uns ist die Nachfrage nach Akkugeräten in den letzten Jahren exponentiell gestiegen, was den technologischen Fortschritt widerspiegelt.

Welche Produktbereiche werden besonders als Akkuvarianten nachgefragt, in welchen Bereichen können sich die „Verbrenner“ behaupten?

Die Nachfrage nach Akkuvarianten ist besonders in den Bereichen Rasenmäher, Heckenscheren, Laubsauger und kleinere Freischneider stark gestiegen. Diese Geräte

werden in der Regel nicht mit extrem hoher Leistung betrieben, was den Akkuantrieb ideal macht. Bei leistungsintensiveren Anwendungen, wie etwa bei großen Motorsägen, rückentragbaren Laubblässern und großen Aufsitzmähern, setzen sich nach wie vor Benzingeräte durch. Der Hauptvorteil der Benziner liegt hier in ihrer höheren Leistung und längeren Betriebsdauer, was für Gewerbeleute, die täglich mit diesen Geräten arbeiten, von großer Bedeutung ist.

Führt aus Ihrer Sicht die Veränderung in der Antriebstechnologie auch zu einer Veränderung bei den Vertriebswegen, welches Potenzial hat hier der PVH?

Für den PVH sehe ich hier großes Potenzial, vor allem durch die verstärkte Fokussierung auf die Beratungskompetenz und die Vermarktung von Akkutechnologien. Durch die Vielzahl an Anbietern im Akkusegment können Einkäufer und Kunden schnell verwirrt sein. Der PVH könnte seinen Partnern helfen, diesen Wandel zu begleiten, indem er Schulungen und gezielte Informationen zu den neuen Akkutechnologien bereitstellt. Auch die Bereitstellung von Serviceleistungen wie Akkupflege und -reparatur könnte zu einer Differenzierung im Markt führen.

Welche Anwendungsfelder werden aus Ihrer Sicht zukünftig für die Motoristen zum einen, für den PVH zum anderen attraktiver, in welche Richtung sollten sich die geführten Sortimente entwickeln?

Für die Motoristen wird es zunehmend attraktiv, sich auf Akkugeräte in den Bereichen Gartenpflege und kleinere, weniger leistungsintensive Geräte zu konzentrieren. Insbesondere im Bereich der Rasenpflege, Heckenschneiden und für die Reinigung von Außenanlagen wird die Nachfrage nach Akkutechnologie weiter steigen. Auch für den PVH bieten sich hier große Chancen, da er die richtige Produktberatung und entsprechende Sortimente anbieten kann.

Für die Zukunft könnte es auch sinnvoll sein, den Bereich der professionellen Akku-Tools für Handwerker und Bauunternehmen weiter auszubauen, da die Nachfrage nach leistungsfähigen und mobilen Geräten in diesen Bereichen wächst. Das Sortiment sollte zunehmend auf akkubasierte Lösungen ausgerichtet werden, auch in professionellen Bereichen, die traditionell auf Benzinmotoren gesetzt haben. Zudem ist der Markt für nachhaltige und emissionsfreie Technologien weiter im Aufwind, was ein zusätzliches Argument für den Ausbau von Akkugeräten darstellt.

Jakob Schweihofer ist Juniorchef bei der Firma Winfried Schweihofer in Mertingen. Das Handelshaus hat seinen Schwerpunkt im Bereich der Gartenmotorgeräte und hier vor allem bei den Mährobotern. (Foto: Schweihofer)



Der M18 F2BCU-122 wird mit zwei M18 12 Ah-Forge-Akkus betrieben, die eine Laufzeit von bis zu 102 Minuten ermöglichen. Dank der Milwaukee Fuel-Technologie bleibt die Drehzahl auch unter hoher Last konstant, sodass selbst dichtes Gestrüpp oder zäher Wildwuchs effizient entfernt werden können. Das Gerät erreicht innerhalb von weniger als einer Sekunde die volle Drehzahl und stellt damit sofortige Leistung zur Verfügung. Mit 1.200 Watt und einem Drehmoment von 2,5 Nm ist der Freischneider auch für anspruchsvolle Anwendungen geeignet.

Der Freischneider verfügt über einen Trimmerkopf mit einer Schnittbreite von 38 bis 43 cm. Die Fadenverlängerung erfolgt bequem per Aufstift-Automatik, wodurch ein unterbrechungsfreies Arbeiten gewährleistet wird. Zum Lieferumfang gehört auch ein robustes Drei-Zahn-Messer, das mit einer Schnittbreite von 26 cm für das Entfernen von Wildwuchs und dichterem Bewuchs eingesetzt werden kann. Zwei einstellbare Geschwindigkeitsmodi bieten die Wahl zwischen maximaler Leistung und verlängerter Akkulaufzeit, je nach Arbeitsanforderung.

Ein leichtes, stabiles Tragesystem sowie verstellbare Handgriffe sorgen für eine ergonomische Körperhaltung und reduzieren die Belastung während längerer Arbeitseinsätze. Zudem wurde die Schutzausstattung des Trimmerkopfes optimiert, um aufgewirbelten Schmutz und Pflanzenteile effektiv vom Anwender fernzuhalten.

NEUER STANDARD IN DER KABELLOSEN HOLZVERARBEITUNG

Mit der 18-Volt-Akku-Kettensäge M18 F2CHS50-802 erweitert Milwaukee sein Sortiment an leistungsstarren, kabellosen Lösungen für den professionellen Einsatz. Die Kettensäge wurde speziell für anspruchsvolle Anwendungen im Garten- und Landschaftsbau, in Kommunalbetrieben sowie im Forstbereich entwickelt. Sie kombiniert die Vorteile moderner Lithium-Ionen-Akkutechnologie mit der Leistung benzinbetriebener Geräte.

Kombiniert die Vorteile moderner Lithium-Ionen-Akkutechnologie mit der Leistung benzinbetriebener Geräte: Akku-Kettensäge M18 F2CHS50-802 von Milwaukee

Die Milwaukee M18 F2CHS50-802 erreicht mit ihrer Ketten geschwindigkeit von 14,3 m/s eine Schnittgeschwindigkeit in Hartholz, die mit 60 cm³-Benzin-Kettensägen vergleichbar ist. Der bürstenlose Motor liefert ein maximales Drehmoment von 9,5 Nm und hält die Geschwindigkeit auch unter hoher Last aufrecht, ohne dass das Gerät blockiert. Mit einer Leistung von bis zu 5,8 PS und einem 50 cm langen Schwert eignet sich die Kettensäge für größere Fäll- und Rückschnittarbeiten.

Dank des stufenlosen Geschwindigkeitsreglers hat der Anwender die volle Kontrolle über die Leistungsabgabe. Zwei wählbare Modi ermöglichen es, je nach Anforderung zwischen maximaler Leistung oder verlängerter Laufzeit zu entscheiden. Die automatische Kettenschmierung erleichtert die Wartung. Der verlustfreie Ölbehälter lässt sich einfach befüllen und der Füllstand unkompliziert kontrollieren. Mit einem Gewicht von 9,0 kg inklusive zwei M18 Forge-Akkus mit 8,0 Ah bleibt die Kettensäge handlich. Betrieben wird die Kettensäge mit zwei M18-Forge-Akkus, die mit einer neuen Generation an Pouch-Zellen ausgestattet sind. Sie bieten nicht nur hohe Leistung, sondern auch eine längere Lebensdauer und Haltbarkeit.

EXTREME LEISTUNGSFÄHIGKEIT

Makita erweitert das Akku-Kettensägen-Sortiment um ein extrem leistungsfähiges Akkuwerkzeug mit einer maximalen Ausgangsleistung von 2.800 W (erreicht mit dem 40V max. Akku BL4080H). Die UC030G für den professionellen Einsatz überzeugt mit einer Schienenlänge von 50 cm, einer Schienennutbreite von 1,3 mm und einer Kettenteilung von 0,325". Mit einer Ketten geschwindigkeit von 0 – max. 29 m/s eignet sich die UC030G ideal für anspruchsvolle Profiarbeiten und lässt sich in drei Stufen regulieren (bis 20 m/s, bis



24 m/s, max. 29 m/s). Mit dem 40V max. Akku BL4080H erreicht die UC030G maximale Leistung – vergleichbar mit einer 50 cm³ Benzin-Kettensäge.

Mit einem Gewicht von 7,8 kg (inklusive Akku BL4080F) und den Maßen 885 × 232 × 280 mm (L × B × H) liegt die Akku-Kettensäge UC030G angenehm und sicher in der Hand. Ein Überhitzungsschutz sorgt für zusätzliche Sicherheit der Maschine: bei aktiviertem Überentladeschutz und niedriger Akkukapazität leuchtet die Akkulampe rot. Wird die verbleibende Restkapazität weiter verbraucht, springt das Akku-Schutzsystem ein, wodurch eine Tiefenentladung verhindert wird. Als zusätzliche Info weisen unterschiedliche Symbole im Anzeigedisplay auf Überhitzung, Überlast oder geringe Akkukapazität hin.

Für einen professionellen Einsatz ist die UC030G mit einer gut sichtbaren Fäll-Markierung ausgestattet sowie einer Metall-Zackenleiste und einem Metall-Kettenfänger. Für zusätzliche Sicherheit sorgt die Kettenbremse, die die Kettensäge innerhalb von 0,2 Sekunden zum Stillstand bringt. Eine weitere Besonderheit, die das Arbeiten erleichtert und gleichzeitig die Sicherheit erhöht, ist der doppelte Einschaltsperrhebel. Die Kettensäge bleibt bei deaktivierter Kettenbremse für fünf Minuten und bei aktiver Kettenbremse für 30 Minuten eingeschaltet, sodass die Arbeit auch nach kurzem Ablegen sofort wieder aufgenommen werden kann.

FÜR DEN PROFESSIONELLEN SCHNITT

Mit der KC340 Kettensäge im Commercial-Sortiment hält Kress ein weiteres Werkzeug bereit, das genau auf die Anforderungen professioneller Landschaftsgärtner zugeschnitten ist. Die neue Kress Kettensäge KC340 ist eine der stärksten Akku-Kettensägen auf dem Markt. Sie fällt direkt auf durch ihr kom-



Die neue Kress Kettenäge KC340 ist eine der stärksten Akku-Kettensägen auf dem Markt. (Foto: Kress)



paktes, ergonomisches Design für einfachere und bessere Bedienung mit QuickStart. Der bürstenlose Motor mit starken 3,6 kW sorgt für lange Lebensdauer und ist vergleichbar mit einer Benzinleistung von 65 cm³, um selbst anspruchsvolle Schneidearbeiten zu erledigen. Das intuitive Bedienfeld mit IOT unterstützt zum besseren Verständnis den Maschinenstatus.

Die Oregon 0.325 Kette ist für hohe Kettengeschwindigkeit von 30 m/s und saubere, glatte Schnitte ausgelegt. Die Schwertlänge beträgt 50 cm. Professionelle, manuelle Kettenspannung und einstellbare Ölpumpe bringen individuelle Anpassung. Das mehrfache Sicherheitsschutzsystem gewährleistet die Sicherheit von Benutzern mit unterschiedlichen Qualifikationsstufen.

FLÄCHEN KABELLOS VOM SCHNEE BEFREIEN

Mit der SN001G präsentiert Makita erstmals eine Schneefräse als eigenständige Maschine – kein Aufsatz, sondern volle Leistung in einem kompakten Gerät. Die Akku-Schneefräse SN001G aus dem Makita 40V max. Akkusystem erreicht eine Leerlaufdrehzahl von 1.400 – 2.100 U/min. Mit einer Arbeitsbreite von 530 mm, einer maximalen Schneehöhe von 300 mm und einer Wurfweite von bis zu 10 m überzeugt sie durch hohe Leistungsstärke. Die Drehzahl lässt sich stufenlos regulieren, sodass sowohl die Wurfweite als auch ein energiesparender Betrieb bei leichten Schneeverhältnissen optimal angepasst werden können.

Die Schneewurfrichtung kann über einen Schalter am Griff stufenlos in einem Bereich von 180° (jeweils 90° nach links und rechts) elektrisch eingestellt werden.

Mit der SN001G präsentiert Makita erstmals eine Schneefräse als eigenständige Maschine – kein Aufsatz, sondern volle Leistung in einem kompakten Gerät. (Foto: Makita)



den. Die Wurfhöhe ist mechanisch von 20° bis 60° verstellbar und der Wurfwinkel lässt sich in neun Stufen fixieren. Zwei integrierte LED-Strahler sorgen für optimale Sichtverhältnisse und ermöglichen den Einsatz der SN001G selbst in der Dämmerung – ob am frühen Morgen oder in den Abendstunden.

SCHNEERÄUMEN LEICHT GEMACHT

Ryobi bietet mit der 36-Volt-Akku-Schneefräse RY36STX61A-260F einen zuverlässigen Helfer, der mit moderner Lithium-Ionen-Akkutechnik, bürstenlosem Motor und komfortabler Ausstattung auch anspruchsvolle Aufgaben im Winterdienst effizient bewältigt.

Die Räumbreite beträgt 61 Zentimeter bei einer Arbeitstiefe von 51 Zentimetern, was ein zügiges Räumen und ein gründliches Ergebnis ermöglicht. Die vollständig aus Metall gefertigte Förderschnecke nimmt den Schnee nah am Boden auf, selbst größere Schneemengen lassen sich mit einer Wurfweite von bis zu 17 Metern bequem aus dem Weg schaffen. Der um 180 Grad schwenkbare Auswurfschacht ermöglicht dabei eine einfache Steuerung der Wurfrichtung.

Die Geschwindigkeit der Förderschnecke und der zweistufige Radantrieb lassen sich über zusätzliche Hebel an den Griffen komfortabel einstellen. Eine gut sichtbare LED-Anzeige informiert über den Akkuladestand. Für maximale Leistung und lange Einsatzzeiten verfügt die Schneefräse über vier Akkusteckplätze. Um das Gerät in Betrieb zu nehmen, werden allerdings nur zwei Akkus benötigt. Durch die Nutzung der beiden zusätzlichen Steckplätze erhöht sich die Laufleistung ohne Zwischenstopp.

Mit den zwei im Lieferumfang enthaltenen 36-Volt-Akkus (6,0 Ah) bewältigt die Maschine eine Fläche von bis zu 575 Quadratmetern pro Ladung. Die Akkulauf-

nahme ist so dimensioniert, dass auch größere Akkus verwendet werden können. Kompatible 36 V-Akkus gibt es von Ryobi aktuell mit einer Kapazität von bis zu 12 Ah. Damit sind längere Einsätze und eine höhere Flächenleistung möglich.

Besonders in der kalten Jahreszeit sind Komfort und Ergonomie entscheidend. Ryobi setzt auf durchdachte Details: Beheizbare Griffe sorgen für angenehme Wärme, eine breite LED-Leuchtleiste sowie zwei zusätzliche Leuchten ermöglichen ein sicheres Arbeiten auch in der Dämmerung oder bei schlechten Sichtverhältnissen. Das Aluminium-Griffgestänge ist teleskopierbar und lässt sich individuell anpassen. Dank der robusten, luftbereiften Räder mit speziellem Profilmuster bleibt die Maschine auch auf rutschigem Untergrund sicher in der Spur.

LEISE UND LEISTUNGSSTARKE RASENPFLEGE FÜR PROFIS

Mit den neuen akkubetriebenen Rasenmähern der 7er-Serie bietet Stihl Profis in Kommunen sowie in Garten- und Landschaftsbaubetrieben drei leise und abgasfreie Geräte für die professionelle Rasenpflege in lärmintoleranten Bereichen, die mit ihrer Leistung von bis zu 2,9 kW vergleichbaren Benzinkränen in nichts nachstehen.

Der RMA 750 V von Stihl verfügt über eine Schnittbreite von 48 Zentimetern. Wie alle Modelle der 7er-Serie von Stihl ist er mit dem Komfortlenker mit nur einem Holm ausgestattet. Dieser erleichtert die Entnahmen und das Wiedereinhangen des Grasfangkorbs. (Foto: Stihl)



Die 36-Volt-Akku-Schneefräse RY36STX61A-260F ist das Top-Modell einer Baureihe mit aktuell drei Geräten von Ryobi. (Foto: Ryobi)



Dabei sind die beiden Modelle Stihl RMA 750 V und RMA 756 V mit Schnittbreiten von 48 und 54 Zentimetern konzipiert und als 4-in-1-Multifunktionsgerät sowohl mit einem 80 Liter fassenden Grasfangkorb für das Sammeln des Schnittguts ausgestattet als auch für Heck- und Seitenauswurf vorbereitet. Darüber hinaus lassen sich beide Geräte dank Multimesser und einem im Lieferumfang enthaltenen Mulchkeil mit wenigen Handgriffen in Mulchmäher verwandeln. Beim Stihl RMA 7 RV handelt es sich dagegen um einen reinen Mulchmäher mit einer Schnittbreite von 51 Zentimetern. Um auch höheres Gras mähen zu können, besitzt er zusätzlich eine Seitenauswurf-Vorrichtung.

Für kräfteschonendes und ergonomisches Arbeiten sind alle drei Modelle serienmäßig mit elektronisch regelbarem Vario-Radantrieb und 3-fach-höhenverstellbarem Komfortlenker ausgestattet. Er kann an die Körpergröße des Anwenders angepasst werden und erleichtert das Ein- und Aushängen des Grasfangkorbs. Die Anpassung von Mähmodus und Geschwindigkeit erfolgt über ein in den Lenker integriertes digitales Bedienelement.

Angetrieben werden die robusten Geräte von einem wartungsfreien EC-Motor, der lange Lebensdauer und zuverlässigen Betrieb gewährleistet. Für Langlebigkeit sorgt auch das Hybridgehäuse, das außen aus robustem Aluminiumdruckguss besteht. Das Innengehäuse aus widerstandsfähigem Polymer ist bei Bedarf austauschbar. Ihre Energie beziehen die Akkumäher der 7er-Serie von kraftvollen Lithium-Ionen-Akkupacks aus dem Stihl AP-System.

MÄHEFFIZIENZ NEU DEFINIERT

Mit dem Kress RTK 4WD KR283E bietet Kress einen Mähroboter, der speziell für den Einsatz im kommunalen Bereich sowie im professionellen Garten- und Landschaftsbau entwickelt wurde. Dank modernster RTK-Navigation und Allradantrieb setzt der KR283E neue Maßstäbe in puncto Leistung, Präzision und Effizienz.

Wie alle RTK-Mähroboter von Kress liefert auch der Kress RTK 4WD KR283E zentimetergenaues Mähen



Mit dem Kress RTK 4WD KR283E bietet Kress einen Mähroboter, der speziell für den Einsatz im kommunalen Bereich sowie im professionellen Garten- und Landschaftsbau entwickelt wurde. (Foto: Kress)

ohne zusätzliche Hardware dank Echtzeit-Kinematik. Kress RTKn ist eine hochmoderne Geopositionierungs-technik, die die Präzision von Positionsdaten verbessert, welche von satellitengestützten Positionierungssystemen übernommen werden und dank Kress-eigenem Antennenetzwerk flächendeckend die Kress-RTKn-Mähroboter erreichen. Seine intelligente AI-Stereo-Kamera unterstützt ihn bei der Hinderniserkennung und Navigation.

Der KR283E schafft mühelos eine Schneidkapazität von bis zu 3.000 m² in nur 48 Stunden - und das bei

einer kompakten Schnittbreite von 22 cm. Die individuell einstellbare Schnitthöhe von 20 bis 60 mm sorgt für ein perfekt gepflegtes Schnittbild, angepasst an unterschiedlichste Flächen und Vegetationstypen. Und: durch sein zusätzliches seitlich versetztes Mähwerk kann er bis zu 2 cm an die Rasenkante mähen.

Mit seinem Allradantrieb und einer Steigungsfähigkeit von bis zu 80 Prozent (39°) meistert der Kress RTK 4WD selbst anspruchsvollstes Gelände und eignet sich daher ideal für kommunale Grünanlagen, Hanglagen und weitläufige Außenbereiche. Darüber hinaus unterstützt der Allradantrieb aber auch auf ebenen Flächen durch eine gleichmäßige Traktion für rasenschonende Drehungen. Ausgestattet mit einem leistungsstarken

Mit den neuen Spitzenmodellen Sunseeker Elite X9 und X9 Plus setzt Sunseeker 2026 die Messlatte höher denn je. (Foto: Sunseeker)



Wie beleben Sie den Markt, Herr Hannappel?

ProfiBörse: Wie entwickelt sich der Markt für professionelle Gartengeräte?

Dirk Hannappel: Der Wechsel von Benzin- zur Akkutechnologie prägt den Markt zunehmend. Auch der klassische Motorist entwickelt sich immer mehr zum „Akkuisten“. Gleichzeitig steht der gesamte Fachhandel unter Druck, da die Kundenfrequenz im stationären Handel abnimmt. Dies erfordert eine aktive und zielgruppenspezifische Marktbearbeitung. Milwaukee unterstützt seine Partner dabei mit den JSS-Spezialisten (Job Site Solutions), die den Handel vor Ort begleiten und bei der Umsetzung einer professionellen Vertriebsstrategie unterstützen.

Mit welchen Neuheiten erhöhen Sie die Attraktivität des Angebotes im Segment für den GaLaBau und angrenzende Bereiche im nächsten Jahr?

Neben der kontinuierlichen Weiterentwicklung und Verbesserung des bestehenden Produktpportfolios wird 2026 eine Vielzahl neuer Produkte vorgestellt. Im Fokus stehen insbesondere eine neue Schneefräse sowie ein 18 Volt-Laubsauger. Im Bereich Forst, einem der stärksten Wachstumsmärkte von Milwaukee, werden unter anderem innovative Lösungen für das

mobile Lademanagement vorgestellt. Ein besonderes Highlight sind außerdem die neuen OPE-Handwerkzeuge (Outdoor-Power-Equipment) die im Februar auf den Markt kommen und das bestehende Sortiment optimal ergänzen.

Welche Unterstützung erhalten die Handelspartner über die Produkte und JSS hinaus?

Zum Start der Gartensaison 2026 werden die Händler zusätzlich mit Promotions, Bundles und PoS-Lösungen unterstützt. Ergänzend ist erneut eine Endkunden-Prämienaktion geplant, um Kaufanreize direkt beim Anwender zu schaffen und die Nachfrage im Markt gezielt zu fördern.

Dirk Hannappel ist Head of OPE Milwaukee bei Techtronic Industries Central Europe GmbH. (Foto: Milwaukee)



Mit dem FM 410i präsentiert Husqvarna den ersten voll-elektrischen Frontmäher für den professionellen Einsatz.

6-Ah-Akku und einem effizienten 5-A-Ladegerät, überzeugt der KR283E durch lange Einsatzzeiten und kurze Ladephasen.

PFLEGE FÜR GROSSE RASENFLÄCHEN, SPORTPLÄTZE UND KOMMUNALE GÄRTEN

Mit den neuen Spitzenmodellen Sunseeker Elite X9 und X9 Plus setzt Sunseeker 2026 die Messlatte höher denn je: Der X9 meistert bis zu 12.000 m², der X9 Plus sogar bis zu 24.000 m². Mithilfe von 15 Sensoren inklusive acht Kameras sowie nRTK navigieren beide drahtlos und zentimetergenau. Angetrieben von einer 42-V-Plattform liefert der Allradantrieb mit Einzelrad-aufhängung an jedem Rad und zwei Steuermotoren makellose Ergebnisse auf großen Privatflächen, Sportplätzen und kommunalen Arealen.

AONavi 2.0 fusioniert nRTK und VSLAM 2.0 für zentimetergenaue Positionierung ganz ohne Antenneninstallation. Das reduziert den Installationsaufwand, spart Zusatzhardware und erhält die Optik des Gartens. Der neue schnelle Chip mit zehn Billionen Operationen pro Sekunde macht Mähbewegungen und Hindernisvermeidung spürbar reaktionsschneller: weniger Stopps, flüssigere Bahnen, mehr Fläche pro Tag. Mobilfunk ist serienmäßig an Bord und sorgt für stabile Online-Dienste, Hilfe aus der Ferne und Software-Updates auch dort, wo WLAN schwach ist. Und wenn das Satellitensignal kurz weg ist, übernehmen die Kameras die exakte Bahnplanung. Das Ergebnis sind sichtbare, gleichmäßige Mähstreifen und verlässlich saubere Kanten, selbst in komplexen, teilverschatteten Arealen. Die Sensorik liefert ein vollständiges 24/7-Umfeldbild: acht Kameras und insgesamt 15 Sensoren erkennen statische, dynamische und sehr niedrige Hindernisse auch bei schwachem Licht und vermeiden Tierkollisionen zuverlässig.

EdgeZero bringt den Kantenschnitt auf ein neues Niveau: Der präzise Trimmaufsatz arbeitet bis praktisch auf Null-Distanz entlang rechter Winkel, Zäune, Mauerkanten und Beeteinfassungen sowie um Pfosten und Hindernisse. Dadurch entfallen Nacharbeiten mit Trimmern nahezu vollständig.

Das überlegene Mähsystem des X9/X9 Plus kombiniert Power und Präzision: Ein starker Schneidmotor



treibt zwei 43-cm-Scheiben mit je sechs Klingen an, die elektrische Höhenverstellung von 20–100 mm inklusive Ziel-Schnitthöhe liefert konstant saubere Ergebnisse auch über unbegrenzt viele Zonen. Für sicheren Vortrieb sorgt ATC Pro mit Allradantrieb.

Die integrierte Flottenverwaltung koordiniert mehrere Geräte effizient, Updates halten Funktionen stets aktuell. Spritzwasserschutz und Regensorient sorgen für zuverlässigen Betrieb, der leise Lauf für Nachbarschaftsfrieden. Sprachassistenz (z. B. Alexa/Google) und ein LCD-Display erleichtern die Bedienung im Alltag.

PROFI-MÄHROBOTER FÜR KLEINERE FLÄCHEN

Der Husqvarna Automower 540 Epos ist der neue kabellose Mäher für kleinere gewerbliche Grünflächen bis 8.000 m². Er zeichnet sich durch besondere Effizienz und Zuverlässigkeit aus und garantiert gleichmäßige Mähergebnisse bei wechselnden Anforderungen.

Das Modell mit Epos-Navigation unterstützt besonders präzises, systemisches Mähen und bietet eine hohe Anpassungsfähigkeit an verschiedenste Grünflächenbedingungen. Via Husqvarna Fleet Services App können virtuelle Arbeitsbereiche, Begrenzungen und Mähmuster festgelegt und jederzeit angepasst werden. Der Mäher bewältigt problemlos Steigungen bis 50 Prozent und ist durch seine schwenkbare Vor-

derachse (bis zu 27 Grad Neigung) auch für den Einsatz auf unwegsamem Gelände geeignet. Wird der Mähvorgang durch einen Fehler unterbrochen, kann er dank Remote Start Recovery Funktion ganz einfach via App aus der Ferne fortgesetzt werden.

Für noch mehr Präzision und Sicherheit kann der Automower 540 Epos zusätzlich mit dem neuen AI Vision-Zubehör zur intelligenten Objekterkennung und -vermeidung aufgerüstet werden. Diese KI-gestützte Technologie unterscheidet gezielt zwischen Lebewesen und Objekten. Erkennt der Mäher ein Lebewesen, hält er einen größeren Sicherheitsabstand ein und stoppt ggf. den Mähvorgang, wohingegen er um Objekte eng, aber vorsichtig mährt. Durch den integrierten Infrarot-Nachtsichtmodus sind Objekte rund um die Uhr erkennbar, ohne nachtaktive Tiere zu stören.

Die KI-Vision-Technologie verwandelt den Automower 540 Epos in einen intelligenten Mäher, der in Echtzeit sehen, verstehen und seine Aktionen automatisiert an seine Umgebung anpassen kann.

VOLLELEKTRISCHER FRONTMÄHER MIT HERVORRAGENDER MANÖVRIERFÄHIGKEIT

Mit dem FM 410i präsentiert Husqvarna den ersten vollelektrischen Frontmäher für den professionellen Einsatz. Das Modell kombiniert Leistung mit Komfort und den Vorteilen eines vollelektrischen Antriebs. Bei Dauerbetrieb beläuft sich die Laufzeit des Frontmäthers auf bis zu sechs Stunden. Power-Assisted Steering minimiert den Kraftaufwand und erhöht während langer Arbeitstage den Komfort und die Kontrolle.

Dank der hinteren Knicklenkung verfügt der kompakte Frontmäher über eine hervorragende Manövrierfähigkeit, einen minimalen Wenderadius bei vollem Einschlag und maximale Präzision. Das frontmontierte Mähdeck des FM 410i sorgt für beste Sicht auf die Mähfläche.

Die hocheffiziente Mulchfunktion und die große Auswahl an kompatiblen Anbaugeräten machen den FM 410i zu einer vielseitigen Maschine, die neben dem Rasenmähen diverse andere Aufgaben erledigen kann. Der Allradantrieb bietet zuverlässige Traktion an Hängen sowie bei nassen oder winterlichen Bedingungen und ermöglicht so einen sicheren Betrieb in anspruchsvollen Umgebungen und zu allen Jahreszeiten. ■



Für noch mehr Präzision und Sicherheit kann der Automower 540 Epos von Husqvarna zusätzlich mit dem neuen AI Vision-Zubehör zur intelligenten Objekterkennung und -vermeidung aufgerüstet werden. Diese KI-gestützte Technologie unterscheidet gezielt zwischen Lebewesen und Objekten. (Fotos: Husqvarna)



Bosch Professional bringt mit Expert eine neue Top-Leistungsklasse auf den Markt, die speziell für Profis mit höchsten Ansprüchen entwickelt wurde. Für die Expert-Elektrowerkzeuge und -Messgeräte setzt Bosch auf eine gezielte, selektive Vertriebsstrategie über ausgewählte, qualifizierte Fachhändler.

ADVERTORIAL

DAS BESTE FÜR DEN JOB: ELEKTROWERKZEUGE, MESSTECHNIK UND ZUBEHÖR DER SPITZENKLASSE

Expert – die neue Top-Leistungsklasse von Bosch für Profis

Eine neue Ära im Handwerk beginnt: Mit der Top-Leistungsklasse Expert setzt Bosch Professional Maßstäbe für höchste Ansprüche. Mehr als nur Power – Expert steht für innovative Features, hohen Anwenderschutz und hervorragenden Arbeitskomfort. Mit Elektrowerkzeugen, Messtechnik und mehr als 2.200 Zubehörprodukten liefert Expert beste Lösungen für anspruchsvolle Anwendungen.

Bosch Professional bringt mit Expert eine neue Top-Leistungsklasse auf den Markt, die speziell für Profis mit höchsten Ansprüchen entwickelt wurde. Expert liefert beste Lösungen für jeden Einsatzbereich und steht für mehr als nur Power: Die neue Klasse vereint innovative Features, hohen Anwenderschutz und hervorragenden Arbeitskomfort. Das Sortiment umfasst Elektrowerkzeuge, Messtechnik und Zubehör aus einer Hand. Mehr als 2.200 Expert-Zubehörprodukte sind bereits im Markt verfügbar.

Auch für Profis mit langjähriger Erfahrung ist es nicht immer einfach, aus der Fülle verfügbarer Elektrowerkzeuge das richtige auszuwählen. Bosch erleichtert professionellen Anwendern diese Entscheidung, indem die außergewöhnliche Mehrleistung der Expert-Produkte bereits auf den ersten Blick sichtbar ist. Eine durchdachte Anwenderführung zeigt unmittelbar auf, welches Expert-Gerät für welche Anwendung die beste Wahl ist – so können Anwender schnell die richtige Kaufentscheidung treffen.

Für Expert-Elektrowerkzeuge und -Messgeräte setzt Bosch auf eine gezielte, selektive Vertriebsstrategie über ausgewählte, qualifizierte Fachhändler. Diese bewusste Entscheidung ermöglicht professionellen Anwendern ein Einkaufserlebnis, das exakt auf ihre Anforderungen abgestimmt ist – mit der idealen Lösung selbst für anspruchsvollste Aufgaben. Expert-

EXPERT

Akkus, -Ladegeräte und das Expert-Zubehörsortiment sind weiterhin über alle gängigen Vertriebskanäle erhältlich.

EXPERT 18V AKKUS: MAXIMALE LEISTUNG, LÄNGERE LAUFZEIT

Das Herzstück der Top-Leistungsklasse Expert sind vier neue Hochleistungs-Akkus mit Kapazitäten von 4.0, 5.5, 8.0 und 15.0 Amperestunden. Die Akkus EXBA18V-40 und EXBA18V-55 erreichen Maximalleistungen von bis zu 2.000 Watt. Im Vergleich zu bereits etablierten Akkus, beispielsweise dem GBA 18V 4.0Ah Professional, wurde die temporäre Maximalleistung

verdoppelt. Der EXBA18V-80 und EXBA18V-150 liefern sogar bis zu 2.400 Watt temporäre Maximalleistung.¹

Auch bei der Laufzeit setzen die Expert 18V Akkus Maßstäbe. Der EXBA18V-80 verlängert im Vergleich zum GBA 18V 4.0Ah Professional die Laufzeit um bis zu 120 Prozent. Der Hochleistungs-Akku EXBA18V-150 mit 15.0 Ah Kapazität bietet eine Laufzeit, die die des GBA 18V 4.0Ah Professional um bis zu 280 Prozent übertrifft.²

Das neu designete Gehäuse wurde speziell für den herausfordernden Einsatz auf der Baustelle entwickelt. Metalleinleger sowie ein verstärktes Kontaktssystem machen die neuen Expert 18V Akkus extrem robust. Zudem ermöglicht die CoolPack-2.0-Technologie eine schnelle Wärmeableitung. Durch diese Kombination profitieren Anwender von einer besonders langen Lebensdauer der Akkus.

Zu mehr Effizienz auf der Baustelle tragen auch die neuen Expert-Ladegeräte bei. Das Einzelladegerät EXAL18V-160 lädt einen EXBA18V-80 Akku im Power Boost-Modus mit bis zu 16 Ampere Ladestrom binnen 39 Minuten vollständig auf und ist damit drei Mal so schnell wie das Ladegerät GAL 18V-40 Professional.³ Das Doppeladegerät EXAL18V2-320 lädt in der gleichen Zeit parallel zwei dieser Akkus vollständig auf. Active Air Cooling kühlst die Akkus und Flex-Temp Charging erweitert den Akku-Ladetemperaturbereich der Expert-Akkus auf -10 °C bis +55 °C.

Das Herzstück der Top-Leistungsklasse Expert sind vier neue Hochleistungs-Akkus mit Kapazitäten von 4.0, 5.5, 8.0 und 15.0 Amperestunden.
(Fotos/Abb.: Bosch)





Die kraftvolle Säbelsäge EXPERT EXSA18V-32 liefert mit ihrem bürstenlosen Biturbo-Hochleistungsmotor die Leistung eines kabelgebundenen 1.300-Watt-Geräts.

EXPERT EXSA18V-32: LEISTUNGSSTARKE AKKU-SÄBELSÄGE

Die kraftvolle Säbelsäge EXPERT EXSA18V-32 liefert mit ihrem bürstenlosen Biturbo-Hochleistungsmotor die Leistung eines kabelgebundenen 1.300-Watt-Geräts. In der höchsten der sechs Geschwindigkeitsstufen schneidet die Säge mit bis zu 3.000 Hübchen pro Minute bei einer Hublänge von 32 Millimetern. Die Säbelsäge trennt so mühelos Metall, Holz, Hohlziegel, Kunststoff, Holzverbundstoffe und Isolationsmaterialien.

Mit Expert-Akkus ab 5.5 Ah Kapazität und passenden Sägeblättern – etwa den Bosch Expert Thick Tough Metal Blättern mit Bosch Carbide Technology – bewältigt die Säbelsäge selbst anspruchsvollste Anwendungen wie etwa an Öltanks, Stahlprofilen, schweren Gussrohren und Bauholz mit Nägeln.

Innovative Funktionen für fortschrittlichen Anwenderschutz: Bleibt eine Säbelsäge beispielsweise beim Trennen von Rohren und I-Trägern aus Metall, von Öltanks oder von Holzbalken stecken, kann dies zu schmerzhaften Rückschlägen und Verletzungen führen. Die integrierte KickBack Control stoppt die EXPERT EXSA18V-32 augenblicklich, sobald das Blatt sich verkantet. Das minimiert die Gefahr von Verletzungen und verhindert zugleich das Verbiegen oder sogar Brechen von Sägeblättern. Die integrierte Stop Control sorgt dafür, dass das Sägeblatt augenblicklich stoppt, sobald es aus dem Material austritt.

Die Adaptive Speed Control Funktion sorgt dafür, dass das Sägeblatt zunächst beim Anschneiden langsam anläuft und dann auf die gewünschte Hubzahl gesteigert wird. Bei Schnitten in harten Materialien wie Metallrohren verhindert dies Schäden, die ansonsten durch unkontrollierte Bewegungen des Sägeblattes auf der Werkstoffoberfläche entstehen.

EXPERT EXTH18V-50M: WELTWEIT ERSTER GASLOSER 18 VOLT-BAUKLAMMERER

Mit dem kraftvollen EXPERT EXTH18V-50M bringt Bosch den weltweit ersten kabellosen Akku-Klammer-



Der Wandscanner EXPERT D-tect18V-200-17C unterstützt professionelle Anwender bei der präzisen Lokalisierung von Objekten in vielen verschiedenen Wandtypen.

rer mit der vollen Leistung eines Druckluftgeräts auf den Markt. Der EXPERT EXTH18V-50M verbindet kabellose Freiheit mit der Leistung pneumatischer Klammerer – ohne den Aufwand und die Kosten, die Kompressoren, Schläuche und Gaskartuschen mit sich bringen.

Weil der gaslose Schwungradantrieb keine Kartuschen benötigt, entstehen keine unangenehmen Gerüche oder gesundheitsschädlichen Dämpfe. Der geringe Rückschlag schont die Handgelenke und trägt zu ergonomischem Arbeiten bei. Der Akku-Klammerer setzt marktübliche 16-Gauge-Klammen mit einer Drahtstärke von 1,6 Millimetern, einer Rückenbreite von 11,3 Millimetern (KG700) oder 10,8 Millimetern (Senco N/G5562) und einer Länge von 25 bis 50 Millimetern. Damit eignet er sich für Befestigungen von und an Hart- und Bauholz, mittelhartem Holz und weiteren Materialien, die vornehmlich im Trockenbau zum Einsatz kommen.

Ein- und ausgeschaltet wird der Klammerer mit dem Daumen – das vermeidet unnötige Arbeitsunterbrechungen. Die Eindringtiefe ins Material lässt sich mithilfe eines ergonomischen Daumenrads und eines Sichtfensters schnell und einfach stufenlos einstellen. Am integrierten Bedienfeld wechseln Profis zwischen Einzel- und Kontaktlösung. Eine Doppel-LED leuchtet den Arbeitsbereich präzise aus.

EXPERT D-TECT18V-200-17C: KI-GESTÜTZTE RADARTECHNOLOGIE FÜR PRÄZISE ORTUNG

Der Wandscanner EXPERT D-tect18V-200-17C unterstützt professionelle Anwender bei der präzisen Lokalisierung von Objekten in vielen verschiedenen Wandtypen. Erstmals kommt dabei innovative Bosch Radartechnologie in Kombination mit KI-Objekterkennung zum Einsatz – Messungen werden dadurch zuverlässiger, präziser und sind einfacher durchzuführen. Zum Scannen wird das Gerät mithilfe der leichtgängigen Räder über den betroffenen Bereich der Wand gerollt. Dabei werden Daten über den gesamten Scanbereich erfasst und verarbeitet. Die neue KI-Objekter-



Mit dem kraftvollen EXPERT EXTH18V-50M bringt Bosch den weltweit ersten kabellosen Akku-Klammerer mit der vollen Leistung eines Druckluftgeräts auf den Markt.

kennung ermöglicht es, verschiedene Objekte – einschließlich Kunststoffrohre oder Metallrohre, letztere bis zu einer Tiefe von 200 Millimetern – in der Wand zu orten und zu identifizieren.

Das hochauflösende IPS-Display zeigt alle beim Scan gefundenen Objekte und deren Tiefe in der Wand an und lässt Anwender einfach zwischen Metall, Holz, Kunststoffrohren und Stromleitungen unterscheiden. Die 3D-Bildgebungsfunction ermöglicht zudem eine umfassende und einfach interpretierbare Wandübersicht.

PROFESSIONAL 18V SYSTEM: EIN AKKU FÜR ALLE ANWENDUNGEN

Alle Expert-Werkzeuge sind Teil des Professional 18V Systems von Bosch, das alle maßgeblichen Anwendungen mit 18 Volt abdeckt. Dank der herstellerübergreifenden AmpShare-Allianz geht das System sogar über das Angebot von Bosch hinaus. Viele Marken, viele Geräte, ein Akku-System: Alle Werkzeuge vom kompakten Schrauber bis hin zur Kapp- und Gehrungssäge lassen sich mit ein und demselben 18 Volt Lithium-Ionen-Akku und nur einem Ladegerät betreiben. Das spart Handwerkern Zeit, Platz und Geld.

Ab Januar 2026 sind die ersten 30 Expert-Elektrwerkzeuge und -Messgeräte erhältlich. Die Expert 18V Akkus und Ladegeräte sind bereits ab sofort einzeln sowie in praktischen Sets verfügbar.

¹ EXBA18V-40 & EXBA 18V-55: Interne Testlabordaten, momentane Höchstleistung von bis zu 2.000 W, voll aufgeladene neue Batterie EXBA18V-80 & EXBA 18V-150: Interne Testlabordaten, momentane Höchstleistung von bis zu 2.400 W, voll aufgeladene neue Batterie Professional GBA 18V 4.0Ah: Interne Testlabordaten, momentane Höchstleistung von bis zu 1.000 W, voll aufgeladene neue Batterie

² EXBA18V-80 vs. Professional GBA 18V 4.0Ah: Interner Test, Schleifen von Baustahl mit GWS 18V-15 S Professional + Fächerschleifscheibe, 30 s Intervalle mit 5 s Pause
EXBA18V-150 vs. Professional GBA 18V 4.0Ah: Interner Test, Blasen bei Minimalleistung mit GBL 18V-750 Professional, neutraler Luftstrom, ohne Pausen

³ vs. Professional GAL 18V-40, Ladezeit

BERATUNG IN SACHEN EFFIZIENZ

Zeit und damit Kosten sparen

Hocheffiziente Werkzeuge können ihr Potenzial nur dann entfalten, wenn sie richtig eingesetzt werden. Diese allgemein bekannte Tatsache wird in vielen Anwendungsfällen aber nicht umgesetzt, stellen die Experten von Pferd Tools bei ihren Gesprächen mit Anwenderinnen und Anwendern immer wieder fest. Deshalb ist die Information beispielsweise zu den verschiedenen Parametern bei einem Bearbeitungsprozess so wichtig. Und auch für den Handel steckt in der Beratung dazu Potenzial.

„Anwenderinnen und Anwender in der Metallbearbeitung verschenken Arbeitszeit, Produktivität und Profitabilität“, sagt Tobias Zipperer, Produktmanager für Werkzeugantriebe beim Hersteller von Werkzeugen für die Oberflächenbearbeitung und zum Trennen von Materialien Pferd Tools. „In Zeiten von Kostendruck und immer währender Forderung nach Effizienzsteigerung eine nicht haltbare Situation.“ Nicht immer wird es so sein, dass nach dem Motto agiert wird, dass alles, was in oder an die Werkzeugaufnahme des jeweiligen Antriebes passt, für den Arbeitsvorgang das Richtige ist. Auch wenn es passt, kann das jeweilige Werkzeug durchaus unpassend sein.

„Wir wissen, dass in 90 Prozent der Anwendungsfälle, die wir bei unseren Endanwenderinnen und Endanwendern vorfinden, mindestens ein Parameter nicht stimmt“, berichtet Zipperer aus dem Alltag von Metallwerkerinnen und -werkern. „Und hier verschenken diese Betriebe bares Geld, verursachen Kostendruck statt Wertschöpfung.“

VERWENDEN, WAS GERADE DA IST

Der häufigste Fehler sei die Auswahl der richtigen Antriebsmaschine. Während das Werkzeug meist im Hinblick auf das zu bearbeitende Material und die Bearbeitungsaufgabe ausgewählt werde, griffen viele Werkerinnen und Werker beim Antrieb auf das zurück, was sie hätten oder was sie immer einsetzen. Dabei bestimmten die ideale Drehzahl und die richtige Leistung maßgeblich die Effizienz und damit die Wirtschaftlichkeit des Prozesses. „Schon eine Abweichung von zehn bis 20 Prozent im Bereich der Drehzahl verändert den Bearbeitungsprozess massiv“, so der Produktmanager.

Mit dem RCK bietet Pferd Tools ein Antriebssystem inklusive Handstücke, mit dem Werkzeuge für das Fräsen und für die Oberflächenbearbeitung angetrieben werden. Mit seiner stufenlosen Drehzahlregulierung im Bereich von 2.500 bis 80.000 RPM ist es für eine Vielzahl industrieller Anwendungen geeignet. Das Besondere des RCK ist die konstante Drehzahl, die auch bei Belastung beibehalten wird. Dieser entscheidende Vorteil steigert die Produktivität um bis zu 50 Prozent. Das System ist für den Dauerbetrieb ausgelegt und kann neben dem Netzbetrieb auch mit einem leistungsstarken Akku eingesetzt werden.

Mit dem RCK bietet Pferd Tools ein Antriebssystem mit einer stufenlosen Drehzahlregulierung im Bereich von 2.500 bis 80.000 RPM, das für eine Vielzahl industrieller Anwendungen geeignet ist.

Werde dann auch bei der Auswahl des Werkzeuges genauer hingeschaut, ließen sich erhebliche Produktivitätssteigerungen erreichen. „In Tests bei Kundinnen und Kunden, die beispielsweise mit einem Hartmetallfrässtift mit herkömmlicher Kreuzverzahnung und einer nicht optimalen Drehzahl arbeiteten, konnten wir durch den Tausch des Antriebs und der Verwendung beschichteter Frässtifte der Zahnungen Allround HC-FEP und Steel HC-FEP teilweise eine vielfach höhere Abtragsmenge in kürzester Zeit erzielen. Das sehen wir jeden Tag und genau das ist das Verbesserungspotenzial, das viele Betriebe einfach liegen lassen, in Zeiten, wo sie nichts zu verschenken haben“, so Zipperer.

BERATUNG ALS EFFEKTIVITÄTSPOTENZIAL

Entscheidend für die Erschließung dieser Produktivitätsreserven sei eine ganzheitliche Beratung. „Man muss verstehen, dass ein Frä-, Schleif- oder Trennprozess verschiedene Parameter hat, die aufeinander abgestimmt werden müssen: Das zu bearbeitende Material, die Bearbeitungsaufgabe, das Werkzeug und der geeignete Antrieb.“ Diese Dinge müssten harmonieren, damit ein Prozess wirtschaftlich ablaufe.

Pferd Tools besitzt in dieser Hinsicht nicht nur Expertise, sondern auch eine Alleinstellung im Markt: Kein anderer Hersteller biete Werkzeug und Antrieb, in Verbindung mit dem Anwendungswissen aus über 225 Jahren Praxis, aus einer Hand. Dieses Wissen stellt Pferd Tools auch seinen Handelspartnern zur Verfügung, um über die damit erzielte Beratungskompetenz die Position des Fachhandels zu stärken und die Kundenbindung zu vertiefen. Für die Vermittlung spielen die Pferd Tools Academy und Tandembesuche von



Tobias Zipperer, Produktmanager für Werkzeugantriebe beim Hersteller von Werkzeugen für die Oberflächenbearbeitung und zum Trennen von Materialien Pferd Tools.

technischem Außendienst des Herstellers und dem Außendienst des Handels entscheidende Rollen. Jedes besuchte Seminar in Marienheide und jeder gemeinsame Besuch beim Kunden stärken die jeweilige Kompetenz der Beratenden im Handel.

Die Kundinnen und Kunden bestätigten immer wieder, dass meist ein einziges Gespräch oder ein einzelner Test genüge, um wesentliche Verbesserungen zu erzielen. Dabei gehe es auch nicht nur um Produktivität, unterstreicht Tobias Zipperer. „Wir sehen zunehmend Interesse auch im Bereich der Ergonomie Verbesserungen zu erzielen, etwa eine Reduzierung von Vibration, Lärm oder Staub. Und auch das können wir meist erreichen.“ Zum Beispiel sind beim RCK die Vibrationen und insbesondere die Geräuschentwicklung





„Performance. Produktivität. Präzision.“ Das verspricht Pferd Tools zu seinem neuen SCT-Programm. (Fotos: Pferd Tools)



Optimiert für anspruchsvolle Werkstoffe - Performance-Programme für die Zerspanung von nichtrostenden Stählen und Aluminiumlegierungen.

Neues Vollhartmetallwerkzeug-Programm für das Fräsen und Bohren

Neben dem umfassenden Programm an Werkzeugen für die Oberflächenbearbeitung und zum Trennen bietet Pferd Tools jetzt ein Produktpotfolio um Vollhartmetallwerkzeuge (VHM) für die Zerspanung auf Bearbeitungszentren. Mit dem Aufbau des VHM-Werkzeugprogramms kann Pferd Tools die Produktionsprozesse der Anwenderinnen und Anwender noch ganzheitlicher betreuen. Das Angebot an VHM-Werk-

zeugen umfasst zwischenzeitlich annähernd 600 Artikel, zwei werkstoffoptimierte Performancelinien für anspruchsvolle Anwendungen in der Zerspanung auf nichtrostenden Werkstoffen und NE-Metallen sowie eine leistungsstarke Universallinie für das Fräsen und Bohren. Alle Werkzeuge entstammten den Pferd Tools-Kompetenzzentren in Deutschland, der Schweiz und in Italien und sind allesamt „Made in Europe“.

Natürlich setzt Pferd Tools mit dem neuen Programm an Vollhartmetallwerkzeugen auch auf gemeinsames Wachstum mit dem Handel. Dr. Ina Terwey-Scheulen, Direktorin Global Marketing, Productmanagement & Pferd Tools Academy: „Für unsere Handelspartnerinnen und -partner schafft dies zusätzliche Umsatzpotenziale bei bestehenden, aber auch Ansatzpunkte für Geschäft bei neuen Kundinnen und Kunden. Auf dem gemeinsamen Weg, der Problemlöser für die Prozessschritte der Oberflächenbearbeitung, des Trennens und des Zerspanens zu werden, sind wir durch dieses neue Programm einen großen Schritt vorangekommen.“



geringer. Und weil das schon bei der ersten Anwendung spürbar ist, empfiehlt es sich, zum Beratungsgespräch gleich ein Vorführgerät mitzunehmen. Auch dabei unterstützt übrigens Pferd Tools seine Handelspartner.

Pferd Tools hat zum Thema „Drehzahl- und Prozessoptimierung“ einen ebenso für die Beraterinnen und Berater im Handel wie für Anwenderinnen und Anwender interessanten „Leitfaden zur Produktivitätssteigerung“ herausgegeben, der viele Fragen beantwortet und aufzeigt, wie mit der Anpassung einer einzigen „Stellschraube“ Produktivitätsreserven erschlossen und damit Zeit und Geld gespart werden können. Der Leitfaden ist als Download verfügbar auf der Webseite von Pferd Tools oder unter dem nebenstehenden QR-Code. ■

Auf die richtige Kombination von Werkzeug und Antrieb kommt es an: Mit der korrekten Drehzahl gelingt die Prozessoptimierung. (Fotos: Pferd Tools)



Collomix

XQ SERIES

NEU

**FÜR KONSTANTE QUALITÄT
IN IHREN MISCHUNGEN**

Die neuen XQ Rührwerke
Damit Sie richtig gut mischen!

WWW.COLLOMIX.COM

QR codes for more information.

NEUES FÜRS BOHREN, TRENNEN UND SÄGEN

Zubehör für die Effektivität

Zunehmend spielt das Thema Akku auch bei den Zubehören eine Rolle: Durch die gestiegene Leistungsfähigkeit nicht nur der mobilen Energielieferanten, sondern auch durch die gestiegene Leistungsfähigkeit des Zubehörs können immer mehr Arbeiten kabellos ausgeführt werden. Dafür setzen die Zubehörhersteller bei ihren Werkzeugen für das Bohren, Trennen oder Sägen auf mehr Effektivität, Funktionalität und die Fokussierung auf spezialisierte Verwendungsbereiche. Einige Neuheiten im Detail.

Die hohe Kompetenz im Bereich des Elektrowerkzeug-Zubehörs von Heller Tools spiegelt sich auch im neuen HSS-CO Stepstar wider. Der neue Metallbohrer mit dem Dreikantschaft bietet deutliche Vorteile gegenüber herkömmlichen Standardbohrern. Der Stepstar von Heller Tools zeichnet sich durch seine außergewöhnliche Geschwindigkeit und Präzision aus und ermöglicht ein punktgenaues Anbohren – ganz ohne Vorbohren. Dies reduziert nicht nur die Arbeitszeit erheblich, sondern sorgt gleichzeitig auch für eine minimale Gratbildung am Bohrungsrund und garantiert somit besonders saubere Ergebnisse.

Ein wesentliches Merkmal des HSS-CO Stepstar ist der Dreikantschaft ab 5 mm Durchmesser, der für optimalen Halt im Bohrfutter sorgt. Gefertigt aus hochgegittertem HSS-Co 5% gemäß DIN 338, garantiert Hellers Stepstar eine besondere Widerstandsfähigkeit und lange Lebensdauer. Die hochwertige TiN-Beschichtung sorgt zusätzlich für eine verbesserte Oberflächenhärtung und eine optimierte Wärmeresistenz. Dadurch bleibt die Leistungsfähigkeit der Bohrer auch unter extremen

Bedingungen erhalten. Besonders vorteilhaft: Der HSS-CO Stepstar eignet sich ideal für den Einsatz in handgeführten Akkubohrmaschinen.

SCHLAGFESTE HOCHLEISTUNGSBOHRER

Das innovative, schlagfeste Design macht die Impulzor Linie von Alpen zum idealen Partner für die leistungsstarken Schlagschrauber von heute. Dank ihrer extremen Belastbarkeit, passgenauen Aufnahme und präzisen Verarbeitung sind sie die erste Wahl für alle, die mit Schlagschraubern arbeiten. Die neue Boherreihe garantiert höchste Bruchfestigkeit selbst bei hohem Drehmoment und kraftvollen Impulsen. Ein optimierter Härteprozess steigert nicht nur die Performance, sondern hält auch der Torsion stand.

Der Impulzor Uni ist für unterschiedliche Materialien wie Holz, Metall, Kunststoff oder Mauerwerk und damit ideal beispielsweise bei der Fenstermontage oder im Innenausbau. Dank seiner Schlagfestigkeit ist er der perfekte Begleiter für Montagearbeiten mit Schlagschraubern. Gerade im Holzbau ist der Schlagschrauber das Werkzeug der Wahl und hier fühlt sich unser Impulzor Wood wie zu Hause. Maximale Schlagfestigkeit, höchste Präzision und ein schneller Maschinenwechsel dank 1/4" Sechskantschaft machen ihn zum praktischen Partner für jede Holzbaustelle. Der Impulzor Metal ist ein schlagfester Spiralbohrer für schnellen Bohrfortschritt und handgelenkschonendes Arbeiten in Metall. Durch seine hohe Elastizität, die präzise Ausspitzung und die Schlagfestigkeit ist der Impulzor Metal perfekt für den handgeföhrten Bohreinsatz in legierten und unlegierten Stählen.

LEISTUNGSSTARK OHNE STAUB AUFZUWIRBELN

Fischer bringt mit dem neuen FHD II Hohlbohrer eine weiterentwickelte Lösung für das staubfreie Bohren und gleichzeitige Reinigen von Bohrlöchern auf den Markt. Die Absaugung des Bohrmehs direkt am Entstehungsort schützt die Gesundheit der Anwender und sorgt dafür, dass Anker ihre zugesicherten Tragfähigkeiten erreichen – Fehler durch manuelles Reinigen entfallen.

Die zweite Generation des Fischer Hohlbohrers überzeugt mit mehr Effizienz, Flexibilität und Langlebigkeit. So erhöht der neue massive Hartmetallkopf die



Standzeiten – insbesondere bei Armierungstreffern. Zudem lässt sich der FHD II werkzeuglos zerlegen, was Reinigung, Wartung und Teiletausch vereinfacht.

Mit seinem Absaugbohrsystem an der Bohrspitze und seiner zylindrischen Ummantelung saugt der FHD II den Staub direkt am Entstehungsort ab und reinigt Bohrlöcher professionell. So erhöht sein Einsatz die Sicherheit und Effizienz bei der zulassungskonformen Montage mechanischer Anker mit entsprechender Europäisch Technischer Bewertung (ETA). Der FHD II ermöglicht eine enorme Zeiteinsparung im Vergleich zur Montage von Ankern mit herkömmlichen Bohrern.

Die neue Generation des Fischer Hohlbohrers überzeugt zudem mit mehr Komfort und Flexibilität bei der Anwendung. Die Anschlussmöglichkeit üblicher SDS Plus / SDS Max Bohrhämmer sorgt für vielfältigen Einsatz. Zwei neue wechselbare Konnektoren sind mit allen Bohrgrößen kompatibel: der FHD II C wird für die SDS Plus Ausführung und Boherdurchmesser von 12 bis 20 mm eingesetzt; der FHD II Max C für die SDS



Verpackt in einer robusten Heavy-Duty Box, überzeugt der Metallbohrer Stepstar nicht nur technisch, sondern auch durch praktische Handhabung, sichere Aufbewahrung und einfachen Transport. (Fotos: Heller Tools)



Durch den Einsatz des Hohlbohrers FHD II erübrigen sich die Bohrlochreinigung und das Säubern der Baustelle. Anwender sparen enorm viel Zeit und schützen sich vor Stäuben, die beim Bohren, Ausblasen und Ausbürsten entstehen. Fehler beim Reinigen werden vermieden – die Anker erreichen ihre zugesicherten Tragfähigkeiten. (Foto: Fischer)

Erhältlich in zahlreichen Ausführungen, von Ø160 bis Ø450 mm, mit unterschiedlichen Bohrungen und Segmentgrößen – Hanter bietet die DSX Mach 3 in 14 Varianten an. (Foto: Hanter)

Max Versionen im Durchmesserbereich 20 bis 32 mm verwendet. Dies ermöglicht eine flexible Nutzung und maximiert die Vielseitigkeit im Baustellenalltag. Die Konnektoren FHD II C und FHD II Max C sind mehrfach verwendbar und über die Lebenszeit von bis zu sieben Bohrern hinweg einsetzbar. Bei einer Verstopfung lässt sich der FHD II außerdem einfach auseinanderbauen und reinigen. Ausfallzeiten werden minimiert.

Der massive Hartmetallkopf mit vier Schneiden garantiert eine hohe Standzeit und sehr gute Leistung

besonders in Stahlbeton – ideal für den wirtschaftlichen Einsatz. Verschleißmarken am Bohrkopf kennzeichnen die PGM-Verschleißgrenze und Bohrertoleranz für die Verankerung. Die Zentrierspitze garantiert die präzise Positionierung und verhindert ein Verlaufen auf glatten Oberflächen. Das PGM-Qualitätssiegel für zulassungskonforme Bohrlöcher nach den Vorgaben der Prüfgemeinschaft Mauerbohrer e.V. (PGM) gewährleistet eine präzise Bohrlocherstellung für sichere Befestigungen.

Der Hohlbohrer ist in den Durchmessern 12 bis 32 mm und in den Arbeitslängen 200 bis 400 mm erhältlich. Die Berufsgenossenschaft der Bauwirtschaft (BG BAU) fördert die Anschaffung des FHD II mit bis zu 50 Prozent der Investitionskosten, maximal mit einem Zuschuss in Höhe von 200 Euro pro Gerät.

NEUER BOHRER-SENKER-SATZ FÜR DEN TERRASSENBAU

Mit dem neuen Bohrer-Senker-Satz für Terrassendienstleisten erweitert die Famag-Werkzeugfabrik ihr Sortiment um eine praxisorientierte Lösung für den anspruchsvollen Holzbau. Der Satz wurde speziell für die Verarbeitung von Hartholz entwickelt und ermöglicht exakte Bohrungen, saubere Senkungen und gleichmäßige Schraubensitze.

Der Bohrer-Senker-Satz kombiniert einen HSS-Spiralbohrer mit Vorschneider und Zentrierspitze mit einem hartmetallbestückten Senker. Das Ergebnis sind saubere, ausrißfreie Bohrlöcher. Durch die präzise Tiefeinstellung und den 60° Senkwinkel wird ein professionelles Ergebnis mit minimalem Aufwand erreicht.

Ein besonderes Highlight ist der kugelgelagerte Tiefenanschlag mit Tiefenskala. Dadurch wird eine exakte Kontrolle der Senktiefe erreicht, ein Verhaken und Abdrücke auf dem Holz werden wirksam verhindert und durch den 1/4"-Bitschaft ein schneller Werkzeugwechsel und eine sichere Aufnahme erzielt.



Erhältlich ist der Satz in den Durchmessern 3, 4 und 5 mm, passend für gängige Schraubengrößen im Terrassenbau. Sowohl Einzelkomponenten als auch ein komplettes Set können erworben werden.

EFFIZIENT DURCH DÄMMSTOFFE

Mit den neuen DSX Mach 3 bringt Hanter Diamantwerkzeuge eine leistungsstarke Lösung für das Schneiden von Holzfaser-Dämmstoffen und Mischmaterialien auf den Markt. Die Trennscheibe überzeugt durch ihre Vielseitigkeit, ihr durchdachtes Design und ihre enorme Standzeit.



Mit dem neuen Bohrer-Senker-Satz von Famag können Fachbetriebe ihre Arbeitsprozesse optimieren und ein makelloses Ergebnis erzielen. (Foto: Famag)

Die DSX Mach 3 ist speziell für die Bearbeitung von modernen Dämmmaterialien entwickelt worden. Dank vakuumgelöter Hartmetallsplitter schneidet sie zuverlässig selbst durch harte Holzfaserdämmstoffe und anspruchsvolle Mischmaterialien. Durch die feine Spanbildung wird dabei ein Verstopfen des Auswurfs verhindert – für saubere, unterbrechungsfreie Schnitte.

Geeignet ist die Trennscheibe unter anderem für Holzfaser-Dämmstoffe (hart & weich), Mischmaterialien und Putzträgerplatten, Sauerkrautplatten (Leichtträgerplatten), PU-, EPS-, XPS- und PIR-Dämmstoffe.

Die DSX Mach 3 wurde für den Trockenschnitt ent-

wickelt und ist ideal geeignet für den Einsatz mit Akku-Handkreissägen – perfekt für den flexiblen Baustellen-einsatz ohne Einschränkung der Leistung.

SPEZIALIST FÜR ABBRUCH UND DEMONTAGE

Mit dem Demolition Beast erweitert die MPS Sägen GmbH aus Wasserliesch bei Trier ihre Profi-Line um ein besonders robustes Säbelsägeblatt für härteste Einsätze im Bau- und Handwerksbereich. Das Bimetallblatt wurde für Abbruch-, Sanierungs- und Demontagearbeiten entwickelt und kombiniert maximale Stabilität mit hoher Schnittleistung – selbst bei Materialien, die Holz, Metall und Verbundstoffe in sich vereinen.

Das Demolition Beast ist mit einer Materialstärke von 1,57 mm besonders widerstandsfähig und bietet deutlich mehr Stabilität und Laufruhe als herkömmliche Säbelsägeblätter. Diese zusätzliche Steifigkeit minimiert Vibratoren, erhöht die Lebensdauer und sorgt für präzise Schnitte, auch bei groben Arbeiten. Die

variable Zahnteilung von 4,2 – 6,3 mm ermöglicht eine effiziente Spanabfuhr und ein schnelles, kraftvolles Schneidverhalten – ideal für den zügigen Rückbau oder das Durchtrennen von Bauelementen mit Nägeln, Schrauben oder Metalleinlagen.

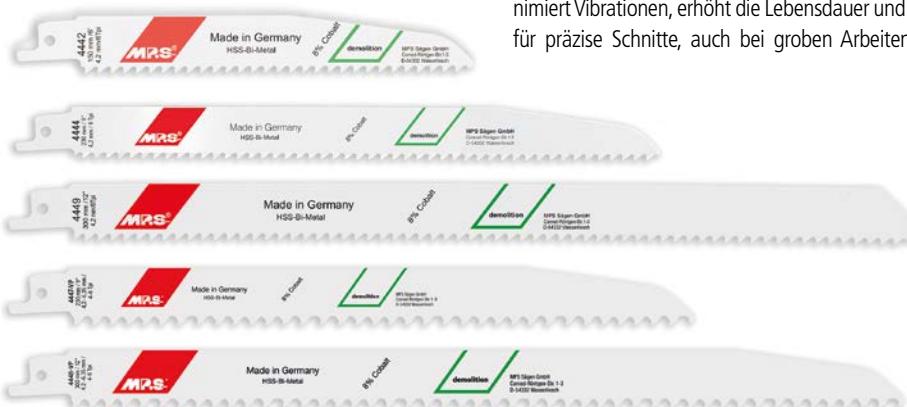
Dank der Bimetall-Konstruktion mit Kobaltzusatz überzeugt das Sägeblatt durch erhöhte Härte, Hitzebeständigkeit und Verschleißfestigkeit. Das Ergebnis: konstante Schnittleistung selbst bei längeren Einsätzen und anspruchsvollen Materialien.

Der universelle Schaft macht das Blatt mit nahezu allen gängigen Säbelsägen kompatibel. Mit dem Demolition Beast präsentiert MPS ein Werkzeug, das seinem Namen alle Ehre macht: kraftvoll, langlebig und präzise – entwickelt für Profis, die im rauen Arbeitsalltag auf maximale Leistung und Standzeit angewiesen sind.

SPLITTERFREI AUF BEIDEN SEITEN DES WERKSTÜCKS

Das patentierte Double Clean von MPS ist ein innovatives Stichsägeblatt für professionelle Anwenderinnen und Anwender im Handwerk, das speziell für Anwendungen entwickelt wurde, bei denen höchste Schnittqualität und Präzision gefragt sind, etwa im Möbel- und Innenausbau, bei Küchenmontagen, im Laden- und Messebau sowie im Schreiner- und Tischlerhandwerk. Überall dort, wo beschichtete Platten, hochwertige Oberflächen oder Küchenarbeitsplatten verarbeitet werden, spielt das Double Clean seine Stärken aus.

MPS Demolition Beast – das extra starke Bimetall-Säbelsägeblatt für Abbruch, Sanierung und Demontagearbeiten. (Fotos: MPS)



Kampagne für Werkzeug und Zubehör

Du liebst Mafell. Deine Maschine auch. Mit diesem Claim bewirbt Mafell die Kampagne Mafell Original in sozialen Medien und mit Online-Push-Maßnahmen in den führenden Fachmedien für Tischler/Schreiner und Zimmerer in der DACH-Region. Mit direkter, emotionaler Ansprache wird der Nutzen der Werkzeuge und des Zubehörs von Mafell adressiert: Entscheide dich für das Original.

Die Käufer und Verwender von Elektrowerkzeugen und Zimmereimaschinen von Mafell haben eine starke emotionale Bindung zu den Produkten und zu der Marke. „Mafell ist ein Love-Brand“, sagt Michael Haller, Leiter Marketing Services von Mafell. Entsprechend ist die Kampagne aufgebaut. Diese soll vermitteln, dass nur mit Mafell Original-Werkzeugen und -Zubehör die maximale Leistung genutzt werden kann.

Zielsetzung ist es, für den Handel kommunikative Touch-Points für die Ersatzbeschaffung von Verschleißartikeln wie Kreis- und Stichsägeblättern und den Zusatzverkauf für ergänzendes Zubehör zu schaffen. Im Fokus steht zudem Zubehör für ikonische Produkte wie die Mafell Nutfräse NFU 50, der DuoDübler DDF 40, die Unterflur-Zugsäge Erika und die Führungsanschläge und -schienen. „Die Handwerker sind stolz, mit einer Mafell zu arbeiten“, weiß Michael Haller. Deshalb werden auch hochwertige Transporttaschen für Elektrowerkzeuge und Schienen angeboten.

PATENTIERTE SÄGEBLATTGEOMETRIE

Besonders im Fokus stehen die neuen Sägeblätter GT für Kreissägen und Akku-Kreissägen. Die Zähne arbeiten in Gruppen zu je fünf oder sieben Zähnen zusammen. Rechts und links schneiden jeweils die Wechselzähne. Der Flachzahn räumt die Schnittfuge. Die patentierte Zahnanordnung erzeugt eine hohe Schnittqualität, für die ein herkömmliches Sägeblatt mehr Energie braucht. Die ungleiche Anordnung der Zähne stabilisiert das Sägeblatt und verhindert das Aufschwingen. Dank der Wolframcarbid-Hartmetalllegierung sind die Sägeblätter GT zudem besonders langlebig.

Für die neuen Kreissägeblätter GT und die Stichsägeblätter Cunex hat Mafell eine neue Verpackung entwickelt. Die Verpackungen bestehen aus robuster Pappe mit hohem Recyclinganteil. Diese sind reduziert im Design und nur in Schwarz bedruckt. Die Verpackungen schützen nicht nur beim Versand, sondern sind clevere, wieder verwendbare Aufbewahrungs- und Transportlösungen.

Clever, formschön und nachhaltig: Für die neuen Kreissägeblätter GT und die Stichsägeblätter Cunex hat Mafell eine neue Verpackung entwickelt. (Foto: Mafell)





MPS Double Clean Stichsägeblätter – die patentierte Lösung für beidseitig splitterfreie Schnitte bei beschichteten Platten und Küchenarbeitsplatten.

Das Besondere am Double Clean ist sein beidseitig splitterfreier Schnitt. Während herkömmliche Stichsägeblätter meist nur an der Oberseite ein sauberes Schnittbild liefern, sorgt die einzigartige Zahngestaltung des Double Clean dafür, dass Materialober- und -unterseite gleichmäßig glatt bleiben. Dadurch entfällt zeitaufwendiges Nacharbeiten oder Kantenbrechen – ein entscheidender Vorteil bei sichtbaren Flächen oder passgenauen Montagearbeiten.

Das Sägeblatt ist in zwei Längen erhältlich und für alle gängigen Stichsägen mit T-Schaftraufnahme geeignet. Seine präzise geschliffenen Zähne ermöglichen saubere, schnelle und kontrollierte Schnitte, selbst in anspruchsvollen Materialien wie Span-, MDF- oder beschichteten Platten. ■

Abzieher in praxisgerechten Sets

Effizienz beginnt mit Ordnung – besonders, wenn es um anspruchsvolle Montage- oder Wartungsarbeiten geht. Stahlwille bietet Abzieher-Werkzeuge jetzt in praxisgerechten Sets an, die optimal aufeinander abgestimmt und sofort einsatzbereit sind. Jedes Set kombiniert hochwertige Abzieher mit dem passenden Zubehör, übersichtlich angeordnet und sicher verstaut in einer robusten L-Boxx.

Die Abzieher-Sortimente von Stahlwille decken ein breites Einsatzspektrum ab – vom Außen- und Innenabziehen über Trennvorrichtungen bis hin zu Komplettsets für den professionellen Werkstatteinsatz. Je nach Anforderung stehen unterschiedliche Zusammenstellungen zur Verfügung, die den Bedarf von Instandhaltung, Service oder Produktion gezielt abdecken. Damit ist das passende Werkzeug immer griffbereit – ohne langes Suchen oder Improvisieren.

In der L-Boxx werden vier Varianten angeboten – drei Innenauszieher-Sets mit sechs, neun sowie zwölf Teilen und ein Trennvorrichtungssortiment, jeweils mit dem passenden Zubehör. Die Box aus schlag- und stoßfestem ABS-Kunststoff schützt die Werkzeuge zuverlässig und sorgt gleichzeitig für perfekte Ordnung. Dank des integrierten Klicksystems lassen sich mehrere Boxen sekundenschnell verbinden und trennen.

Für Sicherheit und Übersicht in der L-Boxx sorgt das Stahlwille Tool Control System (TCS). Die passgenau gefertigten TCS-Matten fixieren jedes

Werkzeug an seinem Platz und verhindern Beschädigungen oder Verluste. Die klare Struktur erleichtert die Kontrolle über Vollständigkeit und Einsatzbereitschaft – ein entscheidender Vorteil im industriellen Alltag und überall dort, wo Effizienz und Präzision gefordert sind.

Alle Abzieher-Werkzeuge von Stahlwille werden in Deutschland entwickelt und gefertigt. Das Prädikat Made in Germany steht hier für höchste Fertigungsqualität, präzise Verarbeitung und lange Lebensdauer.

In der L-Boxx werden vier verschiedene Zusammenstellungen mit Abzieher-Werkzeug angeboten – drei Innenauszieher-Sets mit sechs, neun sowie zwölf Teilen und ein Trennvorrichtungssortiment, jeweils ergänzt um passendes Zubehör. (Foto: Stahlwille)



VORSCHAU ► PROFIBÖRSE 1/2026

Licht für Baustelle und Werkstatt

Dass für die helle Ausleuchtung auf der Baustelle oder bei der Montage keine Stromkabel mehr ausgerollt und – inklusive Gerangel um die letzte freie Steckdose – angeschlossen werden müssen, liegt, wie so oft bei der kabellosen Baustelle, an der kontinuierlichen Verbesserung der Akkuleistungsfähigkeit. Aber es liegt in diesem Fall nicht allein daran. Denn auch die Lichttechnik insbesondere durch den Einsatz von LEDs hat sich immer weiter verbessert. In der nächsten Ausgabe der ProfiBörse steht dieses dynamische Produktsegment im Rampenlicht.



FOTO: SCANGRIP

Die ProfiBörse 1/2026 erscheint am 25. Februar 2026

DIE PERFEKTE KOMBINATION

Seit über 25 Jahren informiert die **ProfiBörse** ihre Leserinnen und Leser über handelsrelevante Themen aus dem Umfeld des PVH, des technischen Handels und des Fachhandels: fundiert, vernetzt, strategisch.

Dazu widmet sich **Wear@Work** 2x im Jahr intensiv dem Themenbereich Berufsbekleidung, PSA und PSAgA. Damit erhalten die Leserinnen und Leser detaillierte Informationen zu diesem interessanten Sortimentsbereich.

Profibörse 2/2026 erscheint zusammen mit **Wear@Work 1/2026** am 24.04.2026.
Jetzt schon buchen – Anzeigenschluss ist der 31.03.2026

Bleiben Sie umfassend informiert – mit dieser perfekten Kombination.

The collage includes several magazine covers and advertisements:

- PROFI BÖRSE** (31. JAHRGANG - NR. 3/2025): Shows a worker using a power tool. Headlines include "VIELSEITIG", "NEU", and "EFFIZIENTER". Advertisements for **LUKAS** and **PSG & PSR SELBSTSPANNENDE SCHLEIFBLÄTTER**.
- PROFI BÖRSE** (31. JAHRGANG - NR. 4/2025): Shows a construction worker standing next to scaffolding. Headline: "Qualität und Stabilität auf jeder Ebene". Text: "Sicherheit. Made in Germany".
- WEAR@WORK** (AUSGABE HERBST 2024): Shows workers in safety gear. Headline: "HOTSPOT HANDEL BERUFSBEKLEIDUNG UND PSA". Advertisements for **Milwaukee** (PERSÖNLICHE SCHUTZ-AUSRÜSTUNG) and **VON KOPF ZEIGEN** (HIGH-TECH FÜR PERFEKten KOMFORT).
- WEAR@WORK** (AUSGABE HERBST 2025): Shows a worker's legs in safety gear. Headline: "HOTSPOT HANDEL BERUFSBEKLEIDUNG UND PSA". Advertisements for **HIGH-TECH FÜR PERFEKten KOMFORT**.
- DASSY** (Bestens aufgestellt): Shows workers in safety gear working outdoors. Headline: "Mit den Wiha Werkzeugsortimenten jeder Aufgabe gewachsen".
- Milwaukee** (PERSÖNLICHE SCHUTZ-AUSRÜSTUNG): Shows a worker wearing Milwaukee safety gear.