

# SPOTLIGHT

Frühjahr / Sommer 2024

**Bns** INTERNATIONAL  
CONNECTING VALUES

Wie jedes Jahr können wir es kaum erwarten, dass die Tage endlich wieder länger und wärmer werden. Keine dicken Jacken, keine Mützen, keine gefütterten Boots mehr – stattdessen leichte Blousons und Sneaker und ja, die fast schon totgeglaubten Ballerinas werden wieder aus dem Winterschlaf geholt. Der Frühling kommt mit all seinen Farben. Jetzt stehen Pastellfarben,

insbesondere Flieder, Rosa, Gelb, Grün, Orange und Blau sowie Metallic-Akzente im Mittelpunkt – ganz nach dem Motto „Ein bisschen Farbe und Glitzer hat noch niemandem geschadet“. Und damit unsere Schuhe ihren Glanz auch ganz sicher nicht verlieren, heißt es wie immer: die richtige Schuhpflege macht's. Unser Solitaire Metallic Fashion Spray pflegt alle metallischen Materi-

alien. Mehr zu diesen und weiteren Produkten, zu Neuheiten, Produktänderungen und Impulsen lesen Sie in dieser Ausgabe der SPOTLIGHT. Starten Sie erfrischt und farbenfroh in den Frühling.

*Isabel Krischer*



## OUT OF THE BOX

### RESPEKT

Respekt ist ein menschliches Grundbedürfnis und bezeichnet Wertschätzung und Achtung gegenüber Menschen, Institutionen oder auch der Natur. Respekt äußert sich durch Höflichkeit, Anerkennung und Toleranz. Wir alle möchten als eigenständige Person wahrgenommen und geschätzt werden. Brüllende



Chefs, lästernde Kollegen:innen oder lieblose Partner:innen sind Beispiele für respektloses Verhalten – oft aus einem falschen Überlegenheitsgefühl heraus, wenn Menschen sich mehr wert oder wichtiger als andere fühlen. Auch Stress, Erziehung, Unwissenheit und andere Faktoren können Ursache für Respektlosigkeit sein. Verschiedene Kulturen, Gruppen oder Generationen haben ganz unterschiedliche Vorstellungen davon, was Respekt ist. Auch ändern sich Regeln manchmal im Laufe der Zeit. Legten beispielsweise ältere Menschen früher großen Wert darauf, gesiezt zu werden, ist es in sozialen Medien heute umgekehrt: das „Sie“ wird oft als distanziert und respektlos empfunden. Leider werden respektvolle Umgangsformen gerade auf Social Media oft vergessen. In manchen Gruppen steigt das Ansehen auf Social Media sogar, wenn man andere mobbt. Auch Unzufriedenheit mit sich selbst und die Anonymität im Netz fördern respektloses Verhalten: Es wird provoziert, beleidigt, getrollt und bloßgestellt was das Zeug hält – oft mit schwerwiegenden Folgen. Nicht nur dadurch fühlen sich immer mehr Menschen respektlos behandelt und pöbeln nicht selten noch härter zurück – welch Ironie!

### Was können wir selbst tun, um respektvoll miteinander umzugehen?

1. Sachlich und souverän bleiben.
2. Authentisch und ehrlich handeln.
3. Zu den eigenen Werten und Überzeugungen stehen – ohne sie jemandem aufdrücken zu wollen.
4. Leben und leben lassen, d.h. auch: Leistungen und Lebensweise anderer anerkennen, Unterschiede akzeptieren.
5. Und das Allerwichtigste: Achtung und Respekt vor sich selbst haben. Bei sich sein. Stolz darauf sein, was wir jeden Tag schaffen. Für unser Selbstbewusstsein, für mehr Freiheit und Glück.

## MUST-HAVE DER SAISON

### SOLITAIRE METALLIC FASHION

Metallic Schuhe sind voll im Trend und verleihen sogar einem schlichten Outfit das gewisse Extra. Das **Solitaire Metallic Fashion Spray** sorgt für funkelnden Glanz und pflegt alle metallisch schimmernden, glatten und „körnigen“ Oberflächen sowie Strasssteine und Nieten-Applikationen intensiv. Funktioniert ganz einfach ohne Polieren und ohne enthaltene Metallpartikel.



Artikel-Nr. 901376

### BERGAL SOFT MOVE

Es gibt sie noch, diese Überraschungsmomente. Die supersofte **Bergal-Sohle Soft Move** mit innovativer AirFlex-Stäbchenstruktur und Memory-NXT-Schaum sorgt genau dafür. Sie verfügt nicht nur über hervorragende polsternde und dämpfende Eigenschaften sowie ein angenehmes Fußklima, sondern schafft maximalen Sofort-Komfort und einen regelrechten WOW-Effekt. Unsere Soft Move macht alles mit und passt quasi in jeden Schuh. Ihre Kunden werden sie lieben.

Einfach mal probeweise in den Schuh legen und Kunden selbst entscheiden lassen: Diese Sohle will niemand mehr aus dem Schuh nehmen.



Artikel-Nr.: 86976

## NEUHEITEN

### STARKE SNEAKER-REINIGUNG



Artikel-Nr. 901154

Zur starken Unterstützung unseres Solitaire Sneaker Magic Cleaners gibt es nun das **Solitaire Sneaker Microfibre Cloth**, ein weiches, qualitativ hochwertiges Mikrofasertuch, einzeln gerollt und mit im Sneaker-Look gestalteter Papier-Bandrolle inkl. EAN-Code. Das formbeständige, fussel-freie Tuch eignet sich zur sanften Reinigung von Sneaker-Oberflächen, zum punktuellen Bearbeiten von Flecken, z.B. auf Textil- und Mesh-Materialien sowie zum Abnehmen von Schaumresten nach der Reinigung mit einem Reinigungsschaum. Durch die entstehenden Hohlräume bei der Herstellung kann Mikrofaser bis zu fünfmal mehr Feuchtigkeit aufnehmen als z.B. Baumwolle. Gleichzeitig gibt sie Feuchtigkeit besser an die Außenluft ab und trocknet dadurch besonders schnell. **Waschbar bis 60°C.**



### AUS BÚFALO GEL COMFORT PLUS WIRD BÚFALO SNEAKER GEL

Um ein Höchstmaß an Tragekomfort und Funktionalität sicherzustellen, setzen wir bei der Entwicklung unserer Produkte kontinuierlich auf Innovation. Die BÚFALO Gel Comfort Plus Einlegesohle wurde jetzt qualitativ verbessert, farblich erfrischt und in **BÚFALO Sneaker Gel** umbenannt.



#### PRODUKTVORTEILE

- Die Oberfläche der Einlegesohle besteht aus hochwertiger Mikrofaser, die nicht nur besonders weich, sondern auch hautfreundlich ist. Dies sorgt für ein luxuriöses Tragegefühl – Tag für Tag.
- Durch die neue Gel-Unterseite passt sich die Sohle der individuellen Fußform optimal an. Polsterung und Druckverteilung des gesamten Fußes werden auf diese Weise spürbar verbessert, Fußsohlen und Gelenke effektiv gepolstert und entlastet. Ermüdungserscheinungen beim Gehen oder Stehen werden minimiert und das allgemeine Wohlbefinden gesteigert.
- Die Kombination aus Rutschfestigkeit, Formstabilität und einer weichen Mikrofaser-Oberfläche macht die Sneaker Gel zu einer Premium-Lösung für ein neues Laufgefühl. Egal ob sportlicher Sneaker oder eleganter Business-Schuh: Die Sneaker Gel ist für jeden Schuh geeignet.



## STORYBOARD

### NACHHALTIGKEIT BRAUCHT PERSÖNLICHES INTERESSE

„Nachhaltigkeit“ - ein Begriff, der für viele nicht greifbar, sondern sogar schwammig ist. Es geht u.a. darum, Ressourcen zu schonen, indem bestehende Materialien weiterverwendet werden. Klingt erstmal sehr pauschal oder? Deshalb sprechen wir im Unternehmen auch weniger von Nachhaltigkeit als von Kreislaufwirtschaft. Zum einen versuchen wir möglichst regenerative Inhaltsstoffe zu verwenden, zum anderen achten wir in der Herstellung darauf, dass ein Produkt nach seinem Lebenszyklus möglichst mehrfach recycelt werden kann – dies gilt insbesondere für Verpackungen.

Doch wie kommt das Thema eigentlich bei unseren Partner:innen und Kund:innen an? Wir haben bei Alisha Corbé vom SABU – der Schuh & Marketing GmbH, Lisa Volk-

Winterer von Schuh Volk GmbH & Co. KG und Katja Mendel von der Sport 2000 GmbH nachgefragt. Vorneweg darf gesagt sein, dass sich alle drei Interviewpartnerinnen in einer Sache einig waren: Der Begriff Nachhaltigkeit umfasst neben ökologischen und ökonomischen auch soziale

Aspekte. Bei der Debatte um Nachhaltigkeit lassen wir letztere gern mal außer Acht,

zum Beispiel:

Wo kommt der

Schuh eigent-

dingungen gibt

haltigkeit gleich

einander. Während Alisha

Corbé und Lisa Volk der Meinung sind, dass ein nachhaltiges Produkt

natürlich teurer ist als beispielsweise ein Fast Fashion Produkt, ist Katja

Mendel der Meinung, dass dies nur auf den ersten Blick stimmt. „Wer

sich tiefer mit dem Thema beschäftigt, sieht nicht nur den Preis, der

erstmal höher ist. Er oder sie sieht auch, dass das Produkt wahrschein-

lich langlebiger als andere ist und entscheidet sich deshalb ganz be-

wusst für dieses“, sagt Katja Mendel, Retail Format Manager of Division

Outdoor bei Sport 2000.

Und trotzdem bleibt es auch eine monetäre Frage. „Nicht jeder kann sich das teure Fleisch im Gegensatz zur billigen SB-Ware leisten – aber nicht jeder möchte auf etwas verzichten. Wichtig ist, dass man

„Wie kann ich mit meinen Möglichkeiten in meinem Rahmen nachhaltig agieren?“

**Alisha Corbé**, Junior Category Managerin Shoes & Accessories SABU



lich her und welche Arbeitsbe- es vor Ort? Bei der Frage, ob Nach- teuer bedeutet, gehen die Meinungen aus-

einander. Während Alisha Corbé und Lisa Volk der Meinung sind, dass ein nachhaltiges Produkt natürlich teurer ist als beispielsweise ein Fast Fashion Produkt, ist Katja Mendel der Meinung, dass dies nur auf den ersten Blick stimmt. „Wer sich tiefer mit dem Thema beschäftigt, sieht nicht nur den Preis, der erstmal höher ist. Er oder sie sieht auch, dass das Produkt wahrscheinlich langlebiger als andere ist und entscheidet sich deshalb ganz bewusst für dieses“, sagt Katja Mendel, Retail Format Manager of Division Outdoor bei Sport 2000.

Und trotzdem bleibt es auch eine monetäre Frage. „Nicht jeder kann sich das teure Fleisch im Gegensatz zur billigen SB-Ware leisten – aber nicht jeder möchte auf etwas verzichten. Wichtig ist, dass man



sich der Sache und der enormen Bedeutung für unseren Planeten bewusst wird und sich selbstständig informiert: Wie kann ich mit meinen Möglichkeiten in meinem Rahmen nachhaltig agieren“, kommentiert Alisha Corbé, Junior Category Managerin Shoes & Accessories bei SABU. Dies ist für Endverbraucher:innen oft mit einem enormen Aufwand verbunden, stellen sich doch fast alle Unternehmen als „nachhaltig“ dar und verkaufen zum Teil teure Produkte, deren Inhalt oder Verpackung aber nicht in allen Fällen wirklich nachhaltig ist.

Hinzu kommt, dass eine Vielzahl von Umweltsiegeln aus dem Boden sprießt und kaum noch jemand durchblickt. „Deshalb wäre es auch wünschenswert, wenn der ‚Siegelwüste‘ mit derzeit 126 verschiedenen Auszeichnungen ein Riegel vorgeschoben würde

und es nur eine Handvoll Siegel gäbe, die einfach so wie transparent sind und denen Endverbraucher:innen wirklich vertrauen können. Hier ist die Politik gefragt,“ meint

Katja Mendel. „Um es unseren Kund:innen einfacher

zu machen, gestalten wir im Laden sogenannte Nachhaltigkeitsinseln. Hier kommen nur Produkte hin, von denen wir wissen, dass sie nachhaltig produziert werden. So unterstützen wir Kund:innen bei der Kaufentscheidung und sprechen dies auch aktiv an“, berichtet Lisa Volk-Winterer, Geschäftsführerin der Schuh Volk GmbH & Co. KG.

„Es wäre wünschenswert, wenn der Siegelwüste der Riegel vorgeschoben wird...“

Hier ist die Politik gefragt.“

**Katja Mendel**, Retail Format Manager of Division Outdoor bei Sport 2000



## STORYBOARD

„Unsere Kund:innen brachten schon ihre eigenen Tüten zum Einkauf mit, da gab es das ‚Tüten-Gesetz‘ in Geschäften noch gar nicht.“

Lisa Volk-Winterer, Geschäftsführerin der Schuh Volk GmbH & Co. KG



vielfältigen Herausforderungen so Alisha Corbé. „Händler müssen maßstäben Trends, einer erhöhten Preis- dem Thema Nachhaltigkeit gerecht werden. Auch im direkten Austausch mit Kunden wird deutlich, dass in der aktuellen Situation Nachhaltigkeit oftmals (leider noch) nicht als das entscheidende Kaufargument wahrgenommen wird“, sagt Alisha Corbé. Lisa Volk-Winterer weist darauf hin, dass Endkunden sich durchaus gezielt über nachhaltige Produkte infor-

Aber wie reagieren Kund:innen, wenn sie auf das Thema Nachhaltigkeit angesprochen werden?

„Der Handel hat aktuell mit zu kämpfen“, heute Gleichsinnigkeit und

mieren: „Unsere Kunden fragen nach nachhaltigen Produkten und brachten zum Beispiel ihre eigene Tüte schon zum Einkauf mit, da gab es das „Tüten-Gesetz“ in Geschäften noch gar nicht.“

Dass das Thema aber allgemein Zuspruch findet und nicht rückläufig ist, da sind sich alle drei einig. Verbraucher setzen sich ihrer Meinung nach immer mehr damit auseinander, daher sei es enorm wichtig, dass das Thema bei jedem ankommt. Am Ende sei es aber doch so: „Das persönliche Interesse muss da sein, um sich für ein nachhaltiges Produkt zu entscheiden.“

Die BNS kann die Herausforderungen des Handels sehr gut nachvollziehen. Wir sehen uns als Lieferant in der Pflicht, Nachhaltigkeit verbrauchergerecht zu thematisieren, Interesse zu wecken, Ideen zu entwickeln sowie ehrlich, klar und transparent über Produkte und Produktionsabläufe zu kommunizieren.



### NACHHALTIGE TUBEN

Schon heute sind über 70 Prozent unserer Kunststoffverpackungen aus recyceltem Plastik aus Wertstoffsammlungen wie dem Gelben Sack. Aufgrund dieser klaren Ausrichtung stellen wir im ersten Schritt die Schuhpflegecremes der Marken Solitaire, Shoeboy's und Gabor shoe care von Aluminium- auf Kunststoff-Tuben aus PE-Mono-Material um. Diese Tuben bestehen – gemäß aktueller technischer Machbarkeit – zu 80 Prozent aus Post-Consumer-Abfällen. Ein weiteres Plus: Kunststoff-Tuben haben – anders als Alu – den Vorteil, dass sie nicht aufreißen, wenn sie länger im Einsatz sind und ungleichmäßig „ausgequetscht“ werden. Unverändert bleiben die Faltschachteln um jede Tube, damit die optimale – liegende oder stehende – Platzierung im Shop wie auch das einheitliche Erscheinungsbild der Artikel weiterhin gewährleistet sind. Der Übergang von der Alu- zur PE-Tube wird fließend vollzogen.



## PRODUKT- UND SORTIMENTSÄNDERUNGEN



### BÚFALO-SOHNEN IN DOPPELGRÖSSEN

Das BÚFALO Sohlensortiment wurde weitestgehend auf Doppelgrößen umgestellt. Und obwohl die Anzahl der Einzelgrößen reduziert wird, bleibt die Vielfalt des Angebots erhalten. Doppelgrößen erlauben es, eine breite Palette von Fußgrößen abzudecken, ohne das Produktsortiment einzuschränken. Die kompaktere Platzierung sorgt für eine ansprechende Optik im Ladengeschäft, schafft mehr Freiraum für andere Produkte und verbessert die Übersichtlichkeit für Kunden. Außerdem bieten Doppelgrößen einen weiteren signifikanten Vorteil: die einfachere Anpassung an die individuellen Bedürfnisse der Kunden. Da nicht jeder Fuß exakt einer ganzen Größe entspricht, profitieren auch Kunden mit halben Größen von dieser Sortimentsanpassung.

Artikel-Nr.: 4002



### BNS-MARKEN PFAS-FREI

In der letzten Ausgabe der Spotlight berichteten wir bereits über die aktuell viel diskutierten PFAS. Die Abkürzung PFAS steht für per- und polyfluorierte Alkylsubstanzen, auch bekannt als PFC (per- und polyfluorierte Chemikalien). Diese Stoffe sind aufgrund ihrer Eigenschaften (insbesondere die der Wasser-, Schmutz- und Fettabweisung) in vielen Gebrauchsgegenständen des Alltags – vom Pizza-Karton bis zur Bekleidungstextilie – zu finden. Da PFAS in der Umwelt nur schwer oder gar nicht abbaubar sind, diskutiert die Europäische Union derzeit über weitere Einschränkungen und Verbote dieser Stoffe. Viele unserer Imprägnierprodukte sind schon – teilweise seit Jahren – PFC-frei. Mit Hochdruck haben wir in den vergan-

genen Monaten und Wochen konsequent an der Umsetzung der PFC-Freiheit aller unserer Imprägnierer, insbesondere der Imprägniersprays, gearbeitet. Die Artikel kommen nun – je nach Lagerbeständen – kontinuierlich in den Handel. Woran Sie erkennen, dass eines unserer Produkte PFC-frei ist? Am PFC-free-Siegel vorne auf dem Etikett.

Damit gehen wir nicht nur bei unseren Verpackungen, sondern auch bei Rohstoffen und Rezepturen den für uns wichtigen Weg der Nachhaltigkeit konsequent weiter. Informationen zu den für Sie relevanten Marken und Artikeln erhalten Sie bei den für Sie zuständigen BNS-Kundenbetreuern.



## PRODUKT- UND SORTIMENTSÄNDERUNGEN



Artikel-Nr.: 901393

Artikel-Nr.: 908101

### PFC-FREIE RAULEDERPFLEGE PLUS

Nicht nur unsere klassischen Imprägniersprays werden PFC-frei, sondern auch unsere Suede-Nubuck-Sprays, die durch ihren feinen Sprühnebel Rauleder, Textilien und Tex-Membranen pflegen, Farben auffrischen und imprägnieren. Gleichzeitig vereinfachen wir die Sortimente von Solitaire und Shoeboy's und führen die Produktleistung von zwei verschiedenen Produkten in einem Artikel zusammen. Die Artikel **901393 Solitaire Suede & Nubuck Care** 200ml und **908101 Shoeboy's Suede Nubuck Care** 200ml – beide farbneutral – sind jetzt auch für Effekt-Nubuks und modische Veredelungen von Rauledern geeignet. Die bisherigen Spezial-Artikel Solitaire Care & Protect Suede (901382) und Shoeboy's Effect Nubuck Care (908112) entfallen dadurch.

### AUS ZWEI MACH EINS – SOLITAIRE WATER PROTECT 4 SEASONS

Noch einmal vereinigen wir zwei starke Artikel und bündeln ihre Kräfte. Aus dem Solitaire Water Protect PFC-frei und dem Solitaire 4 Season Protector wird der **Solitaire Water Protect 4 Seasons**. In der neuen, starken, PFC-freien Rezeptur finden sich alle Leistungs-Eigenschaften für einen starken Rundumschutz das ganze Jahr lang. Artikelnummer und EAN-Code des bisherigen Solitaire Water Protect 200ml bleiben für das refreshte Produkt bestehen.

Artikel-Nr.: 906622



## STECKBRIEF

### SALVINA DORNBUSCH



**Tätigkeit bei der BNS:** Regionalverkaufsleiterin

**Das gefällt mir besonders an meinem Job:** Die Vielseitigkeit der Aufgaben: von der Kundenbetreuung über Trainings und Workshops bis hin zu Messen

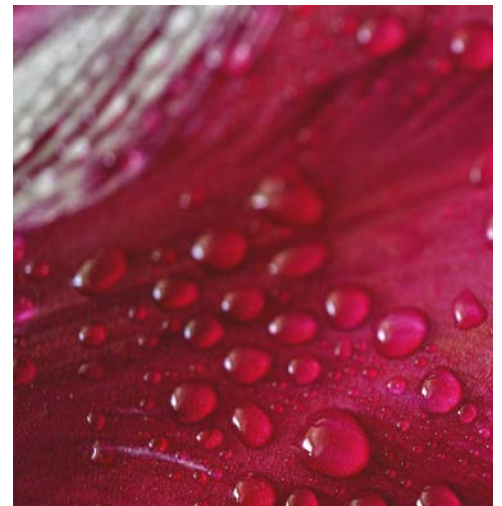
**Lieblingsschuh:** Wedges

**Hobbies/Interessen:** Lange Spaziergänge in der Natur

**Mein Lebensmotto:** *Der Zufall geht Wege, da kommt die Absicht gar nicht hin*

**Was mir wichtig ist:** Ehrlichkeit, Spontanität, Humor

**Was ich nicht mag:** Die Wegwerfgesellschaft von heute



## INFORMATION

- 08.03. – 10.03.2024** QUARTERshoetime & bags, Schkeuditz
- 12.03. – 13.03.2024** ANWR ORDER Winter No.2, Mainhausen
- 17.03. – 18.03.2024** Sindelfinger Schuheinkaufstage
- 13.08. – 15.08.2024** ANWR ORDER Summer No.1, Mainhausen
- 10.09. – 11.09.2024** ANWR ORDER Summer No.2, Mainhausen

In unseren Orderbüros stehen wir Ihnen gerne persönlich zur Verfügung. Rufen Sie uns an und schauen Sie vorbei. Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

#### SOC Schkeuditz

Ansprechpartner: Christian Oelsner, Mobil: 01 71 / 41 71 74 3

#### MOC München

Ansprechpartner: Thomas Gembries, Mobil: 01 71 / 62 58 23 7

## IMPRESSUM

**BNS** INTERNATIONAL  
CONNECTING VALUES

Ausgabe Frühjahr/Sommer 2024  
Erscheinungstermin: 01.03.2024

BNS International GmbH  
Rheinallee 96 · D - 55120 Mainz  
Fon: + 49 61 31 - 9 64 04  
Fax: + 49 61 31 - 9 64 25 15  
E-Mail: [info@bns-mainz.com](mailto:info@bns-mainz.com)  
[facebook.com/BNSMainz](https://www.facebook.com/BNSMainz)  
[instagram.com/BNSMainz](https://www.instagram.com/BNSMainz)

Redaktion: Isabel Krischer

Mehr Informationen zum Unternehmen BNS unter [www.bns-mainz.com](http://www.bns-mainz.com).

Aktuelle Informationen und Bestellungen unter [www.bns-order.com](http://www.bns-order.com).

Bitte beachten Sie, dass wir aufgrund der Vielzahl unserer Marken und Produkte nicht immer alle Artikel zeigen können. Ihre BNS Außendienstbetreuer:in informiert sie gerne, ob es den jeweils genannten Artikel auch unter der von Ihnen geführten BNS-Marke gibt. Vielen Dank für Ihr Verständnis.