



Pressemitteilung

Neue Marke, neue Kanäle: COLLONIL erweitert seine Präsenz in Europa

Das Berliner Traditionsunternehmen erschließt neue Vertriebskanäle und geht eine strategische Partnerschaft mit dem italienischen Familienunternehmen Arix ein

Berlin, Juli 2026. Über Jahrzehnte war der Weg klar: Wer neue Schuhe kaufte, nahm meist gleich die passende Pflege mit nach Hause. Dieses Impulskaufprinzip hat den Vertrieb von Schuhpflegemitteln lange geprägt. Aber der stationäre Schuhhandel befindet sich seit Jahren im Wandel. Mittlerweile werden immer mehr Schuhe online bestellt.

„Der Schuhhandel ist und bleibt für uns ein zentraler Partner. Gleichzeitig müssen wir unsere Präsenz dort stärken, wo sich unsere Kundinnen und Kunden täglich bewegen, also in Drogerien, Supermärkten und anderen großflächigen Handelsformaten“, sagt Frank Becker, CEO von COLLONIL.

Ein konkreter Schritt in diese Richtung ist die Einführung von Maxima – einer neu entwickelten Sneaker- und Schuhpflegemarke von COLLONIL, die seit kurzem bei dm und REWE erhältlich ist. Bald folgen die Drogeriemärkte von Müller in der Schweiz. Die Reinigungs-, Pflege- und Imprägnierprodukte von Maxima richten sich an ein breites Publikum und ergänzen das Kernportfolio.

Strategischer Partner für Europa: Arix

Um den Aufbau neuer Vertriebskanäle zu beschleunigen, geht COLLONIL eine strategische Partnerschaft mit Arix ein. Das italienische Familienunternehmen gehört in Italien zu den führenden Anbietern von Haushalts- und Reinigungslösungen und ist vor allem für seine Marke Tonkita bekannt.

„Neue Vertriebskanäle aufzubauen, braucht Zeit. Mit Arix haben wir einen Partner gefunden, der die Handelslandschaft kennt, über etablierte Strukturen sowie gewachsene Vertriebskanäle in mehreren europäischen Märkten verfügt“, sagt Frank Becker. Der Zugang zu Supermärkten und Drogerieketten kann so deutlich verbessert werden. Die Zusammenarbeit soll zunächst den Ausbau des Geschäfts in

Italien unterstützen. Darüber hinaus eröffnet sie Perspektiven für weiteres Wachstum.

Für COLLONIL ist die Entwicklung Teil einer langfristigen Strategie. „Wer als Traditionsunternehmen erfolgreich bleiben will, muss sich mit seinen Kunden bewegen. Genau das tun wir.“

Über Collonil: Die Traditionsmarke COLLONIL ist eine weltweit bekannte und führende Marke für anspruchsvolle Leder- und Textilpflege. Alle Produkte sind „Made in Germany“ und werden seit 1909 von der Salzenbrodt GmbH & Co. KG in Berlin produziert. Dank einer konsequenten Qualitäts- und Innovationsstrategie steht die Marke COLLONIL für höchste Kompetenz in der Pflege und Imprägnierung anspruchsvoller Oberflächen und hat sich mit High-Tech Pflegeprodukten für Schuhe, Bekleidung, Aviation und Car Care einen Namen gemacht. Das Berliner Unternehmen unterhält Gesellschaften in Österreich, Dänemark, Frankreich und den Vereinigten Arabischen Emiraten. Es exportiert seine Produkte in 93 Länder. Weitere Informationen gibt es unter www.collonil.com.

Über Arix: Das führende italienische Unternehmen im Bereich Haushaltsreinigung, ist auf den wichtigsten internationalen Märkten mit einer breiten Auswahl an Besen, Bürsten, synthetischen und pflanzlichen Schwämmen, scheuernden und kratzfesten Schwämmen, Mehrzweck- und Bodentüchern sowie Körperpflegeprodukten mit unverwechselbaren und bekannten Marken wie Tonkita und Aquamassage vertreten. Arix unterhält Tochtergesellschaften in Polen, Großbritannien und China. Weitere Informationen finden Sie unter www.arix.it