

CEMarkt

www.ce-markt.de

Das Business-Magazin für Home & Mobile Electronics

Top-Themen

Strong Streaming-Box für den Wechsel zu digitalem Live-TV | Seite 2

GfK: Impulse im Smartphone-Markt durch KI und AR/VR | Seite 6

Sony Deutschland bekommt neuen Country Head | Seite 14

Kompaktes Zwei-Tages-Format

Erfolgreiche Geschäfte auf der KOOP 2024 in Berlin

Seite 7



Strong

Optimale Lösung für den Wechsel zum digitalen Live-TV

Mit der LEAP-S3+ Streaming-Box von **Strong** lässt sich ein vorhandener Fernseher zu einem Smart TV aufrüsten. Somit lassen sich beliebte Apps wie Netflix, Prime Video, Disney+, DAZN, Wow, YouTube und die Mediatheken der öffentlich-rechtlichen Sender nutzen. Auch für den Empfang von Live-TV-Sendern als Alternative zum Kabelfernsehen ist die Box sehr gut geeignet.

Wie die erfolgreiche LEAP-S3 ist auch die LEAP-S3+ (UVP: 89,99 Euro) ausgestattet mit dem neuesten Google TV-Betriebssystem und Android 11. Zusätzlich wird die neue Box mit einer vollwertigen Fernbedienung mit 10er Zahlenblock ausgeliefert. In ihrem weißen Gehäuse hebt sich die LEAP-S3+ aus der Masse der Streaming Boxen hervor und avanciert zum Designobjekt in der Wohnung. Besonders in Hinblick auf den Wegfall des Nebenkostenprivilegs zum 1. Juli bietet die LEAP-S3+ eine optimale Lösung für Nutzer, die vom Kabel-TV zum Streaming wechseln möchten. Warum? Hier sind die Vorteile, die den Umstieg unverzichtbar machen:

Einsparung von Kabelgebühren

Durch den Wegfall des Nebenkostenprivilegs entstehen für Mieter, die Kabelkunden sind, erhebliche Kosteneinsparungen. Die LEAP-S3+ ermöglicht es, den Wechsel von Kabel-TV zu Internet-basiertem Live-Fernsehen mit Apps wie Zattoo, Joyn oder WaipuTV zu vollziehen. In der Modellversion LEAP-S3+Ultimate ist ein zweimonatiger Zattoo Ultimate-Gutschein enthalten.

Live-TV über die Streaming-Box

Marc Holtmann, Sales Director der Strong Digital GmbH:

Der Wegfall des Nebenkostenprivilegs bedeutet nichts anderes, als dass Mieter, die ihre Kabel-TV-Gebühren bisher über die Nebenkosten bezahlt haben, das ab dem 1. Juli 2024 nicht mehr müssen. Die Vermieter dürfen dann den Betrag nicht mehr abrechnen und der Mieter müsste einen eigenen Kabelvertrag mit seinem Anbieter abschließen.

Dieser wird in der Regel etwas teurer und liegt geschätzt zwischen 12 bis 14 Euro. Was viele Mieter aber nicht wissen ist, dass sie mit dieser neuen Regelung auch



Marc Holtmann

Die kompakte Google TV-Box bietet Zugriff auf zahlreiche Apps, Streaming-Dienste und vieles mehr



Gestochen scharfes Bild

Die LEAP-S3+ liefert 4K-Bildqualität, die das Wohnzimmer in ein Heimkino verwandelt. Dank Dolby Vision, HDR10 und HDR+ erfolgt die UHD-Auflösung mit starken Kontrasten und satten Farben.

Vielfalt der Streaming-Welt

Ausgestattet mit der Android-Version 11 bietet die von Google zertifizierte LEAP-S3-Box den Zugriff auf mehr als 8.000 Apps aus den Google Play Store, darunter Netflix, Disney+ und Amazon Prime Video. PC-Spiele-Fans kommen mit der Streaming-App Twitch auf ihre Kosten und können die Inhalte auf dem großen TV-Bildschirm genießen. Cloud-Gaming über

die Option haben, ganz vom Kabel-TV wegzugehen und in Zukunft über eine Streaming-Box wie unsere LEAP-S3+ ihr Live-TV zu schauen. Mit einem Zattoo Ultimate Abo hat der Nutzer aber nicht nur sein normales Programm wie beim Kabel-TV, sondern kann auch die privaten Sender in HD-Qualität genießen. Und auch eine Aufnahme oder ein Pausieren und Neustarten von TV-Sendungen ist dann unproblematisch möglich. Mit einem Wechsel zündet der Nutzer die nächste Stufe der Fernsehunterhaltung und hat dadurch keine Mehrkosten, als wenn er einen Standardkabelvertrag abschließen würde. Obendrein bekommt er Zugang zu Mediatheken und Streaming-Diensten.



LEAP-S3+ von Strong

Mit den Zifferntasten auf der Fernbedienung lassen sich TV-Kanäle ganz einfach auswählen

Nvidia GeForce ist durch den schnellen Prozessor ruckelfrei möglich. Über die Zattoo App lassen sich über 110 Live-TV-Sender übers Internet empfangen. Auch kann Musik von Spotify und Deezer abgespielt werden.

Streaming in hoher Qualität

Das eingebaute WLAN gewährleistet eine nahtlose Verbindung, um Inhalte ohne Qualitätseinbußen erleben können. Auch eine stabile Verbindung mit LAN-Anschluss ist möglich. Per LAN-Anschluss sorgt die LEAP-S3+ auch bei schlechter WLAN-Abdeckung für unterbrechungsfreies Streaming in höchster Qualität.

Anbindung zum TV-Gerät

Über den HDMI-Anschluss wird die LEAP-S3+ mit einem vorhandenen Fernseher verbunden. Die Streaming-Box ist einfach zu installieren und in wenigen Minuten einsatzbereit.

Einfache Bedienung

Die mitgelieferte Bluetooth-Fernbedienung ermöglicht die Nutzung der Box auch hinter dem TV-Gerät oder im Schrank – für eine flexible Nutzung des Entertainment-Setups. Der integrierte Google-Sprachassistent erleichtert die Navigation auf der Fernbedienung, etwa bei der Suche nach Inhalten oder der Steuerung von angeschlossenen Smart-Home-Geräten. Durch die bewährte Google TV-Benutzeroberfläche ist die Bedienung intuitiv und praktisch, Inhalte und empfohlene Anwendungen werden entsprechend den Gewohnheiten aufgelistet.

Viele Anschlussmöglichkeiten

Neben einer leistungsstarken Dual-Band-WLAN 5 Netzwerkanbindung verfügt die LEAP-S3+ über einen Ethernet-Anschluss mit bis zu 100 Mbit/s. Hinzu kommen ein LAN-, USB-, und HDMI 2.1-Anschluss. Für die erstklassige Tonübertragung an eine HiFi-Anlage oder Soundbar gibt es einen optischen S/PDIF-Ausgang, der auch Dolby Atmos unterstützt. Controller, Kopfhörer oder auch Hörgeräte lassen sich über Bluetooth 5.0 verbinden. Über den USB-Anschluss können Fotos und Videos von externen Medien dargestellt werden. Inhalte vom Smartphone oder Tablet lassen sich über Google Chromecast auf den Fernseher streamen.



jan.uebe@ce-markt.de
08233 - 4117

Chancen und Herausforderungen in 2024

Wie wird das Jahr 2024? Niemand kann in die Glaskugel schauen, aber annähernde Prognosen lassen sich durchaus treffen. Angesichts der globalen Krisen bleibt die Weltwirtschaft angespannt und auch die deutsche Wirtschaft ist verunsichert. Laut ifo-Geschäftsklimaindex sind die Aussichten für 2024 eher verhalten. Das Marktforschungsinstitut YouGov hat bei Unternehmen nachgefragt: Demnach wird der Fachkräftemangel branchenübergreifend als größte Herausforderung angesehen. Bei der Frage nach den Prioritäten für das laufende Jahr gibt mehr als jeder vierte Firmenentscheider an (26 %), dass die Aufstockung des Personalbestands ganz oben auf der Liste steht. Für 22 Prozent sind Investitionen in neue Technologien wichtig. Jeweils jeder Fünftel möchte das Unternehmen erweitern bzw. umgestalten (21 %), die psychische Gesundheit bzw. das Wohlbefinden der Mitarbeiter (21 %) oder den Kunden-Support (20 %) verbessern.

Wie sieht es in unserer Branche aus? In den ersten drei Quartalen 2023 war der Markt mit minus 6,1 Prozent rückläufig. Der Bereich Consumer Electronics wies mit einem Umsatz von knapp 20 Milliarden Euro ein Minus von 6,5 Prozent auf, Elektrohaushaltsgeräte verbuchten einen Umsatzrückgang von 5,3 Prozent auf 11,8 Milliarden Euro. Die im Rahmen einer Partnerschaft zwischen GfK, gfu und IFA Management erhobene Marktprognose zeigt für 2024 einerseits erste Anzeichen einer Erholung, aufgrund der wirtschaftlichen Unsicherheit aber auch einige Herausforderungen. Die Verbraucher gehen bei ihren Ausgaben immer noch rational vor und ziehen notwendige und gut durchdachte Anschaffungen anspruchsvollen Upgrades vor. Bestimmte Kategorien wie IT und Elektrokleingeräte

konnten im vergangenen Jahr jedoch mehr Wachstum verbuchen als andere Sektoren. Diese Wachstumskategorien gilt es in der Planung zu berücksichtigen.

Die Frühindikatoren für 2024 geben laut dieser Prognose auch Anlass zur Hoffnung: Es wird erwartet, dass die Inflation im Jahresverlauf wieder zurückgeht und die Zinsen sinken. Erste positive Anzeichen sind für den globalen TCG-Markt bereits spürbar, da der wichtigste Verkaufsmonat, der November 2023, ein deutliches Umsatzwachstum von mehr als 5 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum aufwies – das stärkste Wachstum seit Januar 2022. Darüber hinaus wird erwartet, dass große Sportereignisse wie die Fußball-EM oder die Olympischen Sommerspiele in Paris, aber auch die anstehenden Wahlen, die Stimmung der Verbraucher und das Kaufverhalten beeinflussen. GfK, gfu und IFA Management prognostizieren folgende Entwicklungen für 2024:

- Erschwinglichkeit wird ein zentrales Thema, da die Verbraucher in diesem Jahr Premium-Erlebnisse zu niedrigeren Preisen suchen.
- Werbeaktivitäten, vor allem in Verbindung mit Großveranstaltungen, können sich positiv auswirken und zur Steigerung des Absatzes beitragen. Es wird jedoch erwartet, dass die Preisnachlässe moderater ausfallen werden als 2023.
- Die aufkeimende Künstliche Intelligenz bietet vielversprechende Möglichkeiten, mit Endkunden in Kontakt zu treten und Innovationen anzubieten, die sich von der Konkurrenz abheben, überzeugend sind und zum Kauf anregen.

Herzlich, Ihr

Jan Uebe, **CE-Markt** Chefredakteur

Unser Reparaturkostenschutz:

So stark wie nie!

WERTGARANTIE Komplettschutz – Qualität und Leistung ohne Kompromisse.



Einfach anrufen unter
0511 71280-111

Partner werden und profitieren:

- Starke Kundenbindung
- Höhere Erträge
- Mehr Nachhaltigkeit

Der Spezialist für Geräteschutz und Garantievorsicherung für alles, was einen Akku oder Stecker hat.

Since 1963 | Made in Germany | wertgarantie.com



WERTGARANTIE[®]
Einfach. Gut. Geschützt.



Schon in unsere Audio-News hineingehört? Sie finden unseren Podcast auf unserer Webseite sowie bei Google, Apple, Spotify und Co.

Titelthema

Erfolgreiche KOOP 2024 im kompakten Format

Am 18. und 19. Februar versammelte sich die Branche zur KOOP-Messe von Euronics und expert in Berlin. Das Kompaktformat an zwei Tagen hat sich bewährt und bot genügend Raum für den Austausch zwischen Händlern und Industrie. | Seite 7



Partnerschaft mit Uber

MediaMarktSaturn bietet Technik-Lieferung in Städten innerhalb von 90 Minuten an

Im Rahmen einer deutschlandweiten Partnerschaft können Kunden von MediaMarkt und Saturn ab dem Frühjahr ihre Technik-Bestellungen von Uber per »Sofort-Lieferung« bringen lassen. Der neue Service gilt zunächst für rund 200 Märkte in allen größeren Städten, darunter Berlin, Hamburg, Frankfurt, München, Köln und Düsseldorf. Bis Ende des Jahres sollen die Märkte flächendeckend angebunden werden. Ermöglicht wird der Service durch die Integration von Uber Direct in die digitalen Kanäle von MediaMarktSaturn. Um den Service in Anspruch zu nehmen, müssen Kunden die neue Option »Sofort-Lieferung« im Bestellprozess auf mediamarkt.de oder saturn.de auswählen. Den Angaben zufolge erfolgt dann die Lieferung über Servicepartner von Uber Eats innerhalb von 90 Minuten. Wer kurzfristig beispielsweise ein Ladekabel, Kopfhörer, einen Laptop oder ein Küchengerät benötigt, oder auf die Schnelle noch ein Geschenk organisieren muss, profitiert von der neuen Zustelloption. Geliefert werden Produkte bis 23 Kilogramm Gesamtgewicht oder mit den Maximalmaßen von 100 x 60 x 60 cm.



Bild: MediaMarktSaturn

INHALT Ausgabe 3 | 2024

Strong Lösung für den Streaming-Wechsel	2
Editorial Chancen und Herausforderungen für 2024	3
News der Branche im Überblick	5
GfK Impulse im Smartphone-Markt durch KI und AR/VR	6
KOOP 2024 im kompakten Zwei-Tages-Format	7
Sonepar mit neuem Messekonzept Trend + Technik	7
Euronics verfolgt weiter den eingeschlagenen Weg	8
expert Frühjahrstagung: Fokus auf Wertschöpfung	9
Händler des Jahres expert Hanse-Verbund	10-11
Wertgarantie Führungskräfte-Entwicklungsprogramm	12
ZVEI Kommentar zum »Recht auf Reparatur«	13
comTeam feiert 40-jähriges Jubiläum	13
Sony Deutschland ernennt neuen Country Head	14
Ambilight TV Mehrwert-Aktion für den Handel	15
Pure • freenet TV • Sonos	15
Zendure • Ledvance • Hepa Solar • suntastic.solar	16
Branchen-Barometer • Umsätze im Dezember 2023	17
Ifo-Konjunkturtest im Januar 2024	18

Qualitätsorientierte Technik-Profis

Neue Telering-Kampagne stellt Kernkompetenzen in den Mittelpunkt

Die Imagekampagne rückt die Stärken der Technik-Profis ins Blickfeld. Die Grundidee »Wir stehen für echte Werte.« wird auf Warenpostern, Plakaten und mit Digital Signage am POS mit drei Motiven in Szene gesetzt. Thematisch stehen dabei Aussagen zu Zuverlässigkeit, Nähe, Nachhaltigkeit und das Schaffen von Werten im Fokus. »Kommunikativ auf das Thema Werte zu setzen, lag auf der Hand«, sagt Telering-Geschäftsführer **Udo Knauf**. Denn in Sachen Nachhaltigkeit hat sich viel getan. »Initiativen wie Repair Cafés oder der Verkauf von recycelten und wiederaufbereiteten Geräten liegen voll im Trend«, so Udo Knauf. »Das zukünftig geltende Recht auf Reparatur wird außerdem die mediale Aufmerksamkeit verstärken. Die Elektronik-Fachhändler der Telering passen da sehr gut ins Bild – weil sie schon immer auf Qualität, Nachhaltigkeit und Werterhalt gesetzt haben.«



Bild: Telering

Udo Knauf

Impressum

CE-Markt

DAS BUSINESS-MAGAZIN DER CE-BRANCHE
Unterhaltungselektronik mit TV & Audio • Foto & Video • Mobile • Outdoor & Gadgets • TK & IT • Smart Living & Vernetzung • Gaming • E-Mobility • Zubehör Handel & Distribution • Eigenständiges Schwesterblatt **CE-Markt electro**, Handelsmagazin für den Elektro-Hausgeräte-Markt (ständige Verlagsbeilage)

VERLAG
B&B Publishing GmbH
Schmiedberg 2 a, D-86415 Mering
Telefon 08233-4117
E-Mail verlag@ce-markt.de

GESCHÄFTSFÜHRER
Christian Zaiser

VERLAGSLEITUNG
Bettina Landwehr

ABONNEMENT-SERVICE / ADRESSÄNDERUNG
B&B Publishing GmbH / CE-Markt
Abo- und Leserservice
65341 Eltville
Telefon 06123-9238-291
Fax 06123-9238-244
E-Mail cemarkt@vuservice.de

REDAKTION
Jan Uebe (ju) – Chefredakteur / V.i.S.d.P.,
Annette Pfänder-Coleman (apc), Heike Bangert,
Gisela Hörner (Redaktionsassistentin)
Mail redaktion@ce-markt.de

LAYOUT
Heike Bangert, JournalMedia GmbH

MITARBEITER DER REDAKTION
Gerry Foth (Cashman), Klaus Petri (kp),
Claudia Rayling (cr), Roland Stehle (rs)

ANZEIGEN
Alexander Zöhler
Telefon 09122-7902470, Mobil 0170-4134547
E-Mail alexander.zoehler@ce-markt.de

DISPOSITION ANZEIGEN
Jessica Kunz
Telefon 06221-489-425
E-Mail jessica.kunz@huethig.de

Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 26 vom 1.1. 2023.
Jahresabo Inland 49 Euro inkl. Porto und MwSt.,
Ausland 79 Euro inkl. Porto

Eine Haftung für die Richtigkeit der Veröffentlichungen kann trotz sorgfältiger Prüfung durch die Redaktion nicht übernommen werden. Die Zeitschrift ist urheberrechtlich geschützt. Nachdruck nur mit Genehmigung. Copyright: B&B Publishing GmbH. Gerichtsstand: Augsburg. Monatliche Erscheinungsweise (11 mal pro Jahr). ISSN 1435-1145. IVW-geprüfte Auflage: Tatsächlich verbreitet 10.176 Exemplare (4. Quartal 2023).



GENDER-HINWEIS
Zur besseren Lesbarkeit wird das generische Maskulinum verwendet, außer in Zitationen.



Der Newsletter von **CE-Markt** informiert regelmäßig über neue Produkte und Trends aus dem Handel. Anmeldung via QR-Code

Die tagesaktuellen **Top-News** der gesamten Consumer-Electronics-Branche finden Sie bei **CE-Markt Online** unter www.ce-markt.de.
Tipp: Background Storys und Handel Digital



Besuchen Sie **CE-Markt** auch in den sozialen Netzwerken

CE-Markt 4/2024: Die Auslieferung der nächsten Ausgabe beginnt am 27. März 2024. Die Zustelldauer beträgt drei Werkzeuge.



Christian Gerwens



Michael List, Maximilian Bartl



Michael Müller



Christoph Komor

gfu

Zum 31. Dezember 2023 schied **Frank Jüttner**, Miele & Cie. KG, aus gesundheitlichen Gründen aus dem Aufsichtsrat der gfu Consumer & Home Electronics GmbH aus. Er hatte dem Gremium seit Januar 2023 angehört. Für ihn rückt **Christian Gerwens** nach. Gerwens ist Geschäftsführer der Miele Vertriebsgesellschaft Deutschland, Senior Vice President der DACH-Region sowie Senior Vice President Sales and Retail International bei Miele.



Daniela Idi

Motorola

Daniela Idi ist neue Marketingdirektorin EMEA bei Motorola. Sie kommt von Lenovo, wo sie seit 2020 als EMEA Consumer and Territory Marketing Director und Global Premium Consumer Marketing Director tätig war. Motorola ist Teil der Intelligent Devices Group von Lenovo.

Gigaset

Die insolvente Gigaset Communications GmbH wurde einschließlich der Produktionsstätten in Bocholt von VTech Holdings Ltd. übernommen. Der Anbieter von elektronischen Lernprodukten und Telefonen für Privathaushalte in den USA hat den Kauf über die Snom Solutions GmbH, eine indirekte hundertprozentige Tochtergesellschaft, realisiert. »Das Produktportfolio, die europäische Marktführerschaft, die fortschrittlichen F&E-Kapazitäten und die Fertigungsexzellenz von Gigaset ergänzen sich hervorragend mit VTech«, erklärt **Hillson Cheung**, President VTech Telecommunication Products.

Hama

Nach fast 21 Jahren bei Hama, sieben davon als Mitglied der Geschäftsleitung, wird sich **Maximilian Bartl** Mitte nächsten Jahres aus dem aktiven Berufsleben verabschieden. Sein Nachfolger ist **Michael List**, der seit 2022 beim Monheimer Zubehöranbieter als Sales Director tätig ist. »Es sind bis heute über 20 hoch erfolgreiche Jahre und jetzt ist es an der Zeit, den Staffelstab weiterzugeben. Mein aufrichtiger Dank gilt allen Kolleginnen und Kollegen im Vertrieb und allen anderen, die mit mir für diesen Erfolg gearbeitet haben«, sagt Maximilian Bartl, der bis zu seinem Ausscheiden im Sommer 2025 weiterhin als Prokurist tätig sein wird und sich in dieser Zeit primär auf die Weiterentwicklung und Vermarktung der Dienstleistungsmodelle für Handelspartner kümmert. Michael List wird im kommenden Juli in die Geschäftsleitung von Hama berufen und verantwortet in seiner neuen Position den nationalen und internationalen Vertrieb. »Das veränderte Kaufverhalten der Konsumenten hat zu Umbrüchen und Änderungen in der Handelslandschaft geführt. Egal ob im stationären oder im Online-Handel, es gibt viele Herausforderungen, aber auch neue Möglichkeiten und immenses Potenzial. Dies vertriebsübergreifend umzusetzen und unsere Distributionsleistungen auszubauen, steht im Fokus meiner Aufgaben«, erklärt Michael List.

Hisense

Mit 25,9 Millionen verschickten Einheiten belegt Hisense im »2023 Monthly Report of Global TV Shipment Volume of TV Brands« des Marktforschungsinstituts AVC Revo erneut den zweiten Platz. Als offizieller Sponsor der Uefa Euro 2024 wird Hisense neue TV-Produkte auf den Markt bringen, die durch Marketing auf Basis des Sponsoring flankiert werden.

GfK

Das Consumer-Intelligence-Unternehmen NIQ ernannt **Michael Müller** zum Managing Director für das kombinierte NIQ- und GfK-Geschäft in Deutschland. Er wird das operative Geschäft in den Bereichen Fast Moving Consumer Goods (FMCG) und technische Konsumgüter leiten und eng mit Herstellern und Händlern zusammenarbeiten, um deren Wachstumsziele mit maßgeschneiderten Lösungen zu unterstützen. Müller ist seit mehr als 20 Jahren bei GfK tätig und hat in verschiedenen Führungspositionen in Europa und Asien umfangreiche Management-Erfahrung gesammelt. Zuletzt hatte er die Position des Managing Director of Tech & Durables EMEA inne. Michael Müller hat seinen Sitz in Nürnberg und berichtet an **Emilie Darolles**, President West Europe bei NIQ.

eBay

Mit dem neuen Werbeformat »Externe Anzeigen« (Beta) von eBay Ads erhalten Händler direkten Zugang zu exklusiven Anzeigenplatzierungen auf externen Kanälen wie z.B. Google. Hierüber können sie ihre Reichweite vergrößern, um eine erweiterte Zielgruppe außerhalb von eBay zu erreichen und zusätzlichen Traffic auf ihre eBay-Festpreisangebote zu lenken. Durch das CPC-Modell (Cost-per-Click) entstehen für Händler nur dann Kosten, wenn ein Interessent auf der Suche nach einem entsprechenden Angebot auf die externe Anzeige klickt.

Netatmo

Alexandre Menu ist neuer General Manager beim französischen Smart-Home-Unternehmen. Er berichtet an **Frédéric Xerri**, Director Europa bei Legrand. Der bisherige General Manager, **Philippe Citroën**, nimmt innerhalb der Legrand-Gruppe eine neue Rolle an.

expert

Seit dem 1. Februar verstärkt **Christoph Komor** den Vorstand der expert SE und der expert Wachstums- und Beteiligungs SE. Neben den bestehenden Vorständen **Dr. Stefan Müller** und **Michael Grandin** ist er als Vorstand für den Einzelhandel verantwortlich für die Ressorts Regiebetriebe, Services und Dienstleistungen sowie Flächenmanagement. Damit ist Komor als Vorstand zuständig für den gesamten expert-Einzelhandel – sowohl für die expert-eigenen Fachmärkte als auch für die Gesellschafterbetriebe. Als langjähriger Geschäftsführer der expert Handels GmbH und expert Leipzig GmbH verfügt Komor neben umfangreichen Branchen- und Handelskenntnissen über tiefgreifende interne Kenntnisse der expert-Kooperation. »Mit Christoph Komor ergänzt ein langjähriger Vertrauter unserer expert-Welt den Vorstand«, kommentiert **Friedrich Wilhelm Ruf**, Aufsichtsratsvorsitzender der expert SE. »Für die Vakanz im Vorstand haben uns viele interessante Bewerbungen erreicht – aus Überzeugung hat sich der Aufsichtsrat für einen internen Kandidaten entschieden.«

ElectronicPartner

Mit dem easyCredit-Ratenkauf erhalten Kunden von EP: und Medimax eine zusätzliche Alternative zur klassischen Zahlungsart. Das Besondere: Interessenten können sich vor Ort für einen Ratenkauf mit flexibel wählbaren Raten zwischen 200 und 10.000 Euro entscheiden und diesen unkompliziert abschließen – inklusive Online-Prüfung und sofortiger Zusage. Außerdem sind eine vorzeitige Rückzahlung und Zahlungspausen gebührenfrei möglich. Händler erhalten den Kaufbetrag von der TeamBank, die hinter easy-Credit steht, ohne das Risiko eines Zahlungsausfalls.



Generative KI im Smartphone kann einen großen Nachfrageschub auslösen

AR/VR und das Metaversum für den Massenmarkt

Der öffentliche Hype um das Metaversum hat sich etwas gelegt. Die Branche entwickelt sich jedoch weiter, mit einer Diversifizierung von interessierten und uninteressierten Verbrauchern. Während der Gesamtabsatz von Geräten, die mit dem Metaversum in Verbindung stehen, im Jahr 2023 um 2 Prozent zurückging, stieg der damit erzielte Umsatz um 15 Prozent. Der Trend zur Premiumisierung spiegelt sich darin wider, dass interessierte Verbraucher in fortschrittlichere Augmented-, Mixed- oder Virtual-Reality-Produkte (AR/MR/VR) investieren. Dementsprechend wuchs der Umsatzanteil von AR- und MR-Brillen 2023 um 30 Prozent auf 225 Millionen US-Dollar, verglichen mit 4 Prozent im Jahr zuvor.

Interessant ist, wie unterschiedlich dieser Trend in den einzelnen Regionen ausfällt: Während die Mehrheit der MR-Brillen in Westeuropa gekauft wurde (83 Prozent des weltweiten Umsatzes), wurde die überwiegende Mehrheit der AR-Brillen in China gekauft (98 %). Gleichzeitig ist die Nachfrage nach VR-Brillen in China stark zurückgegangen: Der Umsatz sank im Vergleich zum Vorjahr um 55 Prozent. Im Rest der Welt hingegen verzeichnet VR immer noch ein leichtes Umsatzwachstum von 3 Prozent. Der Grund für diese regionalen Unterschiede ist nicht nur die persönliche Vorliebe, sondern auch der Vertrieb, da einige Geräte in den lokalen Märkten einfach nicht erhältlich sind.

Ein großer Schub für den Telekommunikationsmarkt ist zu erwarten, wenn AR-, MR- oder VR-Brillen alltagstauglich für die breite Masse werden und nicht nur ein Nischenprodukt für Spezialanwendungen wie Spiele bleiben.

Der globale Smartphone-Markt im Jahr 2023

Im Gesamtjahr 2023 war der weltweite Smartphone-Markt mit einem leichten Umsatzanstieg von 0,1 Prozent im Vergleich zu 2022 recht stabil. Vor allem gegen Ende des Jahres begann sich der Markt zu erholen, wobei die Umsätze in der zweiten Jahreshälfte um 4,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr stiegen. Aber nicht nur im Halbjahresvergleich zeigen sich deutliche Unterschiede. Auch auf regionaler Ebene entwickelte sich der Smartphone-Markt sehr unterschiedlich.

Weltweit ist der Durchschnittspreis, der für ein neues Smartphone bezahlt wird, 2023 erneut leicht um 34 US-Dollar auf 389 US-Dollar gestiegen. Dies ist auf die anhaltende Nachfrage nach Premium-Geräten und einer besseren Funktionalität zurückzuführen. Während der Anteil der 5G-Modelle im Jahr 2022 bereits bei 75 Prozent lag, stieg dieser Wert 2023 auf 81 Prozent. Auch der Anteil von Smartphones mit mehr als 512 GB Speicherplatz (+9 %) und kabellosem Schnellladen (+5 %) nahm zu.

GfK-Analyse zum Smartphone-Markt

Ausblick auf generative KI und AR/VR macht die Branche zuversichtlich

Nach Rekordumsätzen während der Pandemie kämpft der Telekommunikationsmarkt mit einer Stagnation. Zum Mobile World Congress (MWC) in Barcelona haben **GfK**-Experten zwei Trends identifiziert, die dem Markt neue Impulse geben: generative KI und Augmented bzw. Virtual Reality (AR/VR).

Im Jahr 2023 ist der weltweite Telekommunikationsmarkt gemessen am Umsatz leicht um 0,6 Prozent zurückgegangen, und für 2024 prognostizieren wir nur ein bescheidenes Wachstum von rund 2 Prozent. Es bedarf echter Innovationen, um den Markt langfristig voranzutreiben. Wir sehen zwei große Chancen, die die Nachfrage ankurbeln könnten, wenn sie es schaffen, den Massenmarkt zu erreichen: Generative KI für Smartphones sowie Augmented und Virtual Reality«, sagt **Jan Lorbach**, Insights-Experte der GfK für die TK-Branche. »Händler und Hersteller sind gut beraten, sich als Early Adopters zu etablieren, um von dem erwarteten Nachfrageschub zu profitieren.«



Jan Lorbach

aging-Apps wie WhatsApp und WeChat (72 Prozent der Smartphone-Nutzer weltweit) oder zum Fotografieren (64 %) verwendet werden, steht der nächste große Schritt mit der weit verbreiteten Implementierung generativer KI noch bevor.

Wenn generative KI nun Einzug in den Alltag der Smartphone-Nutzer hält, wird sie einen großen Nachfrageschub auslösen. GfK-

Langzeitstudien zu Umsatz und Verbraucherverhalten belegen bereits jetzt, dass die Verbraucher bereit sind, für fortschrittliche Funktionen mehr zu bezahlen. Wenn der Innovationsprung in ihren Augen jedoch nicht ausreicht, warten sie lieber auf etwas wirklich Neues, bevor sie ihr nächstes Gerät kaufen.

Diese abwartende Haltung zeigt sich daran, dass die Austauschzyklen von Smartphones immer länger werden. Laut gfknewron Consumer hatte 2023 erstmals der größte Anteil (35 %) der Neukäufer ein Smartphone, das zwei bis drei Jahre alt war. Im Jahr 2022 waren noch Käufer mit einem ein oder zwei Jahre alten Gerät in der Mehrheit.

Generative KI soll Smartphone-Nachfrage ankurbeln

Die Leistung von Smartphones wird immer besser, aber die Verbraucher brauchen auch praktische Möglichkeiten, um diese Leistung zu nutzen. Während Smartphones derzeit vor allem für Mess-

KOOP 2024 im Zwei-Tages-Format

Von Sonntag bis Montag, 18./19. Februar fand die Kooperationsmesse von **Euronics** und **expert** statt. Das schlanke Format an zwei Tagen bot genügend Raum für den Austausch zwischen Händlern und Industriepartnern.



Benedict Kober



Dr. Stefan Müller



Mario Tobias

Die KOOP-Messe lieferte wichtige Branchen-Insights, innovative Produktvorstellungen, informative Workshops und Raum für den Austausch zwischen Verbundgruppen, Fachhändlern und Industriepartnern. Die Industrie- und Dienstleistungspartner beider Kooperationen haben in der gemeinsamen Halle im Hub27 ausgestellt und erstmals konnten sowohl Euronics-Mitglieder als auch expert-Gesellschafter die Halle gleichzeitig besuchen. Für die Aussteller, die exklusiv mit einer der beiden Verbundgruppen zusammenarbeiten, standen weiterhin die kooperationseigene Hallen bereit, in denen Euronics und expert ihre jeweiligen Dienstleistungen präsentierten.

Ausgebuchte Hallen demonstrieren die Wertigkeit

Die Kooperationsmesse weckte mit dem neuen Konzept auch in diesem Jahr großes Interesse: Ein Maximum an 165 Ausstellern hatte sich für die gemeinsame KOOP-Halle angemeldet. Hinzu kamen 76 Aussteller in den Hallen von Euronics und expert. Außerdem boten beide Kooperationen für ihre Mitglieder und Gesellschafter vom 20. bis 23. Februar insgesamt 104 virtuelle Workshops zu vielfältigen Themen an, in denen es noch tiefergehende Informationen und Fortbildungsmöglichkeiten aus erster Hand gab. Die zwei Verbundgruppen nutzten die Koopera-

tionsmesse zudem für separate, unternehmenseigene Veranstaltungen (siehe Seite 8 und 9).

»Die KOOP hat sich als feste Größe im Veranstaltungskalender unserer Branche etabliert. Die Messe ist in diesem Jahr vollständig ausgebucht, was die Wertigkeit und den hohen Stellenwert unserer Veranstaltung demonstriert. Wir haben gemeinsam mit expert und der Messe Berlin gezeigt, was durch partnerschaftliche Zusammenarbeit auf die Beine gestellt werden kann. Kompakt und effizient in zwei Tagen: dieses Format hat Zukunft!«, betont **Benedict Kober**, Sprecher des Vorstands der Euronics Deutschland eG.

»Mit unserem optimierten Veranstaltungsablauf unterstreichen wir, dass wir die Bedürfnisse unserer Partner an eine erfolgsbringende Frühjahrsmesse sehr ernst nehmen«, sagt **Dr. Stefan Müller**, Vorstandsvorsitzender der expert SE. »Durch die Komprimierung auf zwei Tage ist die Messe für die Aussteller nun spürbar effizienter. Dass das neugestaltete Konzept der KOOP Anklang findet, zeigen die ausgebuchten Hallen. Für diese extrem hohe Beteiligung und die damit verbundene Wertschätzung unserer Veranstaltung bedanke ich mich schon jetzt bei unseren Industrie- und Dienstleistungspartnern.«

Mario Tobias, CEO der Messe Berlin, ergänzt: »Wir freuen uns sehr, gemeinsam mit unseren Partnern expert und Euronics auch in diesem Jahr wieder eine Plattform zum Austausch zu bieten. Das optimierte Konzept unterstreicht den Anspruch der Ordermesse KOOP, Ressourcen zu bündeln und den Teilnehmenden einen komprimierten Überblick über die Innovationen des Marktes zu bieten.«

Neues Messekonzept von Sonepar

Trend + Technik an 13 Standorten

Die Messereihe Trend + Technik von Elektrogroßhändler **Sonepar** richtet sich neben dem Handwerk jetzt auch an Kundschaft aus den Bereichen Konsum und Industrie.

Waren es im letzten Jahr noch sieben Standorte, so wird die Trend + Technik 2024 nun in 13 Städten stattfinden. »Kundennähe ist für uns in diesem Jahr ein absolutes Fokusthema«, sagt **Bernhard Köthenbürger**, Direktor Marketing bei Sonepar in Deutschland. »Deshalb sind Veranstaltungen wie die Trend + Technik, in denen der persönliche Austausch im Vordergrund steht, für uns unschlagbarem Wert. Diese Möglichkeit möchten wir in 2024 noch stärker nutzen.« Nach dem Motto »Starke Impulse für die Elektrobranche – jetzt umschalten auf



Bernhard Köthenbürger

Zukunft« stehen Trends und zukunftsweisende Lösungen im Mittelpunkt der Sonepar-Messen, die den Kunden einen konkreten Mehrwert für ihren Geschäftserfolg bieten sollen. Einen Schwerpunkt bilden die Themen Nachhaltigkeit und Energiemanagement, aber auch Lichtsanierung oder Lösungen für die Elektroinstallation werden präsentiert. Ein weiterer Schwerpunkt ist das Fachhandelsprogramm Home & Tech, das Sonepar zu Jahresbeginn gelauncht hat. Darüber hinaus präsentiert Sonepar an verschiedenen Ständen seine umfassenden Service-An-

gebote, von den Digitalen Services über die Lernwelt bis hin zu Lösungen im Bereich Nachhaltige Energiesysteme. Neu sind Infostände zu Home & Tech sowie speziell für Kunden aus dem Industriebereich. Je nach Größe der Location wird es zwischen 80 und 150 Lieferantenstände geben. Außerdem sind an jedem Messetag sechs Fachvorträge geplant, bei denen sowohl Sonepar-Experten als auch Lieferantenpartner zu unterschiedlichen Trendthemen referieren. Die Termine und Locations im Überblick:

- 11. April Messe Augsburg
- 23. April Messe Offenburg
- 29. Mai Alte Druckerei Hannover
- 14. August Red Bull Arena Leipzig
- 28. August Jahrhunderthalle Frankfurt
- 4. September Borussia Park M'gladbach
- 10. September Lokschuppen Bielefeld
- 25. September Ostseestadion Rostock
- 8. Oktober Tanzbrunnen Köln
- 17. Oktober Allianz Arena München
- 14. November MHP Arena Stuttgart
- 19. November Signal Iduna Park Dortmund
- November/Dezember Berlin

Euronics verfolgt weiter den eingeschlagenen Weg

Auf dem **Euronics** Kongress im Rahmen der KOOP-Messe präsentierte der zweiköpfige Vorstand ein Update rund um die strategischen Säulen Wachstum, Wertschöpfung und Digitalisierung. Zum 55-jährigen Jubiläum wurden außerdem neue Marketingaktionen vorgestellt. Und mithilfe von KI sollen erste Schritte von einer Einkaufs- zur Datengemeinschaft vollzogen werden.

Die strategischen Säulen Wachstum, Wertschöpfung und Digitalisierung leiten Euronics Deutschland seit einiger Zeit durch eine herausfordernde Branchenentwicklung. Dabei arbeitet die Ditzinger Zentrale gemeinsam mit den Mitgliedern daran, in einem anhaltend schwachen Konsumklima gute Umsätze zu generieren. Der Vergleich mit dem GfK-Handelspanel zeigt, dass sich die Geschäfte von Euronics besser entwickelt haben als der Marktdurchschnitt, so die Angaben der Verbundgruppe. Der Blick auf Vergleichswerte aus der vor-pandemischen Zeit zeichnet trotz leichter Einbußen in 2022/23 ein Bild langfristigen Wachstums. 1.071 Mitglieder erzielten im vergangenen Geschäftsjahr einen Zentralumsatz von 1,384 Milliarden Euro an insgesamt 1.257 Standorten.

Ziel ist die Datengemeinschaft

»Daten sind das Gold unserer Zeit und als Genossenschaft sitzen wir auf einem Schatz, den wir erst in Teilen heben können«, sagt **Benedict Kober**, Sprecher des Vorstands der Euronics Deutschland eG

und verantwortlich für Einkauf, Vertrieb, IT und Logistik. »Ein KI-Pilotprojekt, das wir mit dem Unternehmen neuropredictR umgesetzt haben, zeigt deutlich, wie KI zu einer Entlastung und Unterstützung der Zentrale als auch unseren Mitgliedern im Tagesgeschäft führen kann. Die Vorteile einer besseren Bestandsplanung, schnelleren Lagerumschlagsgeschwindigkeiten, Warenkorbempfehlungen und vielem



Die Euronics-Vorstände **Benedict Kober** und **Denis-Benjamin Kmetec** (rechts) auf dem Euronics Kongress im Rahmen der KOOP 2024

mehr ist möglich. Dafür müssen wir nun noch mehr Daten harmonisieren.«

Digitalisierung schreitet voran

»Alle Maßnahmen im Digitalbereich zielen darauf ab, den lokalen Mehrwert der Händler herauszustellen, für Zuführung in den Läden zu sorgen und das Marktplatz-Modell zu simplifizieren. Damit gewinnen wir noch mehr Schlagkraft und unterstützen unsere Mitglieder an den Stellen, die ihnen im Alltag wirklich Entlastung bringen«, erklärt **Denis-Benjamin Kmetec**, Vorstand Euronics Deutschland. Zu den Projekten, die sich in diesem Bereich aktuell in der Umsetzung befinden, gehören beispielsweise ein großangelegtes SEO-Projekt und Anpassungen im Online-Marktplatz, wie die Möglichkeit von komplexen Bundle-Bestellungen. Zudem sollen Mitglieder in Zukunft noch



Im Zentrum der Jubiläumskampagne stehen »Genau richtig«-Momente, die verstärkt auch über digitale Kanäle ausgespielt werden

besser die Daten aus der Meine Euronics App auswerten können, die ihre Kunden oder Region betreffen. »Mit unserem Multichannel-Ansatz bringen wir unseren Kundinnen und Kunden die vielfältigen Vorteile der Euronics nahe«, so Kmetec.

Marketingkampagne zum Jubiläum

Unterstützt werden alle Maßnahmen durch den Markenauftritt zum 55-jährigen Jubiläum, der seit Januar 2024 wieder von Jung von Matt betreut wird. Der Fokus liegt dabei auf einer kreativen und verständlichen Identitätsvermittlung an die Endkunden, auch über digitale Kanäle hinweg. Neben den Jubiläumsaktionen des Einkaufs in Zusammenarbeit mit Industriepartnern werden auch die sogenannten generischen Wochen erneut umgesetzt. Nachgewiesenermaßen haben diese Aktionswochen dazu geführt, Kunden in die Läden zu bringen und Bestände zu optimieren. Die Kampagne im Jubiläumsjahr steht unter dem Motto »Genau richtig seit 55 Jahren«.

Neuer Aufsichtsrat gewählt

Die turnusmäßige Wahl des Aufsichtsrats der Euronics Deutschland eG fand am 17. Februar im Rahmen der



Euronics Aufsichtsrat mit Vorstand (v.o.n.u., v.l.n.r.) Uwe Baumann, Jens Begehr, Martin Zilligers, Denis-Benjamin Kmetec, Marlene Raddei, André Bücker, Benedict Kober, Sabine Bauer, Christoph Lux

Generalversammlung in Berlin statt. **Uwe Baumann** (Bayreuth) und **André Bücker** (Gütersloh) wurden neu in den Aufsichtsrat berufen, **Martin Zilligers** (Düsseldorf) in seinem Amt bestätigt. **Christoph Lux** (Köthen) wurde nach seiner Interimstätigkeit, die er nach dem Ausscheiden von **Frank Schipper** aus dem Aufsichtsrat übernommen hatte, als Vorsitzender des Aufsichtsrats bestätigt und Uwe Baumann zum stellvertretenden Vorsitzenden gewählt. Weitere Mitglieder des Aufsichtsrats sind **Sabine Bauer** (Bietigheim-Bissingen), **Marlene Raddei** (Naumburg) und **Jens Begehr** (Kiel-Kronshagen). »Was den Aufsichtsrat stark macht, ist aus meiner Sicht auch das, was unsere Genossenschaft auszeichnet«, so Christoph Lux. »Es sind alle Betriebstypen mit ihren unterschiedlichen Stärken vertreten.«

Fokus auf Wertschöpfung

Die diesjährige **expert** Frühjahrstagung fand am 17. Februar im Rahmen der KOOP-Messe in Berlin statt. Mit mehr als 1.500 Teilnehmern waren 91 Prozent der Gesellschafterbetriebe anwesend.



Die expert-Vorstände Michael Grandin, Dr. Stefan Müller und Christoph Komor (v.l.n.r.) am Eingang zur expert-Halle auf der KOOP-Messe 2024 in Berlin

Ein Schwerpunkt der künftigen Aktivitäten von expert liegt auch auf der digitalen Kundenansprache und dem Ausbau der Garantievermarktung. Ebenso wurde bekannt gegeben, dass expert die zentralseitige Zusammenarbeit mit Dyson beendet hat, weil eine partnerschaftliche Zusammenarbeit nicht mehr gegeben war. Überdies wird ab Mai oder Juni eine expert Kunden-App eingeführt, die derzeit noch in einigen Märkten getestet wird.

In seinem Strategievortrag führte expert-Vorstandsvorsitzender **Dr. Stefan Müller** aus, auf welche Schwerpunkte sich die Verbundgruppe in den kommenden zwölf Monaten konzentrieren will: »Über die Optimierung der Kostenstruktur und Maßnahmen zur Steigerung der Wertschöpfung zielen wir darauf ab, zusätzliche Potenziale zu heben und noch mehr Chancen zu nutzen, Umsatz und vor allem Ertrag zu generieren.«

»Natürlich merken wir auch an unseren Umsätzen stationär und online, dass die Kunden sich aktuell beim Konsum zurückhalten«, sagt **Michael Grandin**, Vorstand der expert SE. »Im Vergleich zum Markt und den Wettbewerbern zeigt sich, dass expert von den negativen Einflüssen deutlich schwächer betroffen ist und wirtschaftlich solide standhält. Das unterstreicht, dass unser Geschäftsmodell auch in herausfordernden Zeiten funktioniert.«

Auf der Frühjahrstagung hat **Christoph Komor**, neuer Einzelhandels-Vorstand der expert SE, die Gelegenheit genutzt, sich den Gesellschaftern in der neuen Rolle persönlich vorzustellen: »Durch die Konzentration meiner Vorstands-Ressorts auf den Einzelhandel unterstreichen wir unsere Fokussierung auf unsere Stärken: die kompetente Fachberatung im stationären Handel vor Ort. Dank meiner langjährigen Erfahrung als Geschäftsführer der Regiebetriebe kenne ich sowohl die Gesellschafter- als auch die Kundenbedürfnisse an den stationären Elektronikfachhandel und werde diese in unsere unternehmerischen Entscheidungen einfließen lassen.«

Recruiting und Mitarbeiterbindung

Um dem allgemeinen Fachkräftemangel entgegenzuwirken, verstärkt expert im Rahmen von »Mitarbeiter 6.0« die Maßnahmen zu Recruiting und Mitarbeiterbindung. So soll eine niedrigschwellige Bewerbung ermöglicht werden. In den vergangenen Monaten wurden neue Ansätze bei Schulungen und Onboarding eingeführt, um neu gewonnene Fachkräfte bestmöglich an das Unternehmen zu binden. Ein fokussierter Schulungskatalog umfasst vor allem relevante Trainings am Point of Sale und zielt auf die Stärkung der fachlichen und personellen Kompetenzen der Mitarbeiter an den Standorten ab. Unterstützt werden die Gesellschafter bei Auswahl und Einsatz der möglichen Schulungen durch die expert-Zentrale. Für das Onboarding neuer Mitarbeiter wurden IT-gestützte Lösungen eingeführt. Anhand rollenspezifischer Lernpfade werden sie im Umgang mit den expert-Systemen geschult, um diese in der täglichen Arbeit zielführend einsetzen zu können.

experten Performance Cup

Beim 2023 eingeführten Experten Performance Cup werden jeden Monat expert-Standorte und deren Teams mit besonders positiven Entwicklungen in verschiedenen Bereichen entlang der Customer Journey prämiert. Ziel ist die Förderung von Teambuilding an den Standorten, die nachhaltige Steigerung des Geschäftserfolgs und

eine Ableitung von Best Practices sowie die Steigerung der Kundenzufriedenheit. Die Auszeichnung der Gesamtjahresgewinner fand auf der expert FJT statt: Den ersten Platz belegt die Norbert Schaper GmbH in Damme, auf den Plätzen zwei und drei folgen die Herfag Elektrotechnik GmbH in Leinefelde sowie die Expert-Stommel, Helmut & Vanessa Stommel OHG in Michelstadt.

Nach einer erfolgreichen Pilot-Phase ging auch der expert-Azubi-Wettbewerb im Jahr 2023 in die zweite Runde. In dem Wettbewerb hatten die Auszubildenden aller expert-Gesellschafter die Möglichkeit, in Gruppen von bis zu vier Personen ein Video zu einem Produkt ihrer Wahl zu drehen und darin in einem Verkaufsgespräch die wichtigsten Argumente zu präsentieren. Eine Fachjury hat anschließend die eingereichten Videos anhand der Kriterien Verkaufsargumente, Kreativität und Unterhaltung sowie technische Umsetzung bewertet. Die Gewinner des ersten Platzes (zwei Auszubildende der expert Handels GmbH in Langenhagen) wurden bei der FJT für ihre gute Leistung prämiert. Die besten drei Beiträge werden den Gesellschaftern zur Verfügung gestellt.

Markenbotschafter Rudi Völler

Auf die Stärken im regionalen Handelsgeschäft zielen die für 2024 geplanten Marketing-Aktivitäten von expert, die **Marcus Willbold**, Geschäftsbereichsleiter Marketing & E-Commerce, präsentierte. Er zog ein sehr positives Fazit der »Technik-Nach-



Rudi Völler ist expert-Testimonial in den Werbekampagnen zur bevorstehenden Heim-Fußball-EM

barn«-Kampagne, die authentisch auf die räumliche und persönliche Nähe der Fachmärkte und Fachgeschäfte zu ihren Kunden in der jeweiligen Region abzielt. Mit einem Fokus auf die Fußball-Europameisterschaft 2024 wird die Kampagne fortgesetzt, in deren Mittelpunkt als Markenbotschafter und authentischer Sympathieträger **Rudi Völler** steht.

UE-Schulungsoffensive

Mit der Heim-EM im Blick startet expert neue Schulungen für Unterhaltungselektronik. Während der »UE-Schulungsoffensive« stehen an vier Terminen im April rund 15 Hersteller zur Verfügung, um den Gesellschaftern und Fachberatern in einer zweitägigen Schulung »aus erster Hand« die Vorzüge ihrer jeweiligen UE-Produkte zu präsentieren. Dank der gewonnenen Produktkenntnisse sollen die Verkäufer danach noch passgenauer beraten können.

Der Standort in Uelzen wurde im vergangenen Jahr umgebaut und modernisiert



expert Hanse-Verbund mit vier Fachmärkten

Service-orientierter Erlebnis-POS

Der **expert Hanse-Verbund** ist »Händler des Jahres 2023« in der Kategorie Fachmarkt. An den vier Standorten in Lüneburg, Salzwedel, Uelzen und Wittenberge mit zusammen 5.800 Quadratmeter Verkaufsfläche wird ein mustergültiger Erlebnis-POS mit vielfältigem Serviceportfolio umgesetzt, das besonders im neugestalteten Fachmarkt in Uelzen zum Tragen kommt. Vorbildlich ist auch die Mitarbeiterführung mit enger Einbindung des Teams.

Die Unternehmerfamilie Meinecke kann auf 92 Jahre Erfahrung in der Branche zurückblicken. **Philipp Meinecke** führt, gemeinsam mit Vater **Peter Meinecke**, den Familienbetrieb in nunmehr vierter Generation. Insgesamt arbeiten für den expert Hanse-Verbund 105 Beschäftigte an den vier Standorten. Die familiäre Ausrichtung äußert sich unter anderem darin, dass die Mitarbeitenden stark in das Unternehmen eingebunden werden. Sie können sich aktiv mit ihren Ideen einbringen und werden an Entscheidungen beteiligt.

Motivierte Mitarbeitende

Dieses Know-how nutzt dem gesamten Team, das im täglichen Kontakt mit den Kundinnen und Kunden steht. »Wir setzen



Erlebnisorientierter Fachmarkt mit breitem Sortiment und sparsamer LED-Beleuchtung



Die 60 Quadratmeter große Showwohnung ist ausgestattet mit Produkten aus allen Bereichen

auf hohe Motivation unserer Mitarbeitenden. Begeisterung bei uns und Begeisterung bei unseren Kunden: Das ist unser Erfolgsrezept«, erklärt Philipp Meinecke. Basis dafür ist die in einem gemeinsamen Prozess mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern entwickelte Unternehmens-DNA. Diese definiert Grundprinzipien unter anderem für den Kundenumgang. »Alle unsere Mitarbeitenden haben diese DNA verinnerlicht, das stärkt die Identifikation und gibt die Richtung für unser Handeln vor«, erläutert Meinecke. Mitarbeiter-Events und gemeinsame Ausflüge verbessern zusätzlich den Teamspirit. Dieses integrative Mitarbeiterkonzept wurde im vergangenen Jahr mit dem Kreativpreis des Mittelstandsverbands prämiert.

In Zeiten von Fachkräftemangel gilt es, fähige Mitarbeiter zu binden und gute neue zu finden. Beim Recruiting haben Geschäftsführer Philipp Meinecke und Prokurist **André Köllner** daher auch Quereinsteiger im Blick, die mit Softskills wie Empathie und Begeisterungsfähigkeit überzeugen. Das nötige Fachwissen wird in regelmäßigen Schulungen vermittelt, damit alle Beschäftigten die Kundschaft kompetent beraten können.

Modernes Fachmarktkonzept

Der Fachmarkt in Uelzen wurde erst vor kurzem umgebaut und zu einer erlebnisorientierten Wohlfühlzone umgestaltet. In die Gestaltung sind auch kreative Ideen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit eingeflossen. Highlight ist eine 60 Quadratmeter große Showwohnung mit Wohnzimmer, Home Office, Showküche und weiteren Zimmern – ausgestattet mit Produkten aus allen Warenbereichen und Smart-Home-Lösungen. Die smarte Wohnung weckt Bedarf, stellt komplexe Themen realitätsnah dar und ist die passende Bühne für Produktpräsentationen. Auch Kunden-Events wie z. B. Kochvorführungen finden hier statt.

Fokus auf Nachhaltigkeit

Bei der Umsetzung des neuen Fachmarktkonzepts wurde zudem stark auf Nachhaltigkeit geachtet, was sich unter anderem an der sparsamen LED-Beleuchtung auf der Fläche, der Photovoltaik-Anlage auf dem Dach, den wechselbaren, CO₂-neutralen Teppichfliesen und dem besonderen Fokus auf energieeffiziente Geräte zeigt. Das Thema Nachhaltigkeit reicht aber noch weiter: So sind die Fachberater darauf geschult, dass sie im Kundengespräch Nachhaltigkeitsaspekte wie den Stromverbrauch thematisieren. Bei der Energieberatung geht es auch um sparsame Smart-Home-Lösungen und Balkonkraftwerke.

»Abgestimmt auf die örtlichen Gegebenheiten werden wir in naher Zukunft ein Best-of der in Uelzen bewährten Konzepte und Umbaumaßnahmen auch an unseren Standorten in Lüneburg, Salzwedel und Wittenberge umsetzen«, betont Philipp Meinecke.



Die Produktpräsentation im modernen Ambiente wird um vielfältige Services ergänzt

Umfangreiches Serviceportfolio

Ein weiterer Pluspunkt des expert Hanse-Verbands ist das breit aufgestellte Service-Angebot. Hierzu zählen sowohl Tarifberatungen im Telekommunikationsbereich oder Energieberatung als auch Online-Reservierungen, Liefer-, Abhol- und Aufmaßservices, Einbau/Montage und Installation vor Ort bis hin zu einer »Technikhilfe nach dem Kauf«, bei dem Berater zum Kunden nach Hause kommen, um individuelle Fragen zu klären. Ein »Sofort-Startklar-Service« unterstützt bei der Einrichtung eines Smartphones oder Notebooks, zudem können Fernseher professionell kalibriert werden. Die haus-eigene Werkstatt übernimmt Reparaturen für Weiße Ware, Notebooks, Smartphones und TV-Geräte. Abgerundet wird das umfangreiche Portfolio durch Geräteversicherungen, Finanzierungsservices und Altgeräte-Entsorgung, teilweise auch Altgeräte-Ankauf.

Zur Kundenbindung wird regelmäßig ein breites Spektrum an Events organisiert. Dazu zählen exklusive Produktvorführungen oder Kochkurse, Infoabende zu speziellen Themen wie Smart Home, aber auch ein Sommerfest mit Grill-Vorführung und ein Golf-Turnier. Bekannt ist der Fach-



Unternehmerfamilie Philipp,
Angelika und Peter Meinecke

Die Mitarbeitenden
werden am Entscheidungsprozess beteiligt



Preisübergabe auf der KOOP-Messe Familie Meinecke (Mitte) mit **CE-Markt** Chefredakteur Jan Uebe (links davon) sowie den expert-Vorständen Dr. Stefan Müller (2.v.r.), Michael Grandin und Christoph Komor (ganz links) und Peter Zyprian, Gesamtvertriebsleiter expert (ganz rechts)



TV-Bereich mit bequemen Sitzgelegenheiten



Auch eine Grillabteilung ist Teil des Angebots beim expert Hanse-Verband



Ein HiFi-Studio lädt zum Probehören ein

markt außerdem als Sponsor lokaler Veranstaltungen und Sportvereine.

Stammkunden profitieren von VIP-Shopping-Abenden und exklusiven Angeboten. Zur Neukundengewinnung setzt man auf Social-Media-Marketing und erreicht damit eine breite und jüngere Zielgruppe. Bei den Veröffentlichungen bringen sich auch eigene Mitarbeiter ein, die auf Bildern und Videos mitwirken. Das hat einen Werbeeffect, denn in den ländlichen Regionen werden diese Personen häufig wiedererkannt.

Einkaufserlebnis mit Mehrwert

»Die Auszeichnung zum »Händler des Jahres« macht uns schon ein wenig Stolz und ist eine tolle Anerkennung der Leistung des ganzen Teams von expert Hanse-Verband«, freut sich Philipp Meinecke. »Die Auszeichnung unterstreicht abermals, dass stationärer Einzelhandel mit innovativen Ansätzen immer noch und immer wieder Kundinnen und Kunden begeistern kann. Unser Anspruch sind wahre Einkaufserlebnisse, die ihnen echten Mehrwert bieten. Dafür haben wir gemeinsam mit allen Mitarbeitenden einen der modernsten Elektronikfachmärkte Deutschlands geschaffen.«

»Ich gratuliere den Herren Meinecke sowie ihrem gesamten Team sehr herzlich zur Auszeichnung als Händler des Jahres!«, ergänzt **Dr. Stefan Müller**, Vor-

standsvorsitzender der expert SE. »Die vier Standorte von expert Hanse-Verband sind ein ideales Beispiel dafür, welche Vorzüge und vielfältigen Shop-pingerlebnisse ein moderner Elektro-fachmarkt seinen Kunden bieten kann. Mit der Auszeichnung wird das Engagement der Geschäftsführung und aller Mitarbeiter von expert Hanse-Verband verdient gewürdigt.«



Drittes Führungskräfte-Schulungsmodul mit GMP.

Eine der größten aktuellen Herausforderungen im Fachhandel ist es, geeignete Arbeitskräfte zu finden, an das Unternehmen zu binden und sie entsprechend zu führen und zu motivieren. Dies gelingt nur mit qualifizierten Führungskräften. Hier setzt das von **Wertgarantie** und der Gesellschaft für Managementpsychologie (GMP.) aufgesetzte Führungskräfte-Entwicklungsprogramm »Wert-Management« an, das nun mit dem dritten Modul startet. Über das exklusive Trainingsangebot im Umfang von drei Modulen berichten **Thilo Dröge**, Geschäftsführer Vertrieb bei Wertgarantie, und **Eva Kaczmarek**, Managing Consultant bei GMP.

Herr Dröge, Frau Kaczmarek, warum Wert-Management?

Thilo Dröge: Es war schon immer unsere Besonderheit, dass wir umfangreiche und praxiserprobte Verkaufstrainings anbieten. So sind beispielsweise über unser Profi-Training mittlerweile über 35.000 Verkaufs- und Service-Mitarbeiter geschult. Auf reine Führungsaufgaben und die damit verbundenen Fragestellungen haben wir uns aber bis vergangenes Jahr in den Trainings nicht konzentriert: Wie führe ich Mitarbeiter-Gespräche? Wie setze ich Ziele? Wie leite ich Mitarbeitende an? Was beinhaltet das Reifegrad-Modell? Wie führe ich Mitarbeitende in unterschiedlichen Reifegraden? Das neue Schulungsangebot wurde letztendlich eingerichtet, da es immer wieder Wünsche dazu aus dem Handel gab. Darüber hinaus haben wir uns für das Angebot entschieden, da wir im Thema Profi-Training so erfolgreich sind und über die entsprechenden Trainer-Teams und Tools in der Akademie verfügen. Denn wir wissen ja auch: Je stärker die Führungskraft bzw. der Chef im Unternehmen hinter Wertgarantie steht, umso größer ist auch der Erfolg. Und dafür haben wir GMP. mit ins Boot geholt. Wert-Management besteht aus vier aufeinander



Eva Kaczmarek und Thilo Dröge



Workshop als E-Learning mit Praxis-Beispielen



Wert-Management als physischer Workshop für Führungskräfte im Handel

der aufbauenden Modulen. Wir starten mit dem Basis-Modul, welches als klassisches E-Learning-Modul in der Akademie mit vielen Praxis-Beispielen und Praxis-Transfer angelegt ist. In Modul 2 geht es um die Gesprächsführung und wird in Form von E-Trainings durchgeführt. Hierzu werden regelmäßige Termine angeboten. Und dann folgt das Modul 3.

Was ist das Besondere an Wert-Management und diesem dritten Modul?

Eva Kaczmarek: Es war uns wichtig, ein Programm zu entwickeln, das eng an die Praxis angelehnt ist und die spezifischen Anforderungen des Fachhandels in Bezug auf Führungsherausforderungen fokussiert. Neue Führungskräfte werden so von uns auf ihre Arbeit vorbereitet, erfahrene Führungskräfte unterstützt und weiterentwickelt. Zu den Themen bei Modul 3 zählen u.a. motivierende Führung, Mitarbeiterbindung und Entwicklung. Ein Ziel ist es, die Arbeitgeberattraktivität durch gesunde, motivierende Bedingungen weiter auszubauen. Wir setzen dabei mit Wertgarantie zusammen auf eine hohe Interaktivität und praktische Relevanz der Themen.

Was erwartet die Teilnehmer des dritten Moduls?

Kaczmarek: Wir legen den Fokus auf die nachhaltige Verbesserung der Führungsarbeit und vermitteln gut umsetzbare Tools mit hohem praktischem Nutzen. Wichtig ist dabei eine hohe Interaktivität und praktische Relevanz der Themen. Zudem bieten wir die Möglichkeit mit Kollegen über Herausforderungen und Best Practices in den Austausch zu gehen sowie konkrete Fragen zu stellen und Tipps von Trainern und der Gruppe zu erhalten. Erfahrene Führungskräfte, die die Herausforderungen der Zielgruppe gut kennen und so besonders gut darauf eingehen können, übernehmen die Schulungen.

Zum Abschluss, wie geht es dann weiter?

Dröge: Das finale Modul ist wirklich bahnbrechend und sieht einen Umsetzungs-Workshop mit allen Führungskräften und Mitarbeitenden eines Unternehmens vor. In dem wird dann daran gearbeitet, die Ziele aus Wert-Management in der Unternehmenskultur fest zu verankern. So wird ein »Empowerment« für die gesamte Belegschaft und die Arbeitgeberattraktivität geboten.

Noch wird zu wenig repariert

Nachdem sich die EU-Institutionen am 2. Februar auf die Einführung eines »Rechts auf Reparatur« geeinigt haben, soll es künftig einfacher und günstiger werden, Produkte reparieren zu lassen, anstatt sie neu zu kaufen. Der konkrete Richtlinienentwurf der EU soll in den nächsten Monaten veröffentlicht werden.

Eine aktuelle Verbraucherumfrage der GfK im Auftrag des ZVEI-Verbands zeigt, dass das Reparaturverhalten in Deutschland von der Art des defekten Elektrogeräts abhängt und die Konsumenten den Neukauf gegenüber einer Reparatur des defekten Geräts grundsätzlich bevorzugen. Drei Viertel der Befragten haben defekte Elektrohaushaltsgeräte in den zurückliegenden zwölf Monaten nicht repariert, sondern ersetzt. Bei Geräten der Unterhaltungselektronik waren es rund zwei Drittel, die sich für ein Ersatzgerät entschieden. Dafür gibt es laut Umfrage primär vier Gründe: An erster Stelle steht der Wunsch nach einem neuen Gerät (ein Drittel der Befragten). Auch Preis, Zeit und Reparierbarkeit spielen eine Rolle. Drei von zehn Befragten begründeten den Ersatz damit, dass ein Neukauf günstiger gewesen sei als eine Reparatur. Knapp ein Viertel gab an, eine Reparatur



Carine Chardon

hätte länger gedauert als der Ersatz. Für 16 Prozent der Befragten sei eine Reparatur nicht möglich gewesen. 27 Prozent der Befragten erkundigten sich angesichts von defekten Geräten nicht nach einer Reparaturmöglichkeit.

»Verbraucherinnen und Verbraucher ziehen eine Reparatur defekter Geräte oft nicht in Erwägung, sondern nutzen den Defekt als Anlass für die Anschaffung eines neueren Modells. Besonders bei Haushaltskleingeräten und Unterhaltungselektronik wurde die Option einer Reparatur offenbar vielfach nicht geprüft«, sagt **Carine Chardon**, Leiterin des Bereichs Consumer im ZVEI. »Es braucht daher neben einer grundsätzlichen Stärkung der Reparaturmöglichkeiten auch mehr öffentlichkeitswirksame Kommunikation, wie staatliche Kampagnen und Anreize für Reparaturen. So rücken die Chancen von Reparaturen mehr in den Fokus und die Reparaturkultur insgesamt wird gestärkt.

Denn nur wenn Verbraucherinnen und Verbraucher defekte Geräte auch wirklich reparieren lassen, statt sie zu ersetzen, sind die von der EU angestoßenen Maßnahmen wirkungsvoll.«

Immerhin jeder Fünfte ließ laut der ZVEI-Umfrage ein Elektrogerät reparieren oder reparierte es selbst. Am häufigsten wandten Verbraucherinnen und Verbraucher sich hierzu an den Kundendienst eines Händlers oder Herstellers. Gut die Hälfte der Befragten gab an, dass die Reparatur dort durchgeführt wurde, bei Elektrogroßgeräten waren es sogar etwa 60 Prozent. Zugleich wurden fast ebenso viele Reparaturen über alternative Wege erreicht: 29 Prozent wandten sich an unabhängige Reparaturbetriebe oder sogenannte Repair Cafés, andere reparierten selbst (12 %) oder ließen durch eine nahestehende Privatperson reparieren (4 %).

»Der bestehende gesetzliche Rahmen hat dazu beigetragen, die Reparaturangebote insgesamt zu stärken und die Optionen für Verbraucherinnen und Verbraucher zu erhöhen«, erläutert Carine Chardon. »Gerade wenig komplexe, für die Sicherheit unbedenkliche Reparaturen können gut von herstellerunabhängigen Reparateuren oder Privatpersonen vorgenommen werden. Gleichzeitig stellen Reparaturen von Elektrogeräten bei unsachgemäßer Durchführung oder bei mangelnder Fachkenntnis ein Sicherheitsrisiko dar. Entsprechend ist die zielgruppengerechte Zugänglichkeit von Reparaturinformationen und Ersatzteilen zielführend und auch künftig zu berücksichtigen.«

IT-Systemhausverbund

40-jähriges Jubiläum von comTeam

Um das Jubiläum gebührend zu feiern, organisiert **comTeam** für seine rund 800 Partnerunternehmen noch mehr Präsenz- und Online-Veranstaltungen als gewöhnlich. Auf der Agenda stehen unter anderem Sport- und Freizeitevents, Schulungen, Workshops, Fortbildungen und ein extra große Partnerkonferenz im Herbst.

Wissenstransfer durch Schulungen und Vorträge stehen bei comTeam so gut wie wöchentlich auf dem Plan – vor allem, seit das eigene Bildungsnetzwerk comTeach Campus vor rund drei Jahren an den Start ging. Auch Business-Gespräche in geselliger Atmosphäre bei Wanderungen, Fahrrad- oder Bootstouren sind bei comTeam ein fester Bestandteil. Für das Jubiläumsjahr hat sich der Verbund eine Reihe zusätzlicher Veranstaltungen einfallen lassen. »Ich übertreibe nicht, wenn ich sage, dass unsere Events fast wie Familientreffen sind. Gerade unsere Outdoor-Aktivitäten stehen im Kontrast zu den vielen technischen Online-Veranstaltungen und

sind immer ein willkommenes Highlight«, sagt **Sven Glatter**, seit zwölf Jahren Geschäftsführer von comTeam. Höhepunkt der Jubiläumsevents bildet die große Partnerkonferenz im Oktober, die diesmal im Phantasialand in Brühl stattfinden wird.

Historie von comTeam

Sieben EDV- und Computerfachhändler schlossen sich am 1. Oktober 1984 als Kommanditisten zusammen und gründeten im niedersächsischen Lilienthal die comTeam GmbH & Co. AG. Ihr Fokus lag auf dem gezielten Einkauf von mechanischer und elektronischer Ausstattung für

datenverarbeitende Systeme. Mitte der 1990er Jahre folgte ein Wachstumsschub: comTeam konnte seine Mitgliedschaften auf rund 100 Partner erweitern. 2001 verkauften die Kommanditisten ihre Anteile an ElectronicPartner, die heutige Muttergesellschaft. »comTeam in unserem Verbund zu holen, war eine der besten Ideen meiner Laufbahn«, erklärt ElectronicPartner-Vorstand **Karl Trautmann**. »Bis heute ist die Mannschaft absolut erfolgreich und überzeugt durch leidenschaftlichen Einsatz.« Aktuell verzeichnet der Systemhausverbund rund 800 Mitgliedsbetriebe. »Unsere Grundpfeiler sind nach wie vor Vertrauen, Verlässlichkeit, Vernetzung und Fachwissen. Dabei stellen wir unsere Partnerinnen und Partner immer in den Mittelpunkt unserer Arbeit«, so Sven Glatter. »Wir sehen es als unsere Aufgabe an, genau die Kontakte zur Industrie zu pflegen, Services, Schulungs- und Informationsangebote zu liefern, die unsere Partnerunternehmen brauchen, um immer auf dem neuesten Stand der Technik zu sein und ihre Kundschaft optimal zu betreuen.«



Tadato Kimura folgt auf John Anderson

Neuer Country Head von Sony Deutschland

John Anderson wird Ende März nach 33 Jahren Unternehmenszugehörigkeit auf eigenen Wunsch bei **Sony** ausscheiden, um sich neuen beruflichen Aufgaben zu widmen. Mit Wirkung zum 1. April übernimmt **Tadato Kimura**, bisher Deputy Country Head, als neuer Country Head die Leitung von Sony Deutschland. Das Senior Management bleibt mit **Ulf Schreurs**, **Steffen Feuerpeil** und **Fred Lange** unverändert bestehen.

Die umfangreiche Karriere von **John Anderson** bei Sony Europe umfasst mehrere Führungspositionen, in denen er maßgeblich zum Unternehmenserfolg in europäischen Märkten beigetragen hat. Vor seiner Position als Country Head von Sony Deutschland verantwortete er die Geschäftsleitung von Sony in Großbritannien und Irland. Zuvor war er als Vice President Home Entertainment & Sound sowie als Vice President Customer Services Europe im europäischen Headquarter tätig, wo er eine Turnaround- und Transformationsphase des Geschäfts leitete. Davor war er Country Head von Sony Österreich.

»Ich hatte in den letzten 33 Jahren eine spannende Laufbahn bei Sony und es ist ein Privileg, so lange mit dieser herausragenden Marke verbunden gewesen zu sein. Gleichzeitig sehe ich – mit einer klaren Strategie für die Zukunft, einer positiven Geschäftsentwicklung und einem neuen Team –, dass jetzt ein guter Zeitpunkt ist, den Staffelstab an die nächste Generation weiterzugeben. Ich wünsche dem Unternehmen das Allerbeste für die Zukunft«, kommentiert John Anderson.

»In den vergangenen fünf Jahren hat John Anderson eine entscheidende Rolle bei der Förderung eines starken Gewinnwachstums auf dem deutschen Markt sowie beim Aufbau eines hochperformanten Teams gespielt«, so **Masashi Takiguchi**, President Sony Europe B.V. »Wir sind ihm für sein unerschütterliches Engagement, seine strategische Vision und seinen unermüdlichen Einsatz für Sony Europe zutiefst dankbar und wünschen ihm viel Erfolg und alles Gute für seinen weiteren beruflichen Weg.«

Sein Nachfolger **Tadato Kimura** ist seit September 2023 Deputy Country Head von Sony Deutschland und übernimmt die Position des Country Head ab 1. April 2024. Seine Laufbahn bei Sony erstreckt sich über 25 Jahre, in denen er verschiedene Führungspositionen in Europa und Asien innehatte. Bevor er zu Sony Deutschland kam, war er unter anderem Marketingleiter von Sony China, Vice President & Head of Region APAC sowie Vice President & Head of Premium Category Business Ma-



John Anderson



Tadato Kimura



Steffen Feuerpeil



Ulf Schreurs



Frederik Lange

nagement bei Sony Mobile Communications sowie Senior General Manager von Sony Indien.

Mit dem Wechsel in der Geschäftsleitung wird **Steffen Feuerpeil**, bislang Director of Sales Strategy and Mobile Business, die Position des Marketing Head für Deutschland übernehmen. Er folgt damit auf **Naoki Sugaya**, der nach zwei Jahren in dieser Funktion in die Unternehmenszentrale nach Tokio zurückkehren wird.

Das Senior Management von Sony Deutschland ist ab dem 1. April wie folgt aufgestellt und wird direkt an den neuen Country Head Tadato Kimura berichten:

- Der neue Marketing Head Steffen Feuerpeil wird auch weiterhin für den Vertrieb über Mobilfunknetzbetreiber zuständig sein. Er ist seit 2005 bei Sony und hatte Positionen auf Länderebene im Vertrieb und Marketing inne. In der Zentrale in Tokio arbeitete er in der Strategieabteilung sowie als Director of Global Analytics in San Francisco/USA. Danach war er bis 2017 als Head of Etail, Hypers & B2B bei Sony Deutschland tätig und anschließend als Head of Regional Sales bis 2019.

Nach einem Jahr Mid-Career Master Studium an der Harvard University/USA übernahm Steffen Feuerpeil 2020 als Head of Mobile Business die Leitung der Mobilsparte von Sony Deutschland.

- **Ulf Schreurs**, Director of Multi-Channel-Einzelhandel, verantwortlich für MSH, Buying Groups und regionaler Außendienst, begann seine Karriere 2007 bei Sony. Nach seiner Tätigkeit als Senior Product Manager TV leitete er ab 2014 als Head of Digital Imaging Business den Kamerabereich von Sony Deutschland. Von 2019 an war Ulf Schreurs als Head of Region Sales für die Leitung des gesamten Regionalvertriebs verantwortlich.

- **Frederik Lange**, Director of Etail, Fotoeinzelhandel und B2B, startete 2004

seine Karriere bei Sony am Unternehmensstandort in Weybridge/UK. Nach mehrjähriger Logistics- und Marketing-Erfahrung im pan-europäischen Headquarter übernahm er 2016 als Category Head die Verantwortung für den Bereich Digital Imaging für den britischen und irischen Markt. Drei Jahre später wechselte Frederik Lange in den Sales-Bereich als Head of Photo Specialists Channel. 2020 erfolgte sein Wechsel zu Sony Deutschland als Head of Digital Imaging Business.

»Sony hat mir vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten geboten und es ist ein Privileg, so lange mit dieser herausragenden Marke verbunden gewesen zu sein«, sagt der scheidende Country Head John Anderson. »Mit Tadato Kimura als meinem Nachfolger, Steffen Feuerpeil als neuem Marketing Head sowie Ulf Schreurs und Frederik Lange als Vertriebsdirektoren hat Sony Deutschland ein Senior Management-Team mit hervorragender fachlicher Kompetenz, welches das erfolgreiche Geschäft in Deutschland weiterentwickeln und vorantreiben wird.«

Mehrwert-Aktion für den Handel

Gemeinsam mit dem Handel startet **TP Vision** seine bisher größte Abverkaufskampagne zu Ambilight TV. Im Rahmen eines Gewinnspiels werden interessierte Fußballspieler eingeladen, an Sichtungsturnieren teilzunehmen und sich in eines der Teams zu kicken, die ins Trainingscamp mit angeschlossenem Länderturnier zum FC Barcelona reisen. Handelspartner können sich mit eigenen Aktionen am Ambilight Campus beteiligen.

Jede Käuferin und Käufer eines Philips Ambilight TVs im Zeitraum von Februar bis April 2024 darf einen Mann (Mindest-

alter 18 Jahre) und eine Frau (mindestens 16 Jahre) ihrer freien Wahl nominieren. Mit etwas Glück geht es dann zu einem der Sichtungscamps, die im Mai und Juni 2024 stattfinden. Die Camps werden von renommierten Coaches, wie beispielsweise **Hans Sarpei**, geleitet und finden an verschiedenen Orten statt, wie dem Ahorn Camp Sportpark von Eintracht

Ilkay Gündogan ist Gesicht der »Ambilight Campus«-Kampagne von TP Vision



Murat Yatkin

Frankfurt, der Generali-Arena in Wien und dem Wankdorf-Stadion in Bern. Jeweils 15 männliche und 15 weibliche Talente aus Deutschland, Österreich und der Schweiz (90 insgesamt) reisen dann Ende Juni nach Spanien, wo sie zwei

Tage unter den Augen der Scouts vom FC Barcelona ein volles Trainingsprogramm absolvieren und internationale Profifußball-Luft schnuppern. Der Abschluss ist ein Länderturnier im aktuellen Stadion des FC Barcelona. Gesicht der Kampagne ist **Ilkay Gündogan**, Kapitän der deutschen Nationalmannschaft und einer der Superstars des FC Barcelona. »Unsere Partnerschaft mit dem FC Barcelona ermöglicht uns, eine Kampagne umzusetzen, wie es sie bisher nicht gegeben hat«, erklärt **Murat Yatkin**, Managing Director TP Vision D/A/CH & International Accounts. »Mit dem Ambilight Campus setzen wir einen weiteren Meilenstein im Rahmen unserer erfolgreichen Mehrwert-Strategie. Ohne die Aktionen unserer Handelspartner zu stören oder Preise zu beeinflussen, machen wir Träume wahr und stellen Ambilight noch stärker in den Fokus.«

Im Vertrieb von Aqipa

Pure legt Top-Seller neu auf

Mit dem gefälligen Design in Holzoptik richtet sich Pure an eine traditionsbewusstere Zielgruppe. Ein CD-Laufwerk lässt die heimische CD-Sammlung abspielen, hinzu kommen DAB+, UKW, Bluetooth und auch ein Spotify-Account lässt sich verbinden. Die Neuauflage der Pure Classic-Reihe ist ab April mit drei Modellen in den Ausführungen Oak/Cotton White und Walnut/Coffee Black erhältlich. Das handliche und kompakte H4 ist ideal für kleine Küchen oder Schlafzimmer, der mittelgroße C-D6 enthält ein CD-Laufwerk und der größerer Classic Stereo sorgt als vollwertige Stereoanlage für guten Sound im Wohnzimmer. Letzteres Modell verfügt zudem über einen CD-Player, sowie Internet Radio, Spotify Connect und weitere praktische Anschlüsse. Der österreichische Distributor Aqipa verantwortet den Vertrieb von Pure und unterstützt mit zahlreichem Channel-Support.



Sonos by Sonance

Kraftvoller In-Ceiling-Sound

Der 8-Zoll (203 mm) In-Ceiling-Speaker von Sonos bietet Integrationspartnern eine Alternative zum Sonos 6-Zoll (152 mm) In-Ceiling Speaker, lässt sich unauffällig in die Decke integrieren und liefert gut ausbalancierten, klaren Sound. Der neue In-Ceiling Speaker (UVP: 1.099 Euro pro Paar) wurde in Zusammenarbeit mit Sonance entwickelt und abgestimmt. Er verfügt über einen speziell angefertigten, vergrößerten Tieftöner und einen High-Excursion-Treiber für sanfte Mitten, tiefe Bässe bis 32 Hz und einen größeren Abdeckungsbereich. Ein 30-mm-Hochtöner und ein optimierter Waveguide gewährleisten laut Anbieter natürlich klingende Stimmen und eine präzise Klangverteilung für raumfüllenden Sound.



freenet TV

Programmvierfalt mit TV-Stick

Der Hybrid TV Stick von freenet TV ermöglicht den Empfang von rund 40 Sendern in Full-HD (1080p) über das Antennenfernsehen sowie den Zugang zu IPTV. Damit richtet sich der TV-Stick auch an Kabelkunden, die vom Wegfall des Nebenkostenprivilegs betroffen sind und ab 1. Juli 2024 ihren Fernsehempfang frei wählen können. Im Vergleich zum Empfang über einen DVB-T2 HD-fähigen Receiver oder ein CI+ Modul versorgt der Hybrid TV Stick die Kunden zusätzlich mit IPTV einschließlich Streaming-Apps und Mediatheken, mit über 30.000 Filmen und Serien auf Abruf sowie mit bis zu 250 TV-Sendern, davon mehr als 220 Sender in HD-Qualität. Über den IPTV-Empfang stehen weitere Features bereit, wie die oft nachgefragten Funktionen Aufnahme, Pause und Restart. Bis zu vier Streams können parallel gestartet und ein Account gemeinsam von der Familie genutzt werden.

Energie sparen leicht gemacht

Auch 2024 wird Energiesparen wieder in vielen Haushalten ein Thema sein. Denn Strom ist nach wie vor teuer und kostet aktuell durchschnittlich 27,3 Cent/kWh. Das macht alternative Energien und energiesparende Maßnahmen sinnvoll. Mit den folgenden Tipps von **Zendure** lässt sich der Energieverbrauch zu Hause reduzieren bzw. optimieren.

Energieeffiziente Hausgeräte

Wer in energieeffiziente Haushaltsgeräte wie Kühlschränke, Waschmaschinen, Geschirrspüler und Klimaanlage mit einem hohen Energiestandard (A+++ oder ähnlich) investiert, spart direkt an Strom und Wasserverbrauch.

Geräte ausschalten

Elektronikgeräte wie Computer, Fernseher und Ladegeräte sollten ausgeschaltet werden, wenn sie nicht in Gebrauch sind, und nicht im Standby-Modus weiterlaufen. Mit Produkten wie dem Zendure Smart Plug oder dem Shelly Plug Plus S lassen sich Geräte fernsteuern und können automatisch abgeschaltet werden.

Energie bewusster verbrauchen

Es ist sinnvoll, Familienmitglieder und Mitbewohner für den bewussten Energieverbrauch zu sensibilisieren und sich das Energiesparen als gemeinsames Ziel zu setzen. Denn damit diese Maßnahme die größte Wirkung hat, müssen alle an einem Strang ziehen.

Stromfresser identifizieren

Die Verwendung intelligenter Energiemessgeräte wie dem Zendure Smart Plug, Shelly Plug Plus S und Pro 3EM hilft herauszufinden, welche Geräte im Haushalt am meisten Strom verbrauchen. Auf diese Weise können gezielt Maßnahmen zur Reduzierung des Verbrauchs ergriffen werden.

Erneuerbare Energien nutzen

Wenn möglich, ist die Nutzung erneuerbarer Energien eine empfehlenswerte Maßnahme. Solarpanels können auf dem Dach, am Balkon oder im Garten installiert werden, um saubere Energie zu erzeugen und den eigenen Bedarf an fossilen Brennstoffen zu reduzieren. Flexible Solarpanels wie die von Zendure passen sich problemlos unregelmäßigen Oberflächen wie runden Balkongeländern an und können damit vielerorts befestigt werden.

Energie speichern

Der Einsatz von Energiespeichergeräten wie SuperBase V oder SolarFlow von Zen-

sure verhindert, dass eigens generierte Energie verschwendet wird, da diese stattdessen in Batterien gespeichert werden kann. Die gespeicherte Energie kann anschließend zu einem späteren Zeitpunkt (zum Beispiel nachts, in Notsituationen oder wann immer sie gebraucht wird) verwendet werden.

Smart-Home-Lösungen einsetzen

Haushalte, in denen intelligente Thermostate, Beleuchtungssysteme und Steckdosen im Gebrauch sind, können damit ihren Energieverbrauch optimieren. Zendures Satellite Plug, Shellys Plug Plus S und Pro 3EM sind alles smarte Geräte, die dabei helfen, den Energieverbrauch intelligent zu steuern, Energiedaten in die App liefern und Analysen des Energieverbrauchs ermöglichen.

Mit dem ZEN+ Home EnergyHub hat Zendure ein benutzerfreundliches Ökosystem geschaffen, das sich aus Plug&Play-Produkten zusammensetzt, die mit branchenführenden Technologien kompatibel sind. Hierzu gehören SolarFlow, PVHub 1000, PVHub 2000, PVHub Mini, die AB1000- und AB2000-Batterien, verschiedene Kabeltypen, der smarte Satellite Plug sowie Shellys Plug Plus S, 3EM und Pro 3EM.



ZEN+ Home EnergyHub von Zendure

Ledvance

Leuchtenhersteller präsentiert sich mit neuer Ausrichtung

Unter dem Motto »Power Through Light« zeigt Ledvance auf der Light + Building in Frankfurt intelligente und effiziente Beleuchtungs- und Energielösungen. Das Spektrum reicht von professioneller LED-Beleuchtung für diverse Anwendungsbereiche über das Lichtmanagement-System Vivares bis hin zum neuen Photovoltaik-Sortiment. Und mit den auf eine Kreislaufwirtschaft ausgerichteten Produktlinien Everloop und Natureloop positioniert sich Ledvance als Anbieter von nachhaltigen LED-Leuchten. Natureloop steht für

Lampen, die mit recycelten Materialien hergestellt und verpackt werden, darunter 20 Lampen der Marke Osram.



Hepa Solar

Hochwertiges Balkonkraftwerk mit ertragreichem Solarpanel

Das Balkonkraftwerk von Hepa Solar ist nicht nur besonders hochwertig und effizient, sondern es wird auch komplett fertig montiert ausgeliefert. Durch den hohen Wirkungsgrad (auch bei Bewölkung wird Strom erzeugt) ist das Hepa-System schnell amortisiert und laut Anbieter auch nach 30 Jahren noch leistungsfähig. Die hohe Qualität wird durch etliche TÜV-Zertifikate für Brandsicherheit, Hagelschlag, Bruchsicherheit, Korrosion etc. belegt. Das Gehäuse ist wasserdicht (IP67). Die Mikrowechselrichter haben WLAN und Bluetooth an Bord und nutzen eine komfortable App-Anbindungen mit einstellbarer Ausgangsleistung.

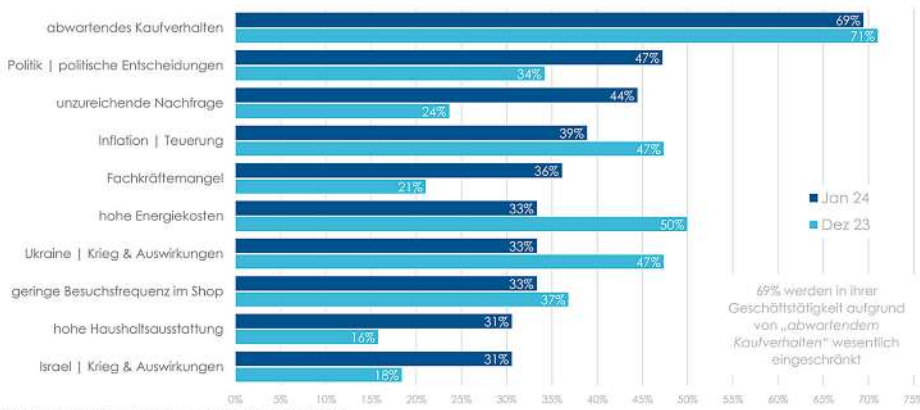
suntastic.solar

Neuer Markenauftritt des Photovoltaik-Distributors

Der österreichische PV-Großhändler suntastic.solar hatte Anfang des Jahres zu einem Kick-off geladen, wo der neue Markenauftritt und zusätzliche Dienstleistungen präsentiert wurden. Des Weiteren wurde das neue Logistikzentrum in Spillern (Niederösterreich) vorgestellt, das eine Fläche von 20.000 Quadratmeter umfasst. Das Partnerprogramm 2.0 bietet den Teilnehmern weitergehende Vorteile bei Marketing- und Vertriebsunterstützung. Außerdem unterstützt der Distributor nun auch bei der Abwicklung, Planung und Installation von großen PV-Anlagen. Hierfür steht die neue Sparte suntastic.solar Solutions & Installations zur Verfügung.



Verunsicherung & Skepsis dämpfen Kauflaune



Quelle: iSCM | selektive Statements | Angaben in Prozent | Mehrfachnennungen möglich

iSCM | Das Stimmungsbild der CE-Branche

©iSCM 2024 *** www.iSCM.tech *** Thank you for information & Supply Chain Management!

CE Branchen-Barometer

Machen Sie mit bei unserer monatlichen Umfrage!

Welche Faktoren schränken momentan Ihr Geschäft ein? Bei dieser Frage in unserem CE Branchen-Barometer sind Mehrfachnennungen möglich. Das Ergebnis gibt Aufschluss über die derzeitige Stimmungslage in unserer Branche. Wir erheben das CE Branchen-Barometer regelmäßig und Sie können jeden Monat von Neuem Ihre Einschätzung abgeben. Eine ausführliche Auswertung wird an alle interessierten Teilnehmer direkt verschickt. Die Umfrage nimmt nicht viel Zeit in Anspruch und dauert weniger als fünf Minuten.



Zur Umfrage geht es über den QR Code oder auf www.ce-markt.de

CE-Branchenkompass

Mehrheitlich werden Digitalradios verkauft

Zwei Drittel (69 %) aller vergangenen Jahr in Deutschland verkauften Radios sind digital. In den letzten drei Jahren stieg der Anteil am Geräteabsatz um 11 Prozentpunkte. Dies geht aus dem CE-Branchenkompass von Deutscher TV-Plattform und ZVEI in Kooperation mit GfK für das Gesamtjahr 2023 hervor. 44 Prozent der verkauften Radiogeräte verfügen über DAB+. Im Jahr 2020 lag der Anteil erst bei 35 Prozent. Während bei den klassischen Radio-Einzelgeräten DAB+ bereits in 51 Prozent der Geräte verbaut ist, dominiert bei Radios, die Bestandteil von Stereo- oder anderen Audioanlagen für zu Hause sind, der »Internetradio only«-Empfang (57 %). Insgesamt war der im CE-Branchenkompass betrachtete Markt für das Gesamtjahr 2023 rückläufig. Der Umsatz belief sich auf 6,3 Milliarden Euro (-7 %).

Umsätze im Dezember 2023

Real 1,6 Prozent weniger als im Vormonat

Die Einzelhandelsunternehmen in Deutschland setzten im Dezember 2023 nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes (Destatis) real (preisbereinigt) 1,6 und nominal 1,2 Prozent weniger um als im November 2023. Gegenüber dem Vorjahresmonat Dezember 2022 sank der Umsatz im Dezember 2023 real um 1,7 Prozent und stieg nominal um 0,8 Prozent.

Im Weihnachtsgeschäft des Dezembers 2023 setzten die Einzelhandelsunternehmen nach vorläufigen Ergebnissen real 1,7 Prozent weniger um als im Dezember 2022. Nominal stieg der Umsatz dagegen um 0,8 Prozent. Im Vergleich zum November 2023 ging der Umsatz real 1,6 Prozent und nominal 1,2 Prozent zurück. Im Lebensmitteleinzelhandel sanken die Umsätze im Dezember 2023 gegenüber dem Vormonat real um 2,8 Prozent und no-

minal um 2,9 Prozent. Im Vorjahresvergleich wurde real 0,7 Prozent weniger und nominal 3,4 Prozent mehr Umsatz mit Lebensmitteln erzielt.

Im Einzelhandel mit Nicht-Lebensmitteln waren die Umsätze im Dezember sowohl im Vormonatsvergleich (real -1,6 Prozent und nominal -1,3 Prozent) als auch im Vorjahresvergleich (real -2,5 Prozent und nominal -1,2 Prozent) rückläufig. Im gesamten Jahr 2023 sank der reale Umsatz im Einzelhan-

Veränderung gegenüber dem Vorjahresmonat*

*in Prozent, Originaldaten (nicht kalender- und saisonbereinigt)

Einzelhandel Dezember 2023	real	nominal
Insgesamt:	-4,4	-2,0
darunter:		
Lebensmittel, Getränke, Tabakwaren	-3,4	0,7
davon:		
Supermärkte, SB-/V-Märkte	-2,8	1,1
Facheinzelhandel mit Lebensmitteln	-8,5	-3,1
Nicht-Lebensmittel	-5,2	-3,9
darunter:		
Textilien, Bekleidung, Schuhe	-5,8	-5,5
Einrichtungsgegenstände, Haushaltsgeräte, Baubedarf	-8,7	-8,0
Sonstiger Facheinzelhandel	-1,0	-0,9
Kosmetische, pharmazeutische und medizinische Produkte	-2,8	0,4
Waren-/Kaufhäuser u. Ä.	-5,5	-3,6
Internet- und Versandhandel	-6,8	-5,5

del mit Nicht-Lebensmitteln um 3,1 Prozent gegenüber 2022, lag aber um 5,3 Prozent über dem Vor-Corona-Niveau von 2019. Der nominale Um-

satz blieb 2023 nahezu auf dem Vorjahresniveau und lag um 18,5 Prozent höher als 2019.

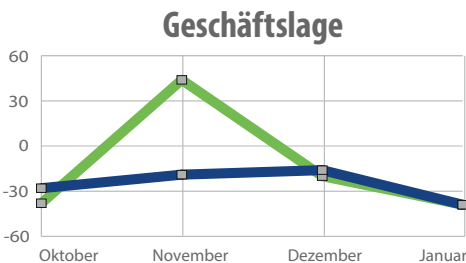
Alle Veränderungsdaten im Text sind kalender- und saisonbereinigt.

Zum Jahresstart leicht bessere Geschäftsaussichten

Über die Ergebnisse des Ifo-Konjunkturtests für die Consumer-Electronics-Branche berichtet **CE-Markt** monatlich. Lesen Sie das Ifo-Stimmungsbild für die CE-Branche vom Januar 2024.

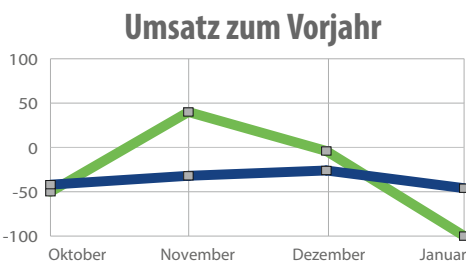
Einzelhandel
Großhandel

Im ersten Monat des neuen Jahres 2024 meldeten wieder deutlich mehr Firmen, nämlich per saldo 39 Prozent, »Geschäftslage schlecht«. Im Dezember 2023 waren das nur 16 Prozent, im November 19 Prozent der am Ifo-Konjunkturtest teilnehmenden Unternehmen. Zum Vergleich ein Blick zurück in den Januar 2023: Vor einem Jahr beurteilten per saldo 16 Prozent der Ifo-Firmen die Geschäftslage als schlecht.



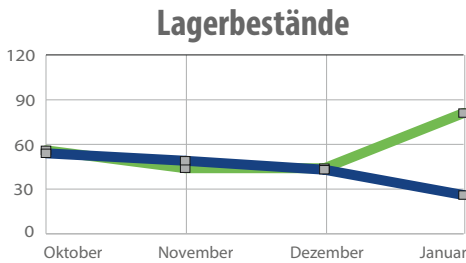
Was die Beurteilung der Geschäftslage im Januar 2024 betrifft, liegt der Großhandel diesmal gleichauf mit dem Einzelhandel: Per saldo 39 Prozent der Firmen sprachen von einer schlechten Geschäftslage. Im Vormonat Dezember 2023 waren dies nur 20 Prozent, im November meldeten noch per saldo 44 Prozent der Firmen eine gute Geschäftslage. Im Januar des Vorjahres 2023 beurteilten 17 Prozent die Lage negativ.

Auch bei der Umsatzentwicklung Vormonat gegen Vorjahr ging es bergab: Per saldo 46 Prozent der Firmen waren nicht in der Lage, an ihre Vorjahresumsätze heranzukommen. Im Dezember lag der Firmen-Saldo bei minus 26 Prozent und im November bei 32 Prozent. Im Januar des vergangenen Jahres 2023 konnten per saldo 16 Prozent der Ifo-Testfirmen nicht an ihre Vorjahresumsätze anknüpfen.



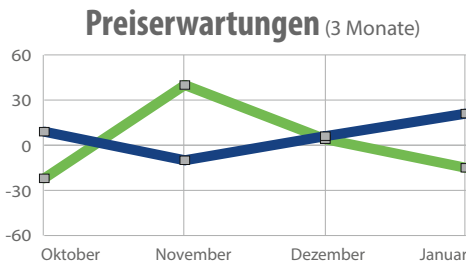
Der Großhandel stürzte bei den Umsätzen zum Vorjahr regelrecht ab: Keine einzige Firma reichte an ihre Vorjahresumsätze heran, während im November 2023 noch 40 Prozent die Vorjahresumsätze übertrafen (Saldo im Dezember: minus 4 Prozent). Vor einem Jahr, im Januar 2023, sah es nicht ganz so dramatisch aus: damals waren es 83 Prozent der Firmen, die ihre Umsätze zum Vorjahr nicht erreichen konnten.

Im Januar 2024 sprachen wieder weniger Firmen von zu vollen Lagern: Per saldo nur noch 26 Prozent gaben ihre Lagerbestände als zu groß an, im Dezember 2023 waren das noch 43 Prozent, im November 49 Prozent. Für die kommenden drei Monate planen per saldo allerdings mit 59 Prozent wieder mehr Firmen die Orders zu kürzen. Im Dezember wollten 39 Prozent, im November 42 Prozent weniger bestellen.



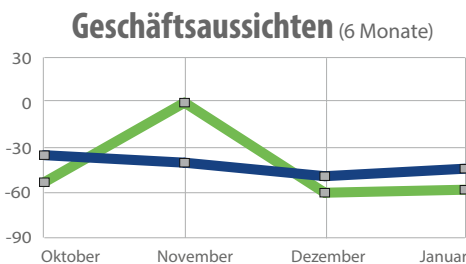
Im Großhandel nahm der Lagerdruck im Januar 2024 deutlich zu. Per saldo 88 Prozent der Ifo-Firmen meldeten zu volle Lager, in den Vormonaten Dezember und November sprachen jeweils nur 44 Prozent von zu großen Beständen. Für das nächste Vierteljahr wollen per saldo 77 Prozent der Firmen weniger ordern. Im Dezember planten 60 Prozent, ihre Bestellungen zu kürzen, im November wollten 4 Prozent mehr bestellen.

Im Berichtsmonat meldeten per saldo 12 Prozent der Firmen nachlassende Preise, im Dezember sprachen 31 Prozent, im November 3 Prozent von sinkenden Verkaufspreisen. Für das nächste Vierteljahr rechnen 21 Prozent der Firmen mit anziehenden Preisen. Im Dezember 2023 lag der Firmensaldo bei 6 Prozent, im November bei minus 10 Prozent. Im Januar vor einem Jahr glaubten 54 Prozent an einen Preisanstieg.

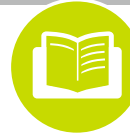


Im Januar 2024 sprachen per saldo 39 Prozent der Ifo-Testfirmen von sinkenden Verkaufspreisen. Im Vormonat Dezember 2023 lag der Saldo bei minus 20 Prozent, im November bei Null. Für die kommenden drei Monate rechnen per saldo 15 Prozent der Großhandelsfirmen mit nachlassenden Preisen. Im Dezember erwarteten per saldo 4 Prozent der Firmen Preissteigerungen, im November sogar 40 Prozent.

Die nächsten sechs Monate werden im Hinblick auf die Geschäftsentwicklungen im Berichtsmonat von per saldo 44 Prozent der Firmen eher pessimistisch eingeschätzt. Das sind etwas weniger als im Dezember 2023 mit 49 Prozent und etwas mehr als im November 2023 mit 40 Prozent. Abschließend noch einmal ein Blick in den Januar des Vorjahres 2023: Damals lag der Firmensaldo bei minus 61 Prozent.



Auch im Großhandel änderte sich diesmal nur wenig hinsichtlich der Geschäftsaussichten für das kommende Halbjahr: Per saldo 58 Prozent der Ifo-Testfirmen sprachen von negativen Erwartungen, im Vormonat Dezember waren dies 60 Prozent. Im November lag der Firmensaldo noch bei einer glatten Null. Zum Vergleich: Im Januar 2024 gaben per saldo nur 17 Prozent der Firmen an, mit schlechteren Geschäften zu rechnen.



Regelkonform installiert

Die Zahl der installierten PV-Anlagen nimmt ständig zu und die Tendenz ist deutlich steigend. Prüfer dieser Anlagen stellen jedoch immer wieder eine Vielzahl von Mängeln fest, die die Funktionstüchtigkeit der Anlagen beeinträchtigen. Folgen sind erhebliche Schäden bei Naturereignissen oder durch den langjährigen Betrieb.

In der aktualisierten 3. Auflage wurden alle aktuellen Normen, Vorschriften und Richtlinien berücksichtigt.

Dieses Buch informiert den Installateur u.a. über:

- Vorbereitende Maßnahmen bei der Installation einer PV-Anlage;
- die Auswahl der Produkte;
- Montagevorschriften;
- die elektrotechnischen Installationsrichtlinien;
- die regelmäßige Überprüfung;
- die Instandhaltung von PV-Systemen;
- u.v.m.

Von Heinz-Dieter Fröse.

Regelkonforme Installation von PV-Anlagen

3., überarbeitete Auflage 2022.
224 Seiten. Softcover. € 36,80.

Fachbuch: ISBN 978-3-8101-0580-6
E-Book/PDF: ISBN 978-3-8101-0581-3

Kombi (Print + E-Book):
ISBN 978-3-8101-0582-0
Kombipreis: € 51,52

BESTELLCOUPON

WAN 24760

	Tel.: +49 (0) 800 2183-333
	Fax: +49 (0) 89 2183-7620
	E-Mail: buchservice@huethig.de
	Web-Shop: shop.elektro.net



Hier Ihr Fachbuch
direkt online
bestellen!

— Ex. Regelkonforme Installation von PV-Anlagen. € 36,80

- Fachbuch
ISBN 978-3-8101-0580-6
- E-Book/PDF
ISBN 978-3-8101-0581-3
- Kombi (Print + E-Book)
ISBN 978-3-8101-0582-0
Kombipreis: € 51,52

Alle Preise inkl. MwSt., zzgl. Versandkosten.

Ich möchte den kostenlosen de-Newsletter erhalten.

(Bitte E-Mail-Adresse in das @-Feld eintragen.)

Ich bin einverstanden, dass die von mir angegebene E-Mail-Adresse von der Hüthig GmbH, Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg verwendet wird, um mir den elektro.net-Newsletter und in regelmäßigen Abständen Informationen zu für mich relevanten Themen aus dem Bereich Elektro zuzusenden. Diese Einwilligung kann ich jederzeit mit Wirkung für die Zukunft per E-Mail an kontakt@elektro.net widerrufen.

	Firma
	Name, Vorname*
	Straße, Postfach*
	PLZ, Ort*
	Telefon
	E-Mail* (Pflichtfeld bei Newsletter- und E-Book-Bestellung)
	Datum, Unterschrift*

*Pflichtfeld

Datenschutzhinweis:
Verantwortlich für die Verarbeitung Ihrer Daten ist die Hüthig GmbH, Im Weiher 10, 69121 Heidelberg. Ihre vorstehenden personenbezogenen Angaben werden zum Zwecke der Kundenbetreuung und Vertragserfüllung (z.B. Abobestätigung etc.) verarbeitet. Wir nutzen außerdem Ihre Daten für unsere interne Marktforschung. Darüber hinaus werden Sie, unabhängig einer ausdrücklichen Einwilligung, über eigene ähnliche Angebote oder Dienstleistungen (z.B. gleiche oder ähnliche Musterprodukte) der Hüthig GmbH per E-Mail informiert. Falls Sie dies nicht möchten oder eine erteilte Werbeeinwilligung widerrufen wollen, können Sie der Verwendung Ihrer Daten jederzeit mit Wirkung für die Zukunft gegenüber der Hüthig GmbH, Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg widersprechen, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen. Schreiben Sie hierzu an: Hüthig GmbH, Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg oder per E-Mail an kontakt@elektro.net.

Händler des Jahres 2023

Wir bedanken uns ...

- ... bei allen Bewerbern fürs Mitmachen an unserer Ausschreibung
- ... bei allen Preisträgern und ihren Teams für den unermüdlichen Einsatz
- ... bei allen Sponsoren für die Förderung dieser Handelsaktion
- ... bei allen Beteiligten für die gelungene Veranstaltung zur Preisübergabe



CEMarkt electro



Das Gewinnerteam von electroplus Rüther
Tanja Thieben, Oliver Dassinger und Dominik Fröhlich (v.l.n.r.)



expert Hanse-Verbund siegte in der Kategorie Fachmarkt
Die Unternehmerfamilie Philipp, Angelika und Peter Meinecke (v.l.n.r.)

Mit freundlicher Unterstützung von



AMBILIGHT tv

Bauknecht

beurer

Bowers & Wilkins

Domestic & General

ELAC

hama

KENWOOD

medisana

NIVONA

REVO.
A TELESTAR BRAND

TechniSat