

# stil & markt

IHR HANDELSMAGAZIN RUND UMS WOHNEN, KOCHEN UND SCHENKEN

## Neues

rund ums Kochen  
und Speisen

## Fokusthema

Nachhaltigkeit





Anzeigen- und Redaktionsschluss:  
13. September  
Erscheinungstermin:  
11. Oktober



# it's Showtime!

**Gerne bieten wir Ihnen  
und Ihren Neuheiten unsere Bühne -  
mit der zweiten Ausgabe  
BRAND NEWS by stil & markt.**

**Diese Themen erwarten Sie:**  
Produkte und Geschenkideen  
rund ums Fest der Feste  
Weihnachtliche Deko-Trends

Wollen Sie mit Ihren Neuheiten eine tragende Rolle in BRAND NEWS by stil & markt übernehmen? Unser Mediberater schneidert Ihnen gerne ein passgenaues Angebot.

### Kontakt

Hans-Christoph Einwag  
hans-christoph.einwag@meisenbach.de  
Tel.: +49 951 861-105

# Kult- marken in Turbulenzen

Editorial



**Liebe Leser,**

erst Weck, dann Römertopf: Die Nachricht vom Insolvenzantrag dieser Traditionsunternehmen sorgte in der Branche wie bei Verbrauchern gleichermaßen für Bestürzung. Verständlich, sind doch beide Marken für viele von uns Kult. Zumal sie auch für etwas stehen, das aus unserem Leben kaum mehr wegzu-denken ist: Nachhaltigkeit. Bekanntermaßen hat diese viele Facetten. Zwei davon sind das Konservieren von Lebensmitteln (der Begriff „einwecken“ hat es sogar in den Duden geschafft), idealerweise von Lebensmitteln aus dem eigenen Garten, und die Verwendung eines Kochgeschirrs, das aus natürlichen Materialien besteht und noch dazu Made in Germany ist.

**„Die Suche nach  
Investoren hat begonnen.“**

Leider ist die Herstellung sowohl der Weck-Gläser als auch der Ton-töpfe aus dem Westerwald äußerst energieintensiv und damit deut-lich teurer geworden. Dabei ist das Interesse der Konsumenten zumindest an ersteren ungebrochen, ja sogar gestiegen, wie der „Spiegel“ wenige Wochen nach Bekanntwerden der finanziellen Schwierigkeiten berichtete. Für beide Firmen, Weck wie Römertopf, wird nun ein Investor gesucht. Verbunden sind die Aktivitäten mit der Hoffnung, die jeweilige Marke erhalten zu können. Römertopf-Geschäftsführer Frank Gentejohann stellte im Gespräch mit stil & markt klar, dass ein alleiniger Verkauf der Markenrechte für ihn nicht in Frage komme. Sein Ziel ist, auch die Produktion und damit die Arbeitsplätze am Standort Ransbach-Baumbach erhalten zu können (mehr dazu lesen Sie auf S. 14). Ich drücke ihm und allen Beschäftigten die Daumen, dass das klappt!

Ihnen wünsche ich nun eine informative Lektüre der vorliegenden Ausgabe. Es geht um Neues rund ums Kochen und Backen, scharfe Helfer in der Küche, stilvolles Besteck und nicht zuletzt um Nachhaltig-keit.

*Sabine Stenzel*

**Sabine Stenzel**

sabine.stenzel@meisenbach.de

80 YEARS  
**GEFU**®

**ALL  
IN One**

Frischhaltedose  
**PROVIDO**

Frischhalten  
Aufbewahren  
Einfrieren  
Erwärmen  
Mitnehmen



Produktfilm



**BESUCHEN  
SIE UNS!**

**EK Live**  
Bielefeld,  
20. – 22. Sept. 23



**GEFU – Entdecke Deine  
Kochkunst.**



Wie der Handel Potenziale für mehr Nachhaltigkeit erschließen kann, erläutert Gastautor Markus Adler auf den Seiten 16 und 17.

© tonefotografia/Stock.com



In den „Jungle“ entführen unsere Designgeschichten über das gleichnamige Besteck von Sambonet auf den Seiten 22 und 23.

## Im Handel

- 12** Nachgefragt: Inwiefern handeln Sie nachhaltig?
- 13** Elektro-Recycling: Verbraucher mit großem Unwissen
- 14** Im Fokus: Insolvenz von Römertopf
- 15** Lotte Franch wird neue CEO von Rosenthal
- 15** IFA mit neuem Geschäftsführer
- 16** Gastbeitrag: ESG im Einzelhandel: Nachhaltig zum Erfolg
- 18** Zukunft des Einkaufens: Ansiedlung findet statt – Matching-Plattform für Immobilien
- 19** Bewerben Sie sich für den gja!
- 20** Lorey kommt nach Hanau
- 20** Best Practice: Stuttgarter Einzelhändler – Gelungene Kooperation

## Fürs Sortiment

- 6** Blickfang
- 8** Magazin
- 10** Newcomer
- 22** Designgeschichten: Sambonet x Gianni Cinti und „Jungle“
- 24** Titelstory: FLSK – Zurück zur Natur
- 26** In der Küche
- 36** Im Esszimmer
- 37** Auf Tour



Neue Produkte rund ums Kochen und Backen stellen wir ab Seite 26 vor.



Scharf, schnittig und schick wird es ebenfalls ab Seite 26.

## Auf den Messen

- 38** Vor den Messen: creative salzburg – Ordern in Salzburg
- 38** Vor den Messen: Interview mit gfu-Geschäftsführerin Dr. Sara Werneke: IFA: „Der Ort, an dem die Welt zusammenkommt“
- 39** Vor den Messen: Mehr Küche & mehr Genuss auf der Herbst-Cadeaux
- 39** Vor den Messen: Die EK lädt zur Hybridmesse
- 40** Nach den Messen: TrendSet Sommer: Stabiler Anker für die Branche



Neue Maßstäbe in Sachen nachhaltiger Lifestyle, Funktionalität und Ästhetik will FLSK mit seiner Kollektion „ReNature“ setzen. Was die „Next Gen“ der Trinkflaschen und Coffee to go-Becher auszeichnet, lesen Sie auf den Seiten 24 und 25.



## Im Heft



Unsere Berichte von und über die jüngsten Messen finden Sie ab Seite 38.

- 40** Nach den Messen: So war die Sommer-Nordstil
- 41** Nach den Messen: So war die gardiente 2023
- 41** Nach den Messen: spoga+gafa ein voller Erfolg
- 42** Messesplitter: Stimmungsvolle Neuheitenschau

## Aus den Unternehmen

- 46** Im Porträt: Braukmann GmbH, Caso Design – Für alle, die genießen
- 48** Interview mit Thimo Braun von der Karl Weis u. Cie. GmbH: „Klare Ausrichtung am Fachhandel“
- 49** Kostbar Handel & Vertrieb: Exklusives Fachhandelssortiment



Auf den Seiten 46 und 47 stellen wir Caso Design und seine Gründer vor.

## Für Sie

- 50** Vorschau/Impressum
- 51** Vernetzt

KÜCHENPROFI



*Mit Freude Vorbereiten  
und backen.*

KOLLEKTION  **BAKE**

KÜCHENPROFI GmbH  
Höhscheider Weg 29 · 42699 Solingen · Germany  
www.kuechenprofi.de