

# CEMarkt

www.ce-markt.de

Das Business-Magazin für Home & Mobile Electronics

## Top-Themen

Panasonic: Neue Flaggschiff-OLED-TVs und Lumix-Systemkameras | Seite 16-17

Homematic IP: Smarte Produkte für das Home Office | Seite 19

CES 2023: Neuheiten und Trends aus Las Vegas | Seite 20-21

Loewe feiert 100 Jahre

## A Century Of Excellence

Seite 15



# LOEWE.

# Mit smarten Geräten Energie sparen und das Zuhause absichern

Der Smart-Home-Markt wächst – und das trotz getrübler Verbraucherstimmung durch die steigenden Lebenshaltungskosten. **GfK-Experte Sebastian Woldmann** zeigt auf, welche Kategorien besonders zulegen und wie Händler sowie Hersteller von diesen Trends profitieren können.

Der Markt für Smart-Home-Geräte in Deutschland ist weiterhin auf Wachstumskurs. Von Januar bis November 2022 verzeichnete der Markt ein Umsatzplus von 2 Prozent und ein Absatzwachstum von 4 Prozent, was einem Umsatz von 4,3 Milliarden Euro und einem Absatz von ca. 17 Millionen Stück entsprach. Trotz der vergleichsweise hohen Preise smarter Geräte und der allgemein niedrigen Anschaffungsneigung während der aktuellen Krisen griffen die Konsumenten weiterhin zu Smart-Home-Produkten.

## Energieverbrauch smart monitoren und sparen

Mehr als 80 Prozent der Deutschen machen sich Sorgen wegen steigender Energie- und Lebensmittelpreise. Aber nicht nur um ihren Geldbeutel zu schonen, sondern auch aus Nachhaltigkeitsgründen achten 70 Prozent der Deutschen regelmäßig darauf, Strom zu sparen. Es ist daher nicht überraschend, dass auch der Absatz smarter Geräte zur Energieoptimierung, wie smarte Thermostate anstieg. Der Umsatz dieser Produkte stieg bis No-

vember 2022 um 75 Prozent. Wir gehen davon aus, dass der Absatz in den kalten Wintermonaten nochmals deutlich zunehmen wird, da viele Konsumenten hoffen, durch die smarten Thermostate Energie und Kosten einsparen zu können.



Sebastian Woldmann

## Heimsicherheit und -überwachung im Wachstum

Ebenfalls im Wachstum befinden sich Segmente, die auf Heimautomatisierung und Sicherheit abzielen. In den ersten elf Monaten 2022 stieg der Anteil smarter Geräte am Gesamtumsatz in diesem Bereich auf 32 Prozent; 2021 waren es im gleichen Zeitraum noch 26 Prozent. Smarte Überwachungskameras konnten durch ein Umsatzwachstum von 7 Prozent ihre Dominanz in Bezug auf Marktanteile weiterhin halten.

Zudem zeigt sich eine Reihe kleinerer Segmente als starke Wachstumstreiber: Geräte zur Einbruchssicherheit haben ihren Umsatz zwischen Januar und November 2022 um 35 Prozent im Vergleich zum Vorjahr gesteigert. Warnmelder sind um 16 Prozent und Bewegungsmelder um 27 Prozent im Umsatz gewachsen. Konsumenten investieren verstärkt in die Sicherheit im eigenen Zuhause. Dieser Trend wird sich in der dunklen Jahreszeit erfahrungsgemäß weiter fortsetzen.

## Anteil smarter Haushaltsgeräte wächst

Bei Haushaltskleingeräten nimmt der Anteil smarter Geräte am Gesamtmarkt ebenfalls zu. So ist dieser von Januar bis November 2022 von 20 Prozent im Vorjahr auf 21 Prozent gestiegen. Getrieben wird die Umsatzsteigerung in diesem Segment durch Heißgetränkeautomaten wie Tee- oder Kaffeemaschinen sowie durch smarte Zahnbürsten. Bei Haushaltsgroßgeräten verzeichneten smarte Kühlschränke und smarte Einbauherde im Vergleich zum Vorjahreszeitraum die stärkste Umsatzsteigerung.

## Ausblick

Smarte Geräte sind im Durchschnitt teurer als nicht-vernetzte Alternativen. Damit Händler und Hersteller auf diesem Markt erfolgreich bleiben, müssen sie die aktuellen Bedürfnisse der Konsumenten verstehen und adressieren. Hilfe dabei bietet etwa die Datenplattform gfknewron. Getrieben durch die Energiekrise und das Bedürfnis der Verbraucher Geld zu sparen, hat beispielsweise die Energieeffizienzüberwachung und -steigerung mithilfe smarter Geräte an Bedeutung gewonnen und wird vermutlich weiter zunehmen.

## Studie von Forrester

### gfknewron erhöht Marktwert und senkt Betriebskosten

Eine aktuelle Auftragsstudie von Forrester Consulting (»Total Economic Impact«, basierend auf Interviews mit Entscheidern aus Unternehmen) zeigt, wie sich der Einsatz von gfknewron auf eine Beispielorganisation auswirkt. Demnach erhöht die KI-gestützte Datenplattform von GfK den Marktwert, senkt Betriebskosten und steigert die Effizienz von Marketingkampagnen. Die Investition in gfknewron amortisierte sich bereits nach weniger als sechs Monaten.

Die Datenplattform gfknewron ermöglicht es Entscheidern, Markt- und Verbrauchertrends in Echtzeit zu monitoren. Dafür stehen aktuelle Markteinblicke über alle Kategorien hinweg zur Verfügung. So können Unternehmen laut GfK schneller fundierte Entscheidungen treffen und ihre

Marketingstrategien und Kampagnen für jede Kategorie auf Basis von Verbrauchertrends individuell anpassen. Die Beispielorganisation verbesserte ihren Marktwert um 2,5 Millionen US-Dollar (entspricht 0,5 Prozent des Jahresumsatzes).

Neben den Markt- und Konsumentendaten durch gfknewron Market und gfknewron Consumer bietet gfknewron Predict auch Erkenntnisse für die Preis- und Promotionsplanung. Mit Hilfe der Funktionen Price Planner, Promo Planner und Price Elasticity können Entscheider die Performance ihrer Produkte über alle Kategorien und Vertriebskanäle hinweg verfolgen und auf Basis dieser Informationen bestimmte Stellschrauben wie Preisstrategie oder Channel-Mix schnell anpassen. Aktuelle Informationen unterstützen dabei, die Pricing-Entscheidungen zu optimieren und ermöglichen vorausschauende Planung, was sich in zusätzlichem Ertrag niederschlägt. Für die Beispielorganisation belief sich dieses Gewinnwach-

tum laut Forrester-Studie auf 1,1 Millionen US-Dollar.

Dank automatisierter Prozesse in gfknewron werden der Studie zufolge bis zu 80 Prozent der Kapazitäten von Marketing- und Performance-Insight-Teams frei. Die Beispielorganisation konnte sowohl bei der Anzahl der für die Datenerhebung notwendigen FTEs als auch beim manuellen Arbeitsaufwand eine Ersparnis von 829.000 US-Dollar erzielen.

Die Forrester-Studie belegt, dass ein datengetriebener Ansatz zu deutlichen Steigerungen von Effizienz, Marktwert und zusätzlichem Gewinnwachstum beiträgt. Die Beispielorganisation verzeichnete über drei Jahre hinweg zusätzliche Gewinne von 4,85 Millionen US-Dollar, aber nur 1,09 Millionen US-Dollar an Kosten (Nutzungsgebühren, Implementierungs- und Schulungskosten). Dies entspricht einem Kapitalwert von 3,76 Millionen US-Dollar und einem Return on Investment von 345 Prozent.



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

## Was bringt das Jahr 2023 für den Handel?

Die CES in Las Vegas hat sich stark zurückgemeldet und fast wieder das Besucherniveau der Vor-Pandemie-Zeit erreicht. Das lässt hoffen, dass auch andere Branchenmessen zu alter Stärke zurückfinden und die Corona-bedingten Einschränkungen nun allgemein endgültig überwunden sind. Wie üblich gab die CES einen ersten Vorgeschmack, was uns produktseitig in diesem Jahr erwarten wird. Eine kompakte Übersicht lesen Sie in dieser Jahresstartausgabe.

Was wird uns 2023 noch begleiten? Digitalisierung und Internet sind natürlich weiterhin entscheidend. Für Ihr Marketing wichtig bleibt auch die zielgerichtete Kundenansprache über unterschiedliche Kanäle hinweg. Bei anderen Themen stehen noch ein paar Fragezeichen: Zwar scheint sich die Energiekrise (trotz aktuell niedriger Wintertemperaturen) fürs erste entschärft zu haben, aber wer kann schon sagen, wie sich die Preise und Inflationsrate entwickeln werden?

Die Lage bleibt deshalb weiterhin schwer vorhersehbar. Eine hilfreiche Orientierung für Ihre Geschäftsplanung bietet unser CE Branchen-Barometer (Seite 26). Die monatliche Umfrage zeigt, welche Faktoren momentan das Geschäft bestimmen und wie die Stimmung in der Branche ist. Eine detaillierte Auswertung wird an alle Teilnehmer per Mail verschickt.

Das Thema Nachhaltigkeit ist zuletzt etwas in den Hintergrund gerückt. Aufgrund von Preissteigerungen verzichten derzeit viele Konsumenten auf den Kauf nachhaltiger Produkte. Doch das kann sich auch wieder schnell ändern. Das Institut für Handelsforschung (IFH Köln) jedenfalls meint: Wenn sich die politische und wirtschaftliche Lage beruhigt hat, wird Nachhaltigkeit wieder deutlich an Fahrt aufnehmen und relevanter denn je für den Handel werden.

Ein Fachhändler, der das zukunftssträchtige Geschäft mit Nachhaltigkeit in seinen vielfältigen Facetten hervorragend umsetzt, ist aus unserer Sicht Euronics Diehm in Wertheim. Er ist unser »Händler des Jahres 2022«, auf den Seiten 10-11 wird sein Geschäft ausführlich vorgestellt. Vielleicht gibt Ihnen der Bericht auch ein paar Anregungen für Ihre eigene Geschäftsausrichtung. Ein Porträt des zweiten ausgezeichneten Händlers folgt dann in der nächsten Ausgabe.

Bei Ceconomy rücken derweil MediaMarkt und Saturn noch enger zusammen, was sich im neuen Markenauftritt ausdrückt (siehe Seite 8). Im Zuge der strategischen Transformation werden Marketing und Vertrieb der beiden Vertriebslinien schrittweise synchronisiert, auch das Sortiment wird angeglichen. Damit sollen Synergien bei Logistik und Lagerkapazitäten zum Tragen kommen. Kunden profitieren ebenfalls: zum Beispiel durch den Ausbau des Service-Angebots vor Ort oder bei der übergreifenden Abholung von Online-Bestellungen in den stationären Märkten. Wie weit die Verschmelzung von MediaMarkt und Saturn noch gehen wird? Vorerst zumindest sollen die beiden separaten Marken weiterhin Bestand haben.

In zwei Wochen steht nun erst einmal die Koop 2023 an. Nachdem die »Messe der Kooperationen« in den vergangenen zwei Jahren nur digital stattfinden konnte, werden Euronics und expert ihre Frühjahrsmessen jetzt erstmals in Präsenz gemeinsam abgehalten. Wir sind gespannt auf das Messekonzept und freuen uns auf den Austausch mit der Industrie und den Händlern in Berlin.

Ich wünsche Ihnen alles Gute und erfolgreiche Geschäfte in 2023.

Jan Uebe  
**CE-Markt** Chefredakteur

## Unsere Mission gegen Elektroschrott: Reparieren statt Wegwerfen.



### Partner werden und profitieren:

- Neue Chancen für Ihre Kundenbindung
- Mehr Gesprächsanlässe mit Ihren Kunden
- Höhere Werkstattauslastung
- Weniger Elektroschrott durch höhere Reparaturquote
- Viele Pluspunkte in Sachen Klimaschutz

Einfach anrufen unter 0511 71280-111

Mehr Infos zu Reparieren statt Wegwerfen:



Ihr Spezialist für Geräteschutz und Garantievversicherung für alles, was einen Akku oder Stecker hat.  
Since 1963 | Made in Germany | [wertgarantie.com](http://wertgarantie.com)



Besuchen Sie uns auf Xing

Immer gut informiert mit unserem Newsletter

**WERTGARANTIE**<sup>®</sup>  
Einfach. Gut. Geschützt.



Bild: Panasonic



Bild: ec-3



Bild: fs

## Herausragende Leistung der OLED TVs und Lumix-Kameras

Die neuen Panasonic Flaggschiff-OLED-TVs überzeugen bei Bildqualität, Sound- und Gaming-Performance. Spiegellose Lumix L-Mount-Systemkameras bieten herausragende Foto- und Videoleistung.

## Effektiver arbeiten mit minimalen Energiekosten

Wenn vernetzte Technik im Arbeitszimmer verbaut ist, arbeitet es sich angenehmer und produktiver. Homematic IP zeigt, wie aus dem Home Office ein Smart Home Office wird.

## CES 2023 mit einer großen Bandbreite an Themen

Anfang Januar fand die CES in Las Vegas wieder unter normalen Bedingungen statt. Die enorme Themenvielfalt der rund 3.200 Aussteller wurde von 115.000 Besuchern begutachtet.

# INHALT Ausgabe 1+2 | 2023

<b>GfK</b> Smarte Geräte für Energieoptimierung und Sicherheit	2
<b>Editorial</b> Das bringt 2023 für den Handel	3
<b>gfu</b> Neuer Aufsichtsrat gewählt	5
<b>News</b> der Branche im Überblick	6
<b>Koop 2023</b> Gemeinsame Messe von Euronics und expert	7
<b>telering</b> Technik-Profis helfen beim Energiesparen	7
<b>MediaMarkt und Saturn</b> mit gemeinsamer Kampagne	8
<b>Vodafone</b> Shopkonzept bei Euronics XXL in Ratingen	8
<b>Saturn</b> eröffnet Gaming-Erlebniswelt Xperion in Berlin	9
<b>Euronics Diehm</b> Händler des Jahres 2022	10-11
<b>Josef Veith</b> Münchner Fachhändler im Home Office	12
<b>Gravis</b> akzeptiert kein Bargeld mehr • <b>E-Haus</b>	12
<b>Wertgarantie</b> Nachhaltigkeit ist kaufentscheidend	13
<b>sonoro</b> Attraktives HiFi-Bundle für den Fachhandel	14
<b>Sonova • Sony • Hisense</b>	14
<b>Loewe</b> feiert 100-jähriges Jubiläum	15
<b>Panasonic</b> Neuheiten bei OLED TV und Lumix	16-17
<b>CES 2023: Samsung • LG • JBL • Vestel</b>	18

**Titelthema**  
**Loewe feiert 100 Jahre**  
*1923 gegründet, steht Loewe wie kein anderes Unternehmen unserer Branche für exklusives Design, exzellente Qualität und deutsche Ingenieurskunst. | Seite 15*



<b>Homematic IP</b> bietet smarte Technik im Home Office	19
<b>CES 2023</b> Rundgang über die Messe in Las Vegas	20-21
<b>Fidlock • Hama • Eddycam • Kenwood</b>	22
<b>Telestar</b> Multifunktionsradios mit EWF-Warnsystem	23
<b>MDZH</b> über Digitale Zwillinge • <b>Metaverse</b>	24
<b>Computop</b> Flexibler Bezahlverkehr durch Cloud-POS	25
<b>Branchen-Barometer • Umsätze</b> im November 2022	26
<b>Ifo-Konjunkturtest</b> im Dezember 2022	27

### Impressum



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 Elektrohaushaltsgeräte-Markt (ständige Verlagsbeilage)

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

GESCHÄFTSFÜHRER  
 Rainer Simon

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)

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

ANZEIGEN  
 Alexander Zöhler  
 Telefon 09122 - 7902470, Mobil 0170 - 4134547  
 Mail alexander.zoehler@ce-markt.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 11.438 Exemplare (3. Quartal 2022).



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](http://www.ce-markt.de). Tipp: Background Storys und Handel Digital

Wichtige **News der CE-Branche** finden Sie auch im täglichen News-Stream von **CE-Markt** auf dem Business-Netzwerk von Xing

**CE-Markt 3/2023:** Die Auslieferung der nächsten Ausgabe beginnt am 6. März 2023. Die Zustelldauer beträgt drei Werktage.

# Neuer gfu-Aufsichtsrat gewählt

Die Gesellschafter der **gfu**, Veranstalterin der IFA, haben turnusgemäß einen neuen Aufsichtsrat gewählt. Einstimmig wurden **Harald Friedrich** (BSH Hausgeräte GmbH), **Frank Jüttner** (Miele & Cie. KG) und **Philipp Maurer** (Panasonic Deutschland) als neue Aufsichtsräte gewählt. Dabei übernimmt Philipp Maurer die Funktion des Vorsitzenden des gfu-Aufsichtsrats.



Im Rahmen der turnusmäßigen gfu-Aufsichtsratswahl wurden drei erfahrene und exzellent vernetzte Manager aus den Branchen Consumer Electronics und Home Appliances in das Gremium

herzlich bei **Volker Klodwig**, dem scheidenden Vorsitzenden des gfu-Aufsichtsrats. Seine unermüdliche Unterstützung hat maßgeblich dazu beigetragen, dass wir den neuen Vertrag zur Ausrichtung

gewählt. Ich freue mich auf die Zusammenarbeit mit dem neuen Aufsichtsrat und bedanke mich für die Bereitschaft, dieses Ehrenamt in der gfu auszuüben«, erklärt gfu-Geschäftsführerin **Dr. Sara Warneke**. »Gleichzeitig bedanke ich mich sehr

der IFA in Berlin verhandeln und letztlich am 18. November 2022 unterzeichnen konnten.«

In dem neuen Zehn-Jahres-Vertrag ist festgelegt, dass die IFA künftig von der IFA Management GmbH organisiert wird – ein Joint Venture, das die gfu mit dem britischen Veranstalter Clarion neu gegründet hat. Die Messe Berlin stellt weiterhin das Hallengelände unter dem Funkturm bereit. Ziel ist es, die IFA zukünftig sowohl als Live- als auch als Digital-Event stattfinden zu lassen, um so ihr volles Potenzial auszuschöpfen. Das neue IFA-Team unter der Leitung von **Oliver Merlin** wird bald weitere Details zum Messekonzept bekannt geben.

## Veranstalterin der IFA

Die gfu, 1973 als Gesellschaft zur Förderung der Unterhaltungselektronik in Deutschland gegründet, ist Veranstalterin der IFA und firmiert heute als gfu Consumer & Home Electronics GmbH. Führende Marken der Consumer-Electronics- und Hausgeräte-Branchen sind Gesellschafter der gfu, darunter Astra, Beko Grundig, BSH Hausgeräte, Liebherr, Loewe, Metz, Miele, Panasonic, Philips, Samsung und Sony. Neben der Veranstaltung der IFA informiert die gfu auch regelmäßig über Trends und Entwicklungen der Branche.

## VINYL GOES DIGITAL



## PLATINUM SE

Der neue PLATINUM SE verbindet die Faszination des Analogens mit den Vorteilen digitaler Konnektivität. Ob Sie via Kopfhörer wireless Musik hören wollen, über USB Ihre Vinyl-Sammlung digitalisieren oder ihn mittels eingebautem Phono-Vorverstärker in Ihre Anlage integrieren, der PLATINUM SE holt Vinyl in die Neuzeit. Für brillanten Klang sorgen ein schwerer resonanzbedämpfter Plattenteller, ein doppelt gelagerter Tonarm und der Nagaoka MP-110 Tonabnehmer.

Informieren Sie sich gern über weitere Features auf [www.sonoro.com](http://www.sonoro.com)



Volkan Weissenberg



Denis-Benjamin Kmetec



Oliver Kaltner



Alf Henryk Wulf

## BenQ

**Volkan Weissenberg** (44) ist neuer General Manager der BenQ Deutschland GmbH. Er folgt auf **Oliver Barz**, der nach 15 Jahren Tätigkeit für BenQ das Unternehmen verlassen hat. Weissenberg bringt langjährige und breitgefächerte Erfahrung aus der IT-Branche mit. 2003 startete er bei Acer, wo er u.a. als Product Manager für Mobile Computing und den LCD-Bereich zuständig war. 2007 wechselte er zur heutigen ALSO Group. Beim IT-Distributor nahm er führende Positionen bei Einkauf, Produktmanagement, Vertrieb und Supply Services ein. Zuletzt war er Senior Vice President E-Commerce und fokussierte sich auf digitale Transformation und Vertriebsprozesse.



Vera Kaiser, Jonas Vogt, Christoph und Nadja Schneider

## Kaiser Fototechnik

Nach 77 Jahren in Familienbesitz wurde die Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG zum 1. Januar 2023 in neue Hände gelegt. Das Unternehmen wird mehrheitlich Teil der in Buchen ansässigen Firmengruppe OKW und bleibt damit weiterhin als Familienunternehmen bestehen. Im Zuge dessen erwirbt Verkaufsleiter **Jonas Vogt** selbst Gesellschaftsanteile und führt als geschäftsführender Gesellschafter das Unternehmen. Ihm wird **Nadja Schneider**, seit über zwei Jahren als vierte Generation in der OKW-Gruppe leitend tätig, als Prokuristin zur Seite stehen. Alle Mitarbeiter werden übernommen. Die geschäftsführende Gesellschafterin **Vera Kaiser** hat selber keine familiären Nachfolger, so dass ihr eine Fortführung des Unternehmens am Herzen lag.

## Euronics

Der Aufsichtsrat der Euronics Deutschland e.G. beruft **Denis-Benjamin Kmetec** mit Wirkung zum 15. Januar in den Vorstand. Als neuer Chief Financial Officer (CFO) leitet er das Controlling- und Finanzteam der Fachhandelskooperation sowie die Verwaltung und das HR-Ressort. Der 45-jährige Betriebswirt tritt die Nachfolge von **Carsten Koch** an, für dessen Aufgaben interimsmäßig **Strategievorstand Michael Rook** verantwortlich zeichnete. Denis-Benjamin Kmetec kommt von der Lidl-Gruppe. Als Geschäftsführer der Lidl Digital International GmbH gestaltete er die strategische Weiterentwicklung und digitale Transformation. Zuvor war er Geschäftsführer der Lidl Stiftung, verantwortete dort sowohl den Aufbau von Länderorganisationen als auch internationale Projekte im Bereich Verwaltung. Kmetec verfügt über 20 Jahre Managementenerfahrung bei Lidl und der Hofer-Gruppe (Aldi Süd), neun Jahre davon als CFO.

## EuroShop

Auf der EuroShop-Messe vom 26. Februar bis 2. März 2023 in Düsseldorf präsentieren die ausstellenden Unternehmen in der »Dimension Lighting« in Halle 9 ihre Konzepte und Ideen für eine nachhaltige, energieeffiziente und zugleich individuelle Beleuchtung von Verkaufsflächen. Die soll unter anderem dazu beitragen, die Energiewende im Handelssektor mit voranzutreiben. Im Blickpunkt steht für viele Händler die Sanierung ihrer Lichtenlagen. Durch den Einsatz von LED-Leuchten können Einsparungen von bis zu 50 Prozent bei den Energiekosten erzielt werden. Kommen zusätzlich ein Lichtmanagementsystem und Sensoren zum Einsatz (etwa Präsenz- und Tageslichtsensoren), kann das Einsparpotenzial noch deutlich höher ausfallen.

## Cherry

Mit Wirkung zum 1. Januar 2023 wurde **Oliver Kaltner** zum Chief Executive Officer und Vorstandsvorsitzenden der Cherry AG bestellt. **Rolf Unterberger**, seit Mai 2018 CEO von Cherry, hat das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlassen. Die Cherry AG mit Sitz in München ist ein börsennotierter Hersteller von Peripheriegeräten wie Tastaturen, Mäuse und Desktop-Sets. Oliver Kaltner bringt umfangreiche Branchenerfahrung mit. Er startete seine berufliche Karriere bei Konzernen wie Electronic Arts, Sony und Microsoft. Anschließend war er unter anderem bei der Leica Camera AG als CEO tätig.

## Messe Berlin

**Martin Ecknig**, seit 2021 Geschäftsführer der Messe Berlin GmbH, hat das Unternehmen verlassen. Den kommissarischen Vorsitz der Geschäftsführung übernimmt CFO **Dirk Hoffmann**, bis ein Nachfolger gefunden ist.

## SmartHome Deutschland

Ab sofort können sich Unternehmen für die SmartHome Deutschland Awards 2023 bewerben. Die smartesten Projekte, Produkte und Start-ups können bis zum 31. März eingereicht werden. Bewerbung und Teilnahme sind kostenfrei. Die Award-Verleihung der SmartHome Initiative Deutschland wird am 24. Mai im Roten Rathaus Berlin stattfinden und gleichzeitig im Live-Stream über den YouTube-Channel SmartHome TV übertragen. Bewerbungen bitte einreichen an: <https://www.smarthome-deutschland.de/award/bewerbung.html>

## HDE

Auf [www.karriere-handel.de](http://www.karriere-handel.de) informiert der Handelsverband Deutschland (HDE) über die vielfältigen Ausbildungs- und Karrierechancen im Handel.

## VDE

Mit **Alf Henryk Wulf** kehrt ein alter Bekannter zurück an die Spitze des Verbands für Elektrotechnik, Elektronik und Informationstechnik. Er war bereits 2011 und 2012 als VDE-Präsident aktiv. Für seine zweite Amtszeit setzt sich Wulf zum Ziel, den Verband breiter aufzustellen und den VDE Campus zu realisieren.

## expert

Die expert Technik SE & Co. KG und die GFT Gemeinschaft Fernmelde-Technik eG haben eine Kooperationsvereinbarung geschlossen. Die Gesellschafter der expert Technik sind u.a. auf Sicherheitstechnik spezialisiert.



Gunnar Grosse †

## In Memoriam

**Gunnar Grosse**, Gründer der Komsa-Gruppe, ist am 12. Januar nach kurzer schwerer Krankheit verstorben. Er wurde 83 Jahre alt. In Schweden geboren, zog Gunnar Grosse nach dem Mauerfall nach Deutschland zu seinen familiären Wurzeln. Im sächsischen Hartmannsdorf übernahm er einen alten Bauernhof, den seine Familie seit Generationen bewirtschaftet hatte, und gründete 1992 gemeinsam mit **Jürgen Unger** und zwei weiteren Mitstreitern die heutige Komsa-Gruppe. Mit Mut und Hartnäckigkeit hat Gunnar Grosse das Unternehmen zum größten TK-Distributor in Deutschland geführt. In Zukunft will Komsa gemeinsam mit der britischen Westcoast-Gruppe den größten privaten Vertriebspartner für globale ITK-Marken in Europa formen.

# Die Messe der Kooperationen



Vom 18. bis 21. Februar findet die Koop 2023 von **expert** und **Euronics** im hub27 auf dem Berliner Messegelände statt. In Zusammenarbeit mit der Messe Berlin werden die beiden Verbundgruppen damit ihre Frühjahrmessen erstmals in Präsenz gemeinsam veranstalten, nachdem die Koop-Messe in den beiden Jahren zuvor nur digital abgehalten werden konnte.

Wir als Kooperationspartner sind uns einig, dass die Koop in den vergangenen zwei Jahren als virtuelle Veranstaltung gut gestartet ist – eine Vor-Ort-Messe mit persönlichen Gesprächen kann mit dem rein virtuellen Format aber nicht ersetzt werden. Wir freuen uns daher sehr auf den Austausch mit unseren experten sowie Industrie- und Dienstleistungspartnern im Februar 2023 in Berlin«, sagt **Dr. Stefan Müller**, Vorstandsvorsitzender expert SE. »Die positive Resonanz der experten und Aussteller zu unserer Hauptversammlung in Göttingen und unser erfolgreicher Auftritt auf der IFA zeigen, dass Präsenzmessen in Kombination mit virtuellen Workshops



Dr. Stefan Müller



Benedict Kober

für uns ein Konzept sind, auf das wir auch in Zukunft setzen können. Mit dem positiven Feedback zu den verschiedenen Veranstaltungen sind wir mehr als zufrieden.«

»Die wirtschaftliche Situation in Deutschland ist aktuell geprägt von ernst zu nehmenden Herausforderungen, die auch das Konsumklima maßgeblich beeinflussen. Umso wichtiger ist die persönliche Nähe und der intensive Austausch mit unseren Mitgliedern und Industriepartnern über die Nutzung bestehender Marktpotenziale. Wir freuen uns auf eine Präsenzveranstaltung, bei der wir alle gemeinsam von Impulsen und Ideen für das Jahr 2023 profitieren können«, so **Benedict Kober**, Sprecher des Vorstands der Euronics Deutschland eG. »Neben dem so wichtigen persönlichen Austausch bietet die Koop ebenfalls eine sehr gute Möglichkeit, sich über Produktneuheiten und Trends der Industriepartner zu informieren und sich auch gleich damit zu bevorraten. Im Rahmen der Koop findet ebenfalls die Euronics-Generalversammlung statt, die das wichtigste Gremium der Genossenschaft darstellt und auch dieses Mal die Bühne für die turnusmäßigen Aufsichtsratswahlen bietet.«

## Zeitlicher Ablauf der Koop 2023

Von Samstag 18. bis Dienstag 21. Februar veranstalten expert und Euronics jeweils über zwei Tage ihre Ordermessen im Rahmen der Koop 2023. Damit die Synergieeffekte der Aussteller bestmöglich genutzt werden, stellen alle Unternehmen, die mit beiden Kooperationen zusammenarbeiten, in einer eigenen Koop-Halle aus (im 10.000 Quadratmeter großen hub27. So müssen sie ihre Messestände und Produktpräsentationen nur einmal auf- und wieder abbauen und können über den gesamten Zeitraum präsent sein. Aussteller, die exklusiv mit einer der Kooperationen zusammenarbeiten, präsentieren am 18. und 19. Februar für expert und am 20. und 21. Februar für Euronics jeweils in einer Halle für die jeweilige Kooperation, in der auch die kooperationseigenen Dienstleistungen gezeigt werden. Begleitet wird die Koop 2023 von virtuellen Workshops der Aussteller, die im Anschluss an die Ordermessen an drei Tagen (22. bis 24. Februar) stattfinden.

## Energiesparen

### telering-Werbekampagne greift aktuelle Situation auf

Das Thema Energiesparen ist präsenter denn je, aber mit simplen Einspartipps ist es nicht getan. Darauf machen die Technik-Profis der telering mit einer Werbekampagne aufmerksam und laden zum Stromspar-Check. »Die Kunden sind zurzeit sehr sensibilisiert, wenn es um die Energiekrise und deren konkreten Auswirkungen geht. Aber auch verunsichert, ob der vielen Botschaften, wie jetzt konkret Energie gespart werden kann. Die Fachkompetenz unserer Händler schafft hier einen echten Mehrwert für die Verbraucher«, erläutert



Udo Knauf

telering-Geschäftsführer **Udo Knauf**. Die Plakatschritte transportieren dies und zeigen, dass Energiesparen ganzheitlich betrachtet werden muss: durch den Einsatz effizienter Geräte, die Planung nachhaltiger Lösungen und mit dem Umsetzen von Stromspar-Tipps. »Wir sind uns sicher, dass die Kunden unserer Fachhändler vom Angebot zum Stromspar-Check regen Gebrauch machen werden und dies die Bindung zu unseren Technik-Profis weiter stärkt«, so Udo Knauf.



# Gemeinsame Brand-Kampagne von MediaMarkt und Saturn

**MediaMarkt** und **Saturn** erscheinen von nun an mit übergreifendem Markenlogo. Mit der gemeinsamen Kampagne wird nach außen sichtbar, was intern bereits gelebt wird. Gemäß dem Motto »Technik besser erleben. Für ein Leben voller Möglichkeiten« sollen die Kunden durch das Teamwork beider Marken profitieren.

Mit der ersten gemeinsamen Brand-Kampagne für MediaMarkt und Saturn in Deutschland gehen wir konsequent den nächsten Schritt innerhalb unserer Neupositionierung«, unterstreicht **Michael Schuld**, Chief Commercial & Marketing Officer der MediaMarktSaturn Retail Group. »Wir führen zwei starke Marken noch enger zusammen, da ist es nur logisch, dass wir auch den Markenauftritt von MediaMarkt und Saturn unter einer gemeinsamen Kampagne präsentieren und den Kunden die zahlreichen Vorteile näherbringen – gemäß unserem Ziel, Technik für alle zugänglich zu machen und das Beste aus Technik herauszuholen.« Zum Start der Brand-Kampagne wird ein gemeinsamer Image-Werbespot ausgestrahlt, zwei weitere Spots zu den Serviceleistungen von MediaMarkt und Saturn folgen.

Kunden haben bei MediaMarkt und Saturn von nun an Zugriff auf Produkte, Services und Dienstleistungen aller Märkte sowie beider Online-Shops. So kann die Customer Journey von überall – in den Märkten oder Online – gestartet

und fortgesetzt werden. »Mit dem gemeinsamen Auftritt stärken wir die Schlagkraft der beiden Erfolgsbrands MediaMarkt und Saturn«, erklärt **Dr. Sascha Mager**, CEO von MediaMarktSaturn Deutschland. »Unsere Kundinnen und Kunden profitieren durch unsere gemeinsamen Aktivitäten



Bild: MediaMarktSaturn

Dr. Sascha Mager

von einem verbesserten Einkaufserlebnis. Denn nun stehen ihnen unser gesamtes Produktsortiment sowie die umfangreichen Serviceleistungen übergreifend in unseren Online-Shops und deutschlandweit in rund 400 Märkten zur Verfügung – egal ob sie einen MediaMarkt oder einen Saturn-Markt für ihren Einkauf wählen.«

Damit sind Beratung, Ersatzteile oder Reparatur schneller erreichbar. Auch Serviceleistungen für zuhause wie Geräteinstallation oder Technikhilfe sind laut MediaMarktSaturn jetzt noch schneller möglich. »Durch geballte Einkaufs-Power und gemeinsame Werbung bieten MediaMarkt und Saturn ihren Kundinnen und Kunden jetzt noch attraktivere Aktionen und Angebote, bei denen der aufwendige Preisvergleich entfällt«, heißt es aus dem Handelsunternehmen.

Weitere Kundenvorteile sollen folgen: Geplant ist ein gemeinsames Vorteilsprogramm, bei dem markenübergreifend Punkte gesammelt und eingelöst werden können. Auch Einkaufsgutscheine sollen in absehbarer Zeit sowohl bei MediaMarkt als auch bei Saturn einlösbar sein. Für Online-Bestellungen stehen noch mehr Abholorte zur Verfügung, da sowohl der nächstgelegene MediaMarkt als auch Saturn ausgewählt werden können.



Bild: MediaMarktSaturn

Gemeinsamer Markenauftritt von MediaMarkt und Saturn

## Umbau der Verkaufsfläche

### Vodafone-Shopkonzept bei Euronics XXL Johann+Wittmer

Nach einem Umbau präsentiert sich Euronics XXL Johann+Wittmer in Ratingen mit einem modernen Markenauftritt und deutlich erweitertem Warenangebot. Ebenfalls neu ist die exklusive Vodafone-Verkaufsfläche. »Mit dem Vodafone Shop-in-Shop-Konzept bieten wir unseren Kunden ab sofort eine attraktive Anlaufstelle für alle Belange und Lösungen rund um Vodafone«, sagt Mitinhaber **Dirk Wittmer**. »Unsere Fachberater stehen für alle Fragen rund um Mobilfunk, Festnetz, Internet oder TV zur Verfügung.« Dabei geht der Service weit über die reine Beratung hinaus. Auf der Vodafone-Insel kön-



Bild: Euronics XXL Johann+Wittmer

Dirk Wittmer

nen Geräte an Vorführanschlüssen ausprobiert werden. Ziel ist es, die Produktwelt von Vodafone sichtbarer, spürbarer und erlebbarer zu machen. Auch bei Fragen zu bestehenden oder neuen Verträgen helfen die Fachberater gerne weiter. »Wir können jetzt die optimalen Serviceleistungen anbieten, die der Konsument in einem Vodafone-Shop erwartet«, freut sich Dirk Wittmer. »Von der Auswahl des passenden Smartphones über den individuell besten Tarif bis hin zum Zubehör bekommt man alles bei uns direkt vor Ort. Auch bei Fragen rund um Internet-Anschlüsse, Festnetz-Telefonie und Fernsehen können wir beraten und auch gleich die passenden Verträge und Geräte anbieten. Wenn der Kunde dann nach Hause geht, hat er die betriebsfertige Lösung dabei.«

Im Rahmen des Vodafone Premiumpartner-Konzepts erhöht sich auch die Sichtbarkeit

von Euronics XXL Johann+Wittmer, denn der Fachmarkt wird im Shop-Finder auf der Vodafone-Homepage angezeigt. Ebenso profitiert das Fachgeschäft durch die Einbindung in Vodafone Social-Media-Kampagnen. Das Premium-Schulungskonzept des Mobilfunkanbieters sichert zudem die ohnehin hohe Beratungskompetenz des Ratinger Händlers.



Bild: Johann+Wittmer

Die neue Verkaufsfläche macht die Vodafone-Produktwelt sichtbarer und erlebbarer

# Neue Gaming-Erlebniswelt Xperion am Berliner Alexanderplatz

Xperion, die Gaming-Erlebniswelt im **Saturn**, gibt es jetzt auch auf einer Fläche von 2.200 Quadratmetern im dritten Obergeschoss des Flagship-Markts am Berliner Alexanderplatz.

Der Saturn am Alexanderplatz ist nicht nur der größte Saturn-Markt in Berlin, sondern auch im aktuellen Store-Konzept von MediaMarktSaturn gestaltet. Nach den nun abgeschlossenen Umbauarbeiten bietet der Saturn-Markt ein noch besseres Einkaufserlebnis – beginnend bei der Übersichtlichkeit der Produkte mit thematischer Gliederung bis hin zum breiten Produkt- und Service-Portfolio. In der dritten Etage befindet sich nun das neue Xperion.

Gemeinsam mit rund 30 namhaften Partnern (darunter Red Bull, Microsoft, Sony Playstation, Acer Predator, HP



Bild: MediaMarktSaturn

Jörg Bauer

Omen, Razer, Samsung Odyssey, LG und Logitech) bietet die neue Gaming-Fläche alles, um in virtuelle Welten einzutauchen. In einer Arena mit großer Bühne und einer 30 Quadratmeter großen LED-Wall erwartet das Publikum exklusive Gaming-Events, E-Sport-Contests, Shows und Konzerte im Livestream.

## Für Streamer und Content Creator

Im Mittelpunkt des Xperion steht die unmittelbare Gaming-Erfahrung mit allen Sinnen. Anfassen, Ausprobieren, Teilhaben: Besucher können sich den Produkten interaktiv und ungezwungen nähern. Ein einmaliges Erlebnis für neugierige Laien und erfahrene Profis zugleich. Influencer und Gamer kommen mit den eigens konzipierten Social Media Hubs und Streaming Booths auf ihre Kosten: Ausgestattet mit dem neuesten Equipment kann dort Content für die eigenen Kanäle erstellt werden, z.B. Events umsetzen, coole Clips und Videos produzieren oder live streamen.

Zu den weiteren Highlights des Xperion zählen der große Free-Gaming-Bereich ab 18 Jahren mit rund 70 voll ausgestatteten Plätzen, die Red Bull Bar & Lounge für den Energieschub zwischendurch sowie eine große E-Arena, in der regelmäßig Veranstaltungen stattfinden. Außerdem befindet sich im Xperion ein Bitcoin-Automat, an dem Kunden ihre Euro-Scheine in Bitcoins umwandeln und auf ihre digitalen Wallets laden können.

## Interaktive Erlebniswelt

»Mit dem Xperion-Format haben wir ein zukunftsweisendes Konzept des stationären Marktes entwickelt, das in Köln bereits sehr erfolgreich läuft. Nun rollen wir es weiter aus. In einer interaktiven Erlebniswelt tauchen Kundinnen und Kunden in die Trendthemen Gaming, Entertainment, E-Sport und Social Media ein«, erläutert **Jörg Bauer**, COO MediaMarktSaturn Deutschland. »Ganz im Sinne unserer strategischen Neupositionierung unter dem Leitbegriff ‚Experience Electronics‘ und unseres Leistungsspektrums machen wir im Xperion innovative Technik noch besser erlebbar. Kundinnen und Kunden können Produkte entdecken, ausprobieren und auch direkt kaufen. Das ist eine besondere Erfahrung, die nachhaltig beeindruckt und eine wertvolle Verbindung zu unseren jüngeren Zielgruppen schafft.«

»Wir freuen uns sehr, dass wir gemeinsam mit unseren rund 30 Partnern ein neues Zuhause für Gaming-Begeisterte bieten und mit regelmäßigen Events den Enthusiasmus für E-Sport und VR-Welten weiter

anheizen«, sagt **René Kochan**, Geschäftsführer des Saturn am Alexanderplatz.

Anlässlich der Eröffnung am 13. Januar war das Xperion für drei Tage und zwei Nächte durchgehend geöffnet, begleitet von exklusiven Events und Challenges mit bekannten E-Sportlern wie Bröki, HandofBlood, MAD Lions, Vlesk und Eintracht Spandau.



Ausstellungsfläche von Asus ROG

Bild: MediaMarktSaturn



Saturn Flagship-Markt am Berliner Alexanderplatz

Bild: MediaMarktSaturn



Free-Gaming-Bereich ab 18 Jahren

Bild: MediaMarktSaturn



Cube Intel im Xperion Berlin

Bild: MediaMarktSaturn

»Händler des Jahres 2022« in der Kategorie Fachhändler

# Nachhaltigkeit auf allen Ebenen



Das Ladengeschäft mit Holzfassade von Euronics Diehm in Wertheim, der nördlichsten Stadt Baden-Württembergs, gelegen am Main

In einem smarten Neubau mit natürlicher Holzfassade setzt das Fachgeschäft **Euronics Diehm** in Wertheim ein nachhaltiges POS-Konzept um. Außerdem hat sich der Betrieb fachliche Kompetenz in zukunftssträchtigen Geschäftsfeldern wie Elektroauto, Photovoltaik, Ladeinfrastruktur, Energiemanagement und KNX-Gebäudesteuerung aufgebaut. Für dieses Engagement wurde Inhaber **Alexander Diehm** mit seinem Team als »Händler des Jahres 2022« in der Kategorie Fachhändler ausgezeichnet.

Seit 1935 betreut das Fachgeschäft in Hasloch (Unterfranken) seine Kunden. Vor einem Jahr hat Alexander Diehm, der den Familienbetrieb in dritter Generation führt, im nahegelegenen Wertheim (Baden-Württemberg) auf der anderen Main-Seite einen neuen Standort eröffnet. Nach genauer Standortanalyse mit Unterstützung der Euronics-Zentrale fiel seine Wahl auf das Lager eines ehemaligen Holzhändlers. Das Gebäude wurde mittels

nachhaltiger Bauweise saniert und durch zusätzliche Räumlichkeiten erweitert. Auf 330 Quadratmetern neu gestalteter Verkaufsfläche ist ein einladender Technik-POS entstanden. »Hier kann ich unsere komplette Waren-, Projekt- und Installationskompetenz nicht nur präsentieren, sondern wirklich erlebbar und anfassbar machen«, sagt Geschäftsführer Alexander Diehm. »Wir können den Kunden bereits am POS zeigen, was für ihr Zuhause technisch denkbar wäre.« Im hinteren Teil des Gebäudes befindet sich noch ein Lager sowie eine Reparatur-Werkstatt. Der angeknüpfte Online-Shop erweitert das stationäre Angebot und informiert über alle verfügbaren Artikel. Die ursprüngliche Geschäftsstelle in Hasloch bleibt weiterhin als reiner Handwerksbetrieb bestehen. Insgesamt sind 20 Mitarbeitende, davon fünf Azubis, im Ladengeschäft und Fachbetrieb tätig.

## CO<sub>2</sub>-neutraler Shop

Im neuen Gebäude mit Holzfassade werden effiziente Klimaschutzmaßnahmen umgesetzt, wofür Euronics Diehm vom Klimaverbund Mittelstand eine entsprechende Zertifizierung erhielt. Die auf dem Dach installierte Photovoltaik-Anlage erbringt

einen Jahresertrag von 57.000 kWh. Damit lassen sich 63.846 Tonnen CO<sub>2</sub> einsparen, das entspricht 291.534 gefahrenen Kilometern in einem Diesel-PKW. Innerhalb von sieben bis elf Jahren wird sich das Investment amortisiert haben.

Das Engagement in Sachen Nachhaltigkeit wird aktiv von der Euronics-Zentrale unterstützt: Sowohl der Ladenbau im Verbund mit Strom, Heizung und Beleuchtung, als auch ergänzende Bereiche wie Materialverbrauch, Fahrzeugflotte und Recycling sollen möglichst CO<sub>2</sub>-neutral gestaltet sein. Bei Euronics Diehm ist der Point of Sales außerdem mit Varta-Energiespeichern, KNX-Gebäudesteuerung und intelligentem Lademanagement von Elektroautos ausgestattet. Darüber hinaus bietet der Fachhändler eine umfassende Klimaberatung inklusive Elektroinstallation.

## Personal Shopping am POS

Das Angebot im Ladengeschäft umfasst bekannte Fachhandelsmarken zu TV, Audio und Weiße Ware. Kunden erhalten hier individuelle Beratung im Sinne von »Personal Shopping«. Zentral einsehbar steht eine Showküche, wo regelmäßig Kochvorführungen stattfinden. Auch Kaffeewochen oder Kärcher-Tage locken die Kunden ins Geschäft. Zusätzlich gibt es Lademöglichkeiten fürs Smartphone, und WLAN ist bis in die hinterste Ladenecke verfügbar.

Dienstleistungen begleiten selbstverständlich den reinen Produktverkauf. Rund um TV wird etwa auch Antennenbau und Kanalaufbereitung angeboten. Für Miele und Metz ist man autorisierter Partner im Kundendienst, was entsprechend im Verkaufsgespräch argumentiert wird. Wo es möglich ist, werden Produkte sinnvoll ergänzt: So fördert Diehm sein Ange-



Inhaber **Alexander Diehm** (rechts) erhält die Auszeichnung »Händler des Jahres 2022« aus den Händen von **CE-Markt** Chefredakteur Jan Uebe



**Angebot im Ladengeschäft** mit bekannten Fachhandelsmarken zu TV, Audio und Weiße Ware



**Individuelle Beratung** im Sinne von »Personal Shopping«

bot an Kaffeevollautomaten mit den edlen Kaffeemischungen der österreichischen Manufaktur Andraschko, die diese aromatischen Kaffeebohnen nur über wenige Verkaufsstellen in Deutschland vertreibt. »Das kann langfristig neue Kunden bringen«, meint Alexander Diehm.

Daneben verkauft der Fachhändler alles, »was gerade angesagt ist«: Office-Produkte wie Drucker und Monitore, Akkustaubsauger, Heizungsradiatoren, Mini-Solaranlagen für den Balkon, Massagepistolen und Wearables mit Gesundheitsfeatures. Im Bereich Air Treatment führt er zudem Klimaanlage für den gewerblichen Einsatz, die neben der Luftreinigung auch Viren abtöten. Die Kombinationen aus Consumer-Produkten und professionellen Lösungen zieht sich durchs gesamte Sortiment, z.B. mit Telefonanlagen, professionellen Headsets, Touchscreen-Monitoren für Präsentationen, Alarmanlagen und Videoüberwachung sowie Smart-Home-Komponenten. Das Zubehör-Portfolio ist umfangreich und vielfältig, über ein Gerät von Green Minky kann direkt am POS eine individuelle Display-Schutzfolie anfertigt werden.

Als Verlängerung der stationären Fläche fungiert der neu aufgelegte Online-Shop. Zwar sei hierfür der Zeitaufwand recht hoch und die Margen geringer, »aber es geht nicht ohne«, betont Alexander Diehm. Ziel des Online-Auftritts ist die stationäre Zuführung, je nach Sortiment erreicht er damit Kunden im Umkreis von 30 Kilometer. Der reine Online-Versand erfolgt per Fulfillment aus dem Zentrallager.

## Motiviertes Team

Entscheidend für den Erfolg ist ein motiviertes Team. »Man muss Mitarbeiter haben, die sich für ein Produkt begeistern«, ist Alexander Diehm überzeugt. »Bei uns hat jeder Mitarbeiter einen eigenen Themenbereich. Alle vier Wochen gibt es eine Schulung von Mitarbeiter für Mitarbeiter. Zum Beispiel nimmt eine Kollegin ein Bügelbrett mit nach Hause, um sich damit auseinanderzusetzen. Wenn sie sich gut damit auskennt, dann präsentiert sie es

den anderen Mitarbeitern. Wenn sich jemand autodidaktisch mit einem Produkt beschäftigt, hat das eine andere Qualität als eine gewöhnliche Schulung.«

Die positiven Erfahrungen mit dieser Herangehensweise geben Alexander Diehm recht. Allerdings muss auch er einräumen, dass es nicht ganz einfach ist, neues Personal zu finden. Vor allem gute Verkäufer sind rar gesät. »Man muss ehrlich rüberkommen«, beschreibt Diehm das Jobprofil. »Der Kunde soll zufrieden sein und wiederkommen, daher sind Freundlichkeit und Authentizität das wichtigste.« Im Zweifel ist ihm eine empathische Verkäuferin lieber als jemand, der die Kunden mit zu viel technischen Details erschlägt und keinen Verkaufabschluss findet.

## Potenzial mit Elektroautos

Spezialisierte Beratung und Kaufvertragsabschlüsse zu dem von Euronics angebotenen Aways Elektro-SUV können im vernetzten Tagungs- und Besprechungsraum wahrgenommen werden. Das Elektroauto ist sowohl Blickfang im Eingangsbereich als auch ein interessantes Zusatzgeschäft. Alexander Diehm zeigt sich überzeugt von der Qualität der chinesischen Marke: »von der Verarbeitung her absolutes Oberklasse-Niveau«. Bislang kann er bereits ein bis zweimal die Woche eine Probefahrt für Kunden umsetzen, in Zukunft möchte er das Geschäft weiter ausbauen.

## Auftragsstau bei Solaranlagen

Darüber hinaus installiert sein Betrieb seit Jahren auch hochwertige Wallboxen und PV-Anlagen. »Der Einstieg in Elektroinstallation und Solaranlagen ist jedoch komplex und braucht Zeit, damit Mitarbeiter entsprechendes Know-how zur Montage aufbauen«, gibt Alexander Diehm zu Be-

denken. Für ihn sei es jedenfalls ein stabiles und lukratives Geschäft, das auch Rückgänge in anderen Geschäftsfeldern abfangen kann. Im Moment ist die Auftragslage bei PV-Anlagen außergewöhnlich hoch: »Es besteht kein Zwang, Werbung zu machen, weil wir die Aufträge von letztem Jahr noch abarbeiten müssen und viele Solaranbieter ohnehin kaum lieferfähig sind«, so Alexander Diehm. »Dieses Jahr fällt außerdem die Mehrwertsteuer weg und es gilt eine neue Einspeisevergütung, weshalb sich viele überlegen werden, eine PV-Anlage einzubauen. Doch wer soll das die nächsten Jahre alles bauen? Die vorhandenen Betriebe können das gar nicht leisten.«

## Ganze Lösungen verkaufen

Ebenso setzt der Euronics-Fachhändler auf Cross-Marketing bzw. Kooperationen mit Betrieben vor Ort, also verschiedenen Handwerkern und Servicedienstleistern. »In Zukunft wird es noch wichtiger, ganze Lösungen zu verkaufen und die Ware fließt dabei einfach mit«, ist sich Diehm sicher. Zu seinen Serviceleistungen zählen u.a. Planung und Einbau von Klimaanlage, E-Check, Thermografie, Energiespeicher, Beleuchtungstechnik, Heimvernetzung und Telekommunikation. Außerdem unterhält er eine Partnerschaft mit den Stadtwerken in Wertheim sowie mehrere Sponsorings, z.B. beim städtischen »Messelauf« und dem örtlichen Sportverein.

Werbung schaltet er bevorzugt über Prospekte und Beilagen in der Lokalzeitung, auf Facebook und Instagram werden Aktionsangebote bekannt gemacht und Kundenfragen beantwortet. Ein weiteres Highlight ist sein Auftritt im Euronics-Podcast Nah + Da!, wo Alexander Diehm über Nachhaltigkeit, E-Mobilität und seine Liebe zum Jazz spricht – und wie man die »Stimme Wertheims« wird. Dass der aktuelle Euronics-Werbespot »Wir sind online vor Ort« unter anderem in seinem Ladengeschäft gedreht wurde, zeigt außerdem, welche hohe Wertschätzung der Fachhändler innerhalb seiner Kooperation genießt.



# Das Fachgeschäft von zu Hause aus betreiben

Der Münchner Fachhändler **Josef Veith** zieht aus seinem Ladengeschäft ins Home Office. Die Beweggründe für diesen ungewöhnlichen Schritt schildert er im Gespräch mit **CE-Markt**.

Seit 55 Jahren gibt es das Fachgeschäft Krug Fernsehen in Pasing im Münchner Westen. Vor 16 Jahren stieß Josef Veith mit seiner Firma Computer Corner hinzu. Er hat den TV-Verkauf um Videobearbeitung und Netzwerktechnik erweitert sowie die vorhandene Werkstatt modernisiert. In dieser Zeit hat er sich einen Kundenstamm von 11.000 aktiven Kunden aufgebaut. Als vor einem halben Jahr sein Vermieter unerwartet den Vertrag zum 31. Dezember 2022 gekündigt hat, war Josef Veith zunächst tief betroffen und überlegte, wie es für ihn weitergehen kann. »Als Unternehmer war ich immer mit Freude dabei, bin aber im vergangenen Juli 70 Jahre alt geworden«, erzählt er. »Obwohl ich mich noch jung und dynamisch fühle, technisch up to date bin und immer neue Ideen anschiebe, suche ich keine Neueröffnung, keinen neuen Standort. Das hat verschiedene Gründe, die mit der Entwicklung unserer Branche und der Wirtschaft allgemein zu tun haben.«

Seiner Ansicht nach geht der Trend hin zu geringerer Kundenfrequenz und zu deutlich mehr Online-Geschäften. Aus Gesprächen mit anderen Händlern, die seine



Josef Veith vor seinem neuen Container

Altersklasse sind und ihren Laden aufgegeben haben, entstand die Idee, im Home Office weiterzumachen. »Ich mache den Laden zu, bin aber nach wie vor der Fachbetrieb Krug Fernsehen plus Computer Corner«, beschreibt Josef Veith das Konzept. »Ich arbeite von zu Hause aus, gehe aber zu den Kunden und mache dort die Fachberatung. Und wenn der Kunde etwas bestellt, dann liefere ich es. Ich habe nach wie vor meine externen Freelancer, die für mich arbeiten, und alles ist so wie bisher. Womöglich mit weniger Umsatz, aber ich

habe ja auch weniger Kosten.« In seinem Einfamilienhaus hat Josef Veith sein Geschäft gewerblich angemeldet und sich im Untergeschoss ein Büro mit zwei Arbeitsplätzen eingerichtet. Im ersten Stock gibt es außerdem einen großen Raum, in dem Geräte stehen und Installationen gemacht werden können.

Aber was passiert, wenn ein Kunde ein Gerät zur Reparatur bringt oder doch einmal ein Produkt sehen will? »Der Schlüssel hierzu ist nichts anderes als ein Container«, berichtet Josef Veith. »Der steht jetzt in meinem Vorgarten, versteckt hinter einer Hecke, 16 Quadratmeter groß. Heizung und Strom sind vorhanden, sowie alle Anschlüsse für Satellit, Kabel und DVB-T. Den Werkstatttisch mit Vollausrüstung übernehmen wir vom Ladengeschäft. Dazu stelle ich ein Doppелеlement des Tego-Regals, zweimal ein Meter, auf dem Fernseher, Blu-ray-Recorder und Digitalradios platziert werden – alles was wichtig ist.« Die Geräte sind vorführbereit, falls doch einmal ein Kunde zu ihm kommt. Und eine Sesselgruppe steht für eventuelle Kundengespräche bereit.

»Mit dem Container kann ich also die gleiche Leistung wie bisher bringen«, freut sich Josef Veith. »Die Firma gibt es weiter, online erreichbar über die bekannte Website. Und meine Serviceadresse ist die E-Mail und die Telefonnummer.« Nun werden elftausend Karten verschickt, in denen der Kundschaft die neue Adresse mitgeteilt wird. »In Zukunft komme ich beim Kunden vorbei. Das habe ich die letzten Monate bereits ausprobiert und das hat gut funktioniert«, betont Josef Veith. »Damit habe ich jetzt den Freiraum, einen geeigneten Nachfolger für mein Geschäft zu finden.«

## Apple-Händler

### Gravis akzeptiert nur noch bargeldlose Zahlung

**Ab sofort** kann in allen Gravis-Stores deutschlandweit nur noch bargeldlos bezahlt werden, also mit Kredit- und Debitkarten, mobilen Zahlungen und digitalen Wallets oder per Gravis Abo. Die Abschaffung von Bargeldzahlungen resultiert aus einer vorab durchgeführten Testphase, die ergab, dass Gravis-Kunden mit überdurchschnittlich großer Akzeptanz auf bargeldloses Bezahlen reagieren.

»Als größte autorisierte Apple-Handelskette ist es unser Anspruch, unseren Kunden ein reibungsloses, modernes Einkaufserlebnis zu bieten, das sie mit einem unkomplizierten und sicheren Bezahlvorgang abschließen«, sagt Gravis-Geschäftsführer **Jan Sperlich**. Schon länger beobachtet Gravis, dass die Kunden vermehrt Zahlungsmittel wie EC-Karte oder Mobile-Payment-Methoden wie Apple Pay wählen. Die beiden letzten Jahre hätten den Trend verstärkt. Hinzu kommt, dass die Gravis-



Jan Sperlich

Kunden besonders technik-affin sind und gerne zum Beispiel mit dem Smartphone zahlen.

Im neuen Store-Konzept von Gravis, das Mitte vergangenen Jahres vorgestellt wurde, ist kein Kassentresen im herkömmlichen Sinn mehr vorgesehen. Stattdessen gibt es mobile Terminals, die sich flexibel an die Customer Journey im Store anpassen und an denen Kunden bargeldlos bezahlen können. Auf die klassische Kassenschublade wird dabei ebenso verzichtet wie auf gedruckte Kassenzettel auf Papier.

Gravis gehört zur freenet AG und ist mit rund 660 Mitarbeitern an 40 Standorten einer der größten Apple-Händler in Deutschland. Rund um iPhone, iPad und Mac wird ein komplettes Apple-Sortiment angeboten, sowie weitere Marken inklusive der Eigenmarke Networx, deren Produkte sich mit Apple-Geräten kombinieren lassen.

## Smarte Technologien im E-Haus

**Das** interaktive E-Haus macht smarte Technologien erlebbar. Ein knapp dreiminütiger Film stellt Anwendungen im 100 Quadratmeter großen Musterhaus vor und legt dabei einen Fokus auf Energieeffizienz und Smart Health. Gezeigt wird beispielsweise ein durch KI gesteuertes, gebäudeübergreifendes Energiemanagement, in das Photovoltaik-Anlage, Wärmepumpe und Batteriespeicher ebenso eingebunden sind wie die Ladeinfrastruktur für Elektroautos. So lässt sich steuern, dass das Laden des E-Autos vorrangig mit selbst erzeugtem Strom erfolgt und dass die Waschmaschine ihre Arbeit erst aufnimmt, wenn die Fahrzeugbatterie aufgeladen ist. Heizung, Rollläden und



Licht sind über Gesten und Sprache steuerbar und aufeinander abgestimmt.

**Video** zum E-Haus

# Nachhaltigkeit ist kaufentscheidend

**Wertgarantie**-Kunden legen großen Wert auf umweltbewusstes Handeln und honorieren den Service des Spezialversicherers, wie der TÜV Rheinland in einer Kundenumfrage festgestellt hat.

**P**reis, Qualität, Verfügbarkeit – wenn es um Kaufkriterien geht, hat sich in den vergangenen Jahren ein weiteres ganz weit vorne platziert: Nachhaltigkeit. Studien zeigen die nach wie vor große Bedeutung dieses Themas – trotz Energiekrise und Inflation beim Konsum. Insbesondere bei Verbraucherinnen und Verbrauchern, die eine Reparaturkostenversicherung für Elektrogeräte oder Fahrräder/E-Bikes abgeschlossen haben, ist dies ein elementarer Aspekt bei ihrer Kaufentscheidung. Das hat der TÜV Rheinland aktuell bei einer Umfrage unter den Kundinnen und Kunden des Hannoveraner Spezialversicherers festgestellt.

Für über 85 Prozent der Wertgarantie-Kunden ist der Aspekt Nachhaltigkeit bei ihrer Kaufentscheidung von Relevanz, für

über 62 Prozent sogar von mindestens großer Relevanz. Das hat eine repräsentative Stichprobe unter den Kunden des Spezialversicherers ergeben. Fast 80 Prozent der Versicherten bestätigen zudem, dass Wertgarantie durch die Möglichkeit, Geräte reparieren zu lassen, seinen Kunden Anreize zu umweltbewusstem Handeln gibt.

Mit diesen Ergebnissen der durch den TÜV Rheinland im November 2022 durchgeführten Kundenbefragung sieht sich der Versicherer in seinem nachhaltigen



Konrad Lehmann

Handeln bestätigt, ordnet Wertgarantie-Vorstand **Konrad Lehmann** ein: »Wir begreifen Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor für unser Geschäftsmodell. Auch deshalb richten wir unsere Leistungen darauf aus. Die Ergebnisse zeigen, dass die überwiegende Mehrheit unserer Kundinnen und Kunden das wahrnimmt und honoriert!«

Die Relevanz von Nachhaltigkeit bei Kaufentscheidungen liegt bei Wertgarantie-Kunden grundsätzlich mit 85,5 Prozent im Jahr 2022 sowie mit 88 Prozent im Jahr 2021 weit über dem gesamtgesellschaftlichen Wert: Laut einer Umfrage des Markt- und Meinungsforschungsinstituts YouGov aus dem Jahr 2021 gaben 60 Prozent aller Verbraucher in Deutschland an, sich beim Einkauf allgemein vom Gedanken der Nachhaltigkeit beeinflussen zu lassen. »Das zeigt: Umweltbewusstes Handeln genießt bei unseren Kundinnen und Kunden einen besonders hohen Stellenwert. Das hat große Relevanz, da bewusste Kaufentscheidungen ein wichtiger Faktor für nachhaltigen Konsum sind«, verdeutlicht Konrad Lehmann.

## Kunden sensibilisieren, damit sie reparierbare Geräte kaufen

Wertgarantie setzt sich für einen verantwortungsvollen Umgang mit Elektrogeräten ein. »Reparieren statt Wegwerfen«, das ist nicht nur der Titel unserer Studie zur Entstehung von Elektroschrott, es steht auch für unsere Haltung: Unser Ziel ist es, das Bewusstsein für eine verlängerte Nutzung von Geräten durch Reparaturen zu stärken«, unterstreicht Konrad Lehmann. »Beispielsweise geben wir unseren Partnern im Fachhandel nützliche Argumente an die Hand, die Kunden, die Verbraucher im Moment der Kaufentscheidung auf Nachhaltigkeit anzusprechen und sie dafür zu sensibilisieren, reparierbare Geräte zu kaufen.«

## Hohe Reparaturquote bei Wertgarantie-Kunden

Die Reparaturquote lag bei Wertgarantie im vergangenen Jahr bei 75 Prozent, d.h. dass drei von vier versicherten Produkten bei einem Defekt repariert werden konnten – und das zur vollen Zufriedenheit der Kunden, wie der TÜV in der aktuellen Kundenbefragung erneut bestätigte: Fast 97 Prozent der Befragten halten den Spezialversicherer für »sehr zuverlässig« bzw. »zuverlässig«. Insgesamt sind über 96 Prozent der Befragten mit dem Kundenservice »sehr zufrieden« bzw. »zufrieden«. Über 97 Prozent der Befragten würden Wertgarantie weiterempfehlen. Insgesamt werden die Hannoveraner von den Kunden mit der Durchschnittsnote von 1,50 bewertet. »Die Ergebnisse sind sichtbarer Beweis für unsere Kundenorientierung«, sagt Konrad Lehmann: »Zudem zeigen sie, dass unsere Kundinnen und Kunden Verantwortung übernehmen, indem sie bei ihren Kaufentscheidungen nachhaltig handeln!«



## Wertgarantie feiert 60. Geburtstag mit vielen Aktionen

**Vor** 60 Jahren startete das Hannoveraner Unternehmen mit seiner Idee der Geräteversicherung. Das Jubiläum wird nun das ganze Jahr über gefeiert. Bei der nächsten Aktion vom 1. Februar bis 30. April 2023 sind die abgeschlossenen Komplettschutz-Verträge mit »3 für 2«-Angebot relevant. Alle Teilnehmer, die während des Aktionszeitraums mindestens



Thilo Dröge

60 mal das Komplettschutz-Angebot »Schütze 3 zahle 2« vermittelt haben, erhalten eine Wildcard für die Profi Tour in Kroatien. »Wir wollen auch 2023 gemeinsam mit unseren Partnern im Fachhandel erfolgreich sein und freuen uns umso mehr auf ein tolles Geburtstagsjahr!«, kommentiert Wertgarantie-Geschäftsführer Vertrieb **Thilo Dröge**.

# Attraktives HiFi-Bundle für den Fachhandel



Das sonoro HiFi-Bundle ist in mehreren edlen Farbvarianten verfügbar

Mit dem Maestro HiFi-Receiver und den Orchestra Lautsprechern hat **sonoro** ein optisch und akustisch aufeinander abgestimmtes Bundle im Angebot – ideal für den (Wieder-)Einstieg in die HiFi-Welt.

Der repräsentative HiFi-Receiver Maestro dient als Schaltstelle fürs Wohnzimmer. Mit tollem Klang, zahlreichen Anschlüssen, Medienquellen und Einstellungen ist die edel designte und einfach zu bedienende HiFi-Lösung ein echtes Allround-Talent, dessen Leistung selbst höchsten Ansprüchen gerecht wird. Pas-

send dazu gibt es von sonoro die kompakten Orchestra. Mit ihrem schicken, aber unaufdringlichen Design und starker Leistung können die Lautsprecher selbst große Räume mit natürlichem Klang ausfüllen.

Aktuell bietet sonoro den HiFi-Receiver Maestro und die Orchestra Lautsprecher im Set für 1.999 Euro UVP statt regulär

2.498 Euro beim Einzelkauf an. Im Bundle verfügbar sind diese ansprechenden Farbvarianten:

- Maestro in Schwarz (hochglänzend) mit silberner Front und Orchestra in Schwarz (hochglänzend) mit silbernen Aluminiumelementen
- Maestro in Weiß (hochglänzend) mit silberner Front und Orchestra in Weiß (hochglänzend) mit silbernen Aluminiumelementen
- Maestro in Graphit (matt) mit silberner Front und Orchestra in Graphit (matt) mit silbernen Aluminiumelementen
- Maestro in Weiß (matt) mit schwarzer Front und Orchestra in Schwarz (matt) mit schwarzen Aluminiumelementen
- Maestro in Walnuss mit silberner Front und Orchestra in Walnuss mit silbernen Aluminiumelementen

## sonoro auf der Koop-Messe

**Aman Rafi**, Director Global Sales & Business Development, lädt zum Besuch des sonoro-Stands auf der Koop ein: »Wir freuen uns auf das neue Messekonzept der beiden Kooperationen und sind auf unserem Messestand (hub27, Stand 324) mit allen Neuheiten von sonoro audio und faller audio vertreten.«



## Sonova

### Mit Sennheiser-Ohrhörern Gespräche besser verstehen

Die Sennheiser True-Wireless-Ohrhörer Conversation Clear Plus verbessern über Sonova-Chiptechnologie die Sprachverständlichkeit während Anrufen und Gesprächen. Die automatische Umgebungserkennung analysiert den Geräuschpegel und passt die Sprachverstärkung an. Währenddessen minimiert die aktive Geräuschunterdrückung (ANC) störende Hintergrundgeräusche. Die Conversation Clear Plus App erläutert die Einrichtung und Bedienung der Ohrhörer schrittweise. Zudem lässt sich der Klang in der App über verschiedene Einstellungen und drei Hörmodi (Relax, Communication, Streaming) an persönliche Präferenzen anpassen.



## Sony

### Walkman-Musikplayer für anspruchsvolle Kunden

Der 107 Gramm leichte Musikplayer NW-A306 der Walkman Signature-Serie kommt im stabilen Gehäuse mit gefrästem Rahmen aus hartem Aluminium. Mit dem Gerät erlebt ein Hörer den Song so, wie es vom Künstler im Tonstudio beabsichtigt wurde. Der S-Master HX Digitalverstärker ist mit dem nativen DSD-Audioformat kompatibel und reduziert Verzerrungen und Rauschen über einen weiten Frequenzbereich – für satten und vollen Sound. Die Audio-Technologie DSEE Ultimate skaliert komprimierte digitale Musikdateien präzise hoch, um sie in besserer Qualität wiederzugeben. Der weiterentwickelte Algorithmus unterstützt verlustfrei codierte Musik in CD-Qualität (16 Bit 44,1/48 kHz). Je nach abgespieltem Dateiformat bietet der Musikplayer zwischen 26 und 36 Stunden Akkulaufzeit.



## Hisense

### Vielseitiges Großbildfernsehen mit neuem Laser TV

Die PL1 Laser Cinema Konsole bietet 4K-Qualität sowie HDR10 und Dolby Vision mit Bilddiagonalen zwischen 80 und 120 Zoll. Über den eingebauten Triple Tuner und CI+ Slot werden vielfältige Ansprüche bedient, egal ob Streaming via Smart TV Plattform VIDAA U6 oder lineares Fernsehen. Über spezielle Sport und Game Modi sowie MEMC werden schnelle Sequenzen flüssig dargestellt. Ist eine externe Spielekonsole über HDMI angeschlossen, werden die passenden Einstellungen automatisch aktiviert, was eine kurze Latenzzeit für reaktionsschnelles Gaming unterstützt. Ein verbauter Speaker sorgt für Surround-Sound mit 30 Watt Klangvolumen.



Ein Jahrhundert Erfindergeist und Produkte der Luxusklasse

# Loewe feiert 100 Jahre

1923 gegründet, hat sich **Loewe** zu einem weltweit agierenden Traditionsunternehmen im Luxussegment entwickelt und über Jahrzehnte maßgeblich die Unterhaltungselektronik mit Meilensteinen in Design, Technik und Innovation geprägt. Wie kein anderes Unternehmen unserer Branche steht Loewe für exklusives Design, exzellente Qualität und deutsche Ingenieurskunst.



**Geschäftsführung von Loewe Technology**  
Christian Alber (COO), Aslan Khabljev (CEO)  
und Thomas Putz (CTO) v.l.n.r.

Auch ein Jahrhundert nach der Gründung durch **Siegfried** und **David Ludwig Loewe** in Berlin prägt die Marke die Unterhaltungselektronik und ist heute als Loewe Technology GmbH in 42 Ländern mit einem breiten Sortiment an hochwertigen TV- und Audio-Produkten aktiv. Herzstück von Loewe sind der hochtechnisierte Produktionsstandort und die fast 200 Mitarbeitenden am Stammsitz im oberfränkischen Kronach. Dort entstehen wahre Ikonen, denn Loewe steht für ästhetisch anspruchsvolles Design: zeitlos, funktional, minimalistisch. Die Loewe-Produkte sind bis ins kleinste Detail durchdacht und auf Langlebigkeit ausgelegt. So kreiert Loewe immer wieder magische Produkterlebnisse im Alltag der Menschen.

## Tradition bei Loewe: Sich immer wieder neu erfinden

Die Geschichte der Marke Loewe ist voller beeindruckender Meilensteine: 1931 präsentierte Loewe zusammen mit dem Forscher **Manfred von Ardenne** das weltweit erste vollelektronische Fernsehgerät, das 1933 in die Serienproduktion ging. Nach der Eröffnung der Produktionsstätte in Kronach 1948 etablierte Loewe drei Jahre später mit dem Modell Iris das erste in Serie gefertigte Fernsehgerät auf dem Markt. 1963 machte der Loewe Optaport die Fernsehunterhaltung zum ersten Mal mobil und mit der Einführung des Farbfernsehens gegen Ende der 1960er Jahre

zudem auch noch wirklichkeitsnäher. Anfang der 1980er Jahre stellte Loewe mit dem Stereo-Fernseher eine weitere Innovation vor. Nach dem Aufkommen des Internet präsentierte Loewe 1997 mit dem Xelos@Media den ersten Smart TV.

In der langen Geschichte von Loewe markiert das Jahr 2019 den Beginn einer neuen Ära: Seit der Übernahme durch den Unternehmer **Aslan Khabljev** ist Loewe ein inhabergeführtes Familienunternehmen, Khabljev fungiert als Eigentümer und CEO. Bei der Loewe Technology GmbH entstehen am Stammsitz in Kronach in der traditionsreichen Manufaktur mit hochtechnisierten Produktionslinien weiterhin nachhaltige Hightech-Produkte – Loewe ist stolz auf seine Firmen-DNA »Engineered & Made in Germany«. Seit 2019 wurde außerdem der Wiedereintritt in den Markt mit mehr als 20 neuen Produkten zu TV und Audio realisiert.

## A Century Of Excellence: »Made in Germany« aus Kronach

Mit dem Hauptsitz und der Fertigungsstätte in Kronach bekennt sich Loewe weiterhin klar zu seiner Tradition und bleibt auch in Zukunft fest in der Region verwurzelt. Die eigene Produktion auf Basis des Manufaktur-Gedankens ermöglicht zudem eine hohe Anpassungsfähigkeit: Im Gegensatz zur Massenproduktion stehen bei Loewe Individualität und Flexibilität der Produktkonzepte im Fokus.

100 years  
1923 - 2023

Ein ebenso wichtiger Bestandteil der Loewe-DNA ist Nachhaltigkeit: Das Unternehmen hat sich der Herstellung von formschönen, hochfunktionalen, modernen, zeitlosen und langlebigen Geräten verpflichtet. Durch die Auswahl der edelsten und hochwertigsten Materialien entstehen in sorgfältiger Präzisionsarbeit nachhaltige Produkte, die mit Energieeffizienz, Software-Updates und jahrelanger Reparaturfähigkeit überzeugen. Zudem läuft die Produktion bereits heute zu 100 Prozent mit Öko-Strom.

Die heutige, global agierende Marke blickt mit Leidenschaft und Stolz auf ihre außergewöhnliche Historie voller Innovationskraft, Tradition und handwerklicher Perfektion »Made in Germany«. Die 100-jährige Geschichte wird mit einem klaren Fokus auf das Luxussegment fortgesetzt, denn auch im neuen Loewe-Jahrhundert bleibt die Marke ihren Wurzeln treu und wird die Kernsegmente TV und Audio als Innovationstreiber weiterhin nachhaltig prägen. Das gekonnte Zusammenwirken von technischen Meisterwerken und eleganten Designikonen bleibt dabei auch weiterhin das Markenzeichen – so will sich Loewe als Referenz für Luxus bei TV und Audio weltweit etablieren.

Die Loewe Technology GmbH wird diesen Anspruch und die Kultur des Sich-immer-neu-Erfindens bewahren sowie die überragende Handwerkskunst mit der Schaffung von Luxuserlebnissen fortführen. »Im Jubiläumsjahr legt Loewe einen Fokus auf dem Ausbau der globalen Präsenz durch die Intensivierung wertvoller Beziehungen zu bestehenden und neuen Partnern und der Stärkung der Markensichtbarkeit in ausgewählten Vertriebskanälen«, betont **Christian Alber**, COO der Loewe Technology GmbH. »Loewe wird in alle Kontaktpunkte mit dem Verbraucher investieren, von der Sichtbarkeit am Point of Sale über die Online-Präsenz bis hin zum Service. Beim Vertrieb setzt Loewe auch in Zukunft auf eine enge Zusammenarbeit mit dem qualifizierten Fachhandel und einem internationalen Partnernetzwerk.«

## Feierlichkeiten zum Jubiläum

**Das** Loewe-Jubiläum wird das ganze Jahr über gefeiert, der Startschuss fällt am 2. März mit einem Festakt zur Eröffnung der Sonderausstellung »100 Jahre Loewe Designgeschichte« am Stammsitz in Kronach. Im Verlauf des Jubiläumsjahres werden weitere Events und Aktivitäten sowie diverse Kommunikationsmaßnahmen folgen.

Panasonic MZW2004-Serie in 55 und 65 Zoll

# Ultimatives Entertainment



Mit der neuen Flaggschiff-OLED-TV-Serie legt **Panasonic** die Messlatte seiner Topmodelle im OLED-Segment nochmals deutlich höher. Bei Helligkeit, Bildqualität sowie Gaming- und Sound-Performance hat der Fachhandel gute Argumente an der Hand.

## Bestmögliche HDR-Bildqualität

Durch die Kombination des erstklassigen Master OLED-Ultimate Panels der allerneuesten Generation mit Micro Lens-Array lassen sich in der MZW2004-Serie bislang ungeahnte Helligkeits- und Kontrastwerte erreichen. Dank des HCX Pro AI Prozessors setzen die OLED TVs auch bei Farbtreue und Detailschärfe neue Standards.

## Filme schauen auf Hollywood-Niveau

Die MZW2004-Modelle bieten enormen Detailreichtum dank verbesserter Bildverarbeitung und noch mehr Helligkeit auch bei Spitzenwerten von HDR-Signalen. Auch bei der Farbabstimmung der neuen OLED-Flaggschiffserie greift Panasonic auf den professionellen Erfahrungsschatz des Hollywood Film-Koloristen Stefan Sonnenfeld. Wie bereits die Vorgängermodelle unterstützt auch die MZW2004-Serie eine Vielzahl von HDR-Formaten, darunter Dolby Vision IQTM2, HDR10+ Adaptive und HLG Photo. Im nochmals verbesserten Filmmaker Mode werden Filme exakt so gezeigt, wie vom Regisseur erdacht. Intelligente Sensoren erkennen die Farbtemperatur des Umgebungslichts und passen das Bild entsprechend an, tagsüber anders als bei Nacht.

## Streaming 4K Remaster

Diese neue Funktion analysiert die zugepielten Streaming-Inhalte und sorgt danach für klare und detailreiche Bildwiedergabe in 4K. Enthaltene Flächen, Texturen und Kanten werden segmentweise nachbearbeitet, auch eventuell enthaltene Bildrauschen entfernt. Dies wird auch bei Quellen in Standardauflösung umgesetzt.

## Verfeinerte Gaming-Features

Mit HDMI 2.1, voller 4K-Auflösung, bis zu 120 Hz Bildwiederholfrequenz, extrem niedriger Latenz und Eingangsverzögerung, VRR und AMD Freesync Premium ist die MZW2004-Serie ideal für anspruchsvolle Gamer. Außerdem sind die OLED TVs kompatibel mit Nvidia G-Sync, ebenso wird Dolby Vision unterstützt. Der neue True Game Mode bringt alle für Filme verfügbaren Features zur akkuraten Farbwiedergabe nun auch in die Welt des Gaming, während HDR Tone Mapping eine originalgetreue Darstellung der von der Spielkonsole gelieferten HDR-Inhalte garantiert. Mit der Calman Color-Kalibrier-



## Optimale Gaming-Performance

Die MZW2004-Modelle bieten volle HDMI 2.1-Kompatibilität und Unterstützung von Nvidia G-Sync, ein verbessertes Game Control Board sowie den kalibrierbaren True Game Mode.

ungssoftware von Portrait Displays lässt sich die Bildqualität weiter verfeinern. Gaming-Soundmodi lassen sich auf den jeweiligen Spieletitel anpassen. Mit dem FPS-Modus (First-Person Shooter) werden exakte Audiodaten reproduziert, die die Position des Spielegegners errahnen lassen. Gamer können subtile Geräusche wie Schritte besser hören und sich so einen taktischen Vorteil verschaffen.

## Heimkino-Sound mit Dolby Atmos

Mit 360°-Soundscape Pro werden Dolby-Atmos-Inhalte durch nach oben, seitlich und nach vorne abstrahlende Lautsprecher besonders räumlich reproduziert. Die »Array-Lautsprecher« bieten verschiedene Vorteile, darunter eine breitere Klangbühne und präziseren Klang. Außerdem wird der Ton besser auf mehrere Zuhörer ausgerichtet, ohne ausgeprägten »Sweet-Spot«. Neben diversen manuellen Sound-Settings für unterschiedliche Quellen und Genres lässt sich über Auto AI das Setting auch automatisch auswählen. Mit dem Pinpoint-Modus wird der Ton auf einen bestimmten Punkt fokussiert und im Area-Modus zu einer Gruppe von Personen in einem bestimmten Bereich des Raums verschoben, während der Spot-Modus die Lautstärke nur für eine eng begrenzte Stelle erhöht. Neu ist der zuschaltbare »Bass-Boost« für satten Tiefton, was einen zusätzlichen Subwoofer überflüssig macht.

## Penta Tuner für alle Empfangswege

Den Penta Tuner mit Twin-Funktion gibt es so nur bei Panasonic. Er ist für alle heute denkbaren TV-Empfangswege gerüstet. Eine externe Set-Top-Box, auch bei Änderung des Empfangswegs beispielsweise durch einen Umzug, ist nicht notwendig. Dank des Twin-Konzepts kann ein Programm live geschaut werden, während ein zweites auf eine externe USB-Festplatte aufgezeichnet wird. Zwei CI-Slots erlauben die Entschlüsselung von Pay-TV-Programmen.

## IPTV und TV>IP

Mit dem bereits seit Jahren bei Panasonic eingesetzten TV>IP Server & Client sowie IPTV stehen zwei weitere TV-Empfangswege zur Verfügung. Damit kann das TV-Programm über das Heimnetz bzw. Internet empfangen werden. Außerdem bietet der Panasonic TV volle Flexibilität bei der HD+ Komfort-Funktion (Neustart, Mediatheken, UHD Switch).

## My Home Screen 8.0

Die neueste Version des Panasonic Smart-TV-Betriebssystems unterstützt alle wichtigen Videostreaming-Dienste und bringt einige Neuerungen mit. Über ein Schnellmenü kann auf Einstellungen für Hör- und Sehgeschädigte zugegriffen werden. Über »myScenery« können erholsame Bilder und Videos ausgewählt werden. Die angenehmen Naturgeräusche der Joy Foundation gibt es jetzt zusätzlich auch in Dolby Atmos.

# Herausragende Foto- und Videoleistung und neuer Autofokus

Die neuen spiegellosen L-Mount-Systemkameras von **Panasonic**, die Lumix S5II im klassischen Look sowie die mattschwarze Lumix S5IIX, erfüllen die hohen Anforderungen von kreativen Foto- und Videofilmmern bei gleichzeitig sehr gutem Preis-Leistungs-Verhältnis.

Beide Lumix-Kameras basieren auf einem neu entwickelten Vollformat-CMOS-Sensor mit 24 Megapixel und optimiertem Bildprozessor. Erstmals erfolgt die Fokussierung über den Hybrid-Phasenerkennungs-AF. Das exorbitant gute Bildstabilisierungssystem und Videos mit hoher Bitrate schaffen herausragende Leistungen im Foto- und Videobereich.

Die Lumix S5II ist bereits auf dem Markt (2.199 Euro UVP), die Lumix S5IIX wird ab Frühjahr für 2.499 Euro erhältlich sein. Beide Modelle sind mit allen 14 Objektiven der Lumix S-Serie sowie den L-Mount-Objektiven von Panasonic-Partnern kompatibel. L-Mount ist das am schnellsten wachsende spiegellose Vollformat-System.

## Verbesserter Autofokus

Die Kameras nutzen ein neues Hybrid-Phasen-Autofokus-System, das den bekannten Kontrast-AF der Lumix-Modelle mit einem Phasendetektions-Autofokus kombiniert. Das schnelle System arbeitet mit 779 Messfeldern und erkennt Motive auch bei schwierigen Lichtbedingungen, z.B. Gegenlicht, und kann sie selbst dann weiterverfolgen, wenn sich zusätzlich andere Objekte im Bild befinden. Die kontinuierliche Autofokus-Nachführung steht dabei auch während des Zoomens zur Verfügung. Darüber hinaus lassen sich einige Autofokus-Funktionen in den AF-Einstellungen anpassen und individualisieren.

## Herausragende Bildstabilisierung

Der neue Active I.S. sorgt für extrem ruhige Videoaufnahmen. Außerdem erleichtert die verbesserte Bildstabilisierung Aufnahmen aus der Hand und ermöglicht um bis zu 6,5 Stufen längere Belichtungszeiten – ideal bei schwachem Licht oder für Fotos mit langen Telebrennweiten und Videoaufnahmen beim Gehen.

## Zahlreiche Aufnahmeoptionen

Der neue Bildprozessor ermöglicht die interne Videoaufzeichnung mit 4:2:0 10-Bit 6K (3:2) und 5.9K (16:9) bei 30 fps, sowie mit 4:2:2 C4K und 4K bei bis zu 60 fps. Dank der effektiven Wärmeabführung lassen sich Bewegtbilder ohne zeitliche Begrenzung aufzeichnen. Beide Kameras unterstützen außerdem High Frame Rate (HFR) mit bis zu 120 Bildern pro Sekunde und sogar bis zu 180 Bildern pro Sekunde im Slow&Quick Modus. Vorteil: Videos



Bild: Panasonic

Die Lumix S5II ist bereits erhältlich

können mit hoher Bildfrequenz aufgenommen werden, um sie in der Nachbearbeitung als verlangsamte Zeitlupen abzuspielen. Beide Modelle bieten zudem diverse Bildprofile wie V-Log/V-Gamut mit hohem Dynamikumfang. Die Lumix S5IIX kann via HDMI oder USB sowohl 5,8K Apple ProRes als auch ALL-Intra-Aufnahmen auf eine externe SSD ausgeben. Ebenso möglich ist die Apple ProRes-RAW-Videoausgabe an Atomos-Rekorder, kabelgebundene und kabellose Live-Streams sowie Aufnahmen per USB-Tethering.

## Professionelle Fotos und Videos

Highspeed-Serienaufnahmen erzeugen bis zu 9 Bilder pro Sekunde bei mechanischem Verschluss und 30 Bilder pro Se-



Bild: Panasonic

Die Lumix S5IIX kommt ab Frühjahr in den Handel, beide Kameras sind mit allen 14 Objektiven der Lumix S-Serie kompatibel

kunde bei elektronischem Verschluss (mit bis zu 300 Bildern in Folge), ebenso gibt es einen 96-Megapixel-HighRes-Modus (JPEG/RAW). Die Dual-Native-ISO-Empfindlichkeit minimiert das Rauschen bei einem maximalen ISO-Wert von 51.200 (204.800 bei Extended). Diverse Kontrollwerkzeuge überprüfen außerdem die Videoaufnahme: So hilft zum Beispiel der Waveform-Monitor bei der optimalen Belichtung, das Vektorskop bei der Kontrolle der Farben, und die Zebra-Funktion weist auf Über- oder Unterbelichtungen hin. Des Weiteren lassen sich Videos mit einer Systemfrequenz von 24Hz aufzeichnen und Bildschirme (dank Synchro Scan) ohne störendes Flackern abfilmen.

## Realistische Audioaufnahmen

48kHz/24-Bit-Audioaufnahmen können mit dem eingebauten oder einem externen Mikrofon aufgezeichnet werden. Hochauflösende 96kHz/24-Bit-Audioaufnahmen sind mit externen, wie zum Beispiel XLR-Mikrofonen möglich.

## Ausgezeichnete Bedienung

Die komfortable Bedienung ermöglicht es Kreativen, hervorragende Ergebnisse mit minimalem Arbeitsaufwand zu erzielen. Dazu gehören Funktionen wie die Sperre des Weißabgleichs »AWB Lock«, um ein versehentliches Verstellen zu vermeiden, sowie der im Video- und Fotomodus verfügbare »MF Assistent«. Mit der neuen »Live Crop«-Funktion wird im Videomodus die gesamte Sensorfläche für die Aufnahme genutzt, damit in der 4K- und Full-HD-Ausgabe anschließend Bildzuschnitte gewählt werden können. Die Benutzerfreundlichkeit wird durch den 8-Wege-Joystick, das erweiterte Einstellrad, den 3-Zoll-Touch-Monitor und den großen OLED-Live-View-Sucher weiter verbessert. Durch den zur Seite schwenkbaren und um 180 Grad nach vorne drehbaren Monitor eignen sich die Kameras auch für Selfies und Vlogging-Einsätze.

## Wichtige Anschlüsse

Für professionelle Ansprüche bleiben die zwei neuen Lumix-Kameras auch bei rauem Wetter und im Gedränge weiter einsatzbereit. Das robuste Gehäuse ist zu diesem Zweck mit einer Magnesiumlegierung versehen und rundum spritzwasser- und staubgeschützt. Die Anschlussmöglichkeiten wurden im Vergleich zur Lumix S5 verbessert: Beide Kameras verfügen jeweils über einen HDMI-Typ-A und einen Hochgeschwindigkeits-USB 3.2 Gen 2-Anschluss. Für die drahtlose Kommunikation mit mobilen Endgeräten ist jetzt neben Wi-Fi 2,4GHz auch eine 5GHz-Option möglich, um Daten zügig zu teilen. Außerdem können die Kameras per Lumix Sync-App ferngesteuert werden. Zur Speicherung der Daten sind beide Kameras jeweils mit zwei Steckplätzen für SD/SDHC/SDXC-Speicherkarten ausgestattet, die beide den schnellen UHS-II-Standard unterstützen.

## Samsung

### Erweitertes Portfolio mit Neo QLED und OLED TV

Das breit aufgestellte, diesjährige TV-Line-up von Samsung soll den Alltag vereinfachen und mit Hilfe von SmartThings eine nahtlose Multi-Device-Integration für Smart-Home-Funktionalitäten über das gesamte Ökosystem hinweg erschaffen. Für die Bildqualität der Neo QLED 8K- und 4K-TVs ist ein Neural Quantum Prozessor zuständig, der zusammen mit den Quantum Mini LEDs durch 14-Bit-Verarbeitung und KI-Upscaling-Funktionen wie Shape Adaptive Light Control und Real Depth Enhancer Pro ein realistisches Bild ermöglicht. Außerdem werden die 2023er Samsung OLED TVs in 55, 65 und 77 Zoll ab Frühjahr erhältlich sein. Sie verfügen über Quantum Dot und eine Bildwiederholfrequenz von bis zu 144 Hz und diverse smarte Funktionen, einschließlich dem Samsung Gaming Hub.



## LG

### Diesjähriges OLED TV-Line-up vorgestellt

Die neuen LG TVs der Z3-, G3- und C3-Serie basieren auf der OLED evo-Technologie und dem α9 Gen6 4K AI-Prozessor. Damit punkten die Modelle mit höherer Helligkeit und Farbgenauigkeit sowie einer optimierten Klarheit und Detailtreue. Zur Ausstattung gehört auch die aktuelle webOS-Version: So wartet die neu gestaltete Benutzeroberfläche All New Home mit vielen Personalisierungsoptionen und mehr Komfort auf. Zudem ermöglichen die neuen Quick Cards einen einfachen Zugang zu jenen Inhalten und Diensten, die Nutzer am häufigsten verwenden – gruppiert in Kategorien wie Home Office, Gaming, Musik und Sport. Auf Basis des eigenen Fernsehverhaltens erhalten Nutzer personalisierte Empfehlungen.

## JBL

### Heimkino-Soundbar und Gaming-Headsets

Auf der CES hat Harman eine 11.1.4.-Kanal-Soundbar und neue Gaming-Headsets der JBL Quantum-Serie vorgestellt, die für Xbox- und Playstation-Konsolen optimiert sind. Die JBL Bar 1300 ist mit 15 Kanälen ausgestattet. Zusätzlich zur hauseigenen MultiBeam-Technologie erzeugen die sechs nach oben gerichteten Treiber der Soundbar ein beeindruckenden Klang für echten Dolby Atmos und DTS:X 3D-Surround-Sound. Die abnehmbaren Surround-Lautsprecher und der 10-Zoll-Subwoofer sind allesamt kabellos. Die JBL Quantum-Kopfhörer 910X und 910P sind mit JBL QuantumSpatial 360 und integriertem Head Tracking für Surround-Sound ausgestattet. Mit der JBL Quantum 360-Serie können Gamer das Headset während des Spielens aufladen.



## Vestel

### Smart TVs powered by TiVo

TiVo, eine hundertprozentige Tochtergesellschaft von Xperi (zu der auch die Marken DTS, HD Radio und IMAX Enhanced gehören), kooperiert mit Vestel. Im Rahmen der Vereinbarung werden voraussichtlich im Frühjahr die ersten Powered by TiVo Smart TVs ausgeliefert. Die TV-Geräte sind mit Chipsätzen von MediaTek ausgestattet und werden unter den Marken Vestel, Daewoo, Regal, Hitachi, Telefunken und JVC angeboten. Zur Ausstattung gehört auch TiVo OS, eine Smart-TV-Plattform mit einfacher Inhaltssuche, personalisierten Empfehlungen und Sprachnavigation. TiVo+ ist ein Content-Netzwerk, das Zugang zu mehr als 160 kostenlosen Kanälen und 100.000 Stunden an Inhalten bietet. Eine Ergänzung des Content-Angebots ist Stingray mit 26 Kanälen.



**Heizung präzise regeln**  
Das Wandthermostat mit Luftfeuchtigkeitssensor können Sie direkt auf dem Schreibtisch platzieren, um die Temperatur einzustellen und zu überwachen.

Smarte Technik im Home Office

## Effektiver arbeiten mit minimalen Energiekosten

Angenehme Temperaturen, frische Luft und eine konzentrationsfördernde Beleuchtung: Ein Smart Home mit **Homematic IP** macht das Home Office produktiver und effizienter.

Spätestens seit der Corona-Pandemie ist die Arbeit im Home Office für viele Menschen zum neuen Alltag geworden. Statt täglich ins Büro zu pendeln, bleibt man im heimischen Arbeitszimmer. Die richtige Ausstattung ist dabei für produktives Arbeiten unerlässlich.

### Luftqualität überwachen

Eine entscheidende Rolle kann das Smart Home übernehmen. Zum Beispiel indem es die Luftqualität überwacht. Dadurch wird vermieden, dass die Konzentration unter schlechter Luft leidet, man schneller ermüdet oder Kopfschmerzen bekommt. Ein guter Indikator für die Luftqualität ist die Kohlendioxid-Konzentration. Sie steigt beim Arbeiten in ungelüfteten Räumen kontinuierlich an, da wir beim Atmen permanent CO<sub>2</sub> ausstoßen.

Der Homematic IP CO<sub>2</sub>-Sensor, 230 Volt kontrolliert die Kohlendioxid-Konzentration und zeigt über seine fünf LEDs, wie viel CO<sub>2</sub> sich in der Luft befindet. Steigt der Gehalt über einen bestimmten Wert, wird der Nutzer über die Homematic IP App benachrichtigt und kann lüften.

Noch anschaulicher visualisiert der Schaltaktor für Markenschalter – mit Signalleuchte die Luftqualität. In Verbindung mit einem CO<sub>2</sub>-Sensor kann die Signalleuchte je nach Luftqualität eine andere Farbe annehmen: grün, wenn die Luftqualität gut ist, orange bei grenzwertiger Kohlendioxid-Konzentration und rot, wenn man dringend lüften sollte.

### Effektivität steigern durch das richtige Licht

Auch die Beleuchtung selbst kann die Effektivität beeinflussen. Dabei geht es nicht nur darum, dass das Licht ausreichend Helligkeit liefert, nicht blendet und sich nicht auf dem Monitor spiegelt. Die

Farbe des Lichts kann auch die Konzentration fördern. Kaltweißes Licht wirkt anmierend. Licht mit hohem Gelbanteil wird dagegen als angenehmer empfunden, es macht aber auch schläfrig. Deshalb ist neutrales oder kaltweißes Licht fürs Arbeiten besser geeignet.

Man muss sich jedoch nicht zwischen warm-, neutral und kaltweißem Licht entscheiden. Vernetzte Lampen und Leuchten lassen sich oft im Weißton, der Helligkeit und der Farbe regeln. Nachgerüstet sind sie schnell. So lässt sich beispiels-



### Luftqualität immer im Blick

Der Homematic IP CO<sub>2</sub>-Sensor, 230 Volt zeigt über seine fünf LEDs, wie gut die Luft ist.



**Allround-Talent** Der Schaltaktor für Markenschalter – mit Signalleuchte steuert angeschlossene Lampen und kann in Verbindung mit einem CO<sub>2</sub>-Sensor seine Farbe in Abhängigkeit von der Luftqualität ändern.

weise eine normale Birne einfach durch eine vernetzte Funk-LED-Lampe ersetzen.

Viele solche Lampen und Leuchten lassen sich mit dem Homematic IP System verbinden. Bis zu fünf smarte Leuchtmittel von Philips Hue können direkt mit einer Installation gekoppelt und über die Homematic IP App gesteuert werden. So ist es beispielsweise möglich, sie mit einem Wandtaster zu verbinden oder festzulegen, dass sich abhängig von der Tageszeit eine unterschiedliche Lichtstimmung einstellen soll. Über die kostenlose Vernetzungsplattform Home Connect Plus lassen sich auch andere Lampen einbinden, etwa von Ledvance, LIFX oder Yeelight.

### Energie und Geld sparen

Zum komfortablen Arbeiten gehört auch die richtige Temperatur. Mit den smarten Heizungslösungen von Homematic IP lässt sich die Temperatur aufs halbe Grad genau einstellen. Bei konventionellen Heizungen, insbesondere Heizkörperthermostaten, ist man meist auf eine ungefähre Temperatureinstellung beschränkt.

Ein Zeitplan für die Heizung, stellt sicher, dass nur während der Arbeitszeit geheizt wird. In Verbindung mit Fenster- und Türkontakten kann sich die Heizung beim Lüften automatisch herunterregeln. Das spart Energie.

Wer alles bedarfsgerecht automatisieren will, nutzt einen Präsenzmelder, der selbst kleinste Bewegung wie das Tippen auf einer Tastatur bemerkt. So werden Licht und Heizung nur aktiv, wenn jemand im Raum ist.



### Farbige Lampen und Leuchten

können für Gemütlichkeit oder eine produktive Arbeitsatmosphäre sorgen



### Anwesenheit erkennen

Der Präsenzmelder – innen registriert, ob sich noch Personen im Raum aufhalten, und kann das Licht und die Heizung steuern.



CES 2023

## Große Bandbreite an Themen

Die große Frage war: Wie kommt die **CES** zurück? Nach lediglich 40.000 Besuchern und leeren Ständen vor einem Jahr meldete der Veranstalter CTA (Consumer Technology Association) diesmal mehr als 3.200 Aussteller und 115.000 Besucher, davon 40.000 von außerhalb der USA. Ein Rundgang über die Messestände und Firmenpräsentationen auf der CES.

Die letzte CES vor der Pandemie im Jahr 2020 hatte 171.000 Besucher. Nun kam vom 4. bis 8. Januar 2023 wieder die globale Tech-Branche in Las Vegas zusammen, um Kontakte zu knüpfen und Einblicke in neue Trends zu gewinnen. Die Bandbreite der diesjährigen CES, die bewusst nicht mehr Consumer Electronics Show genannt werden soll, hat sich erneut vergrößert. »Die Aussteller zeigen, wie Technologie Energie sparen und die Stromerzeugung steigern kann, wie Nahrungsmittelknappheit bekämpft werden kann, wie nachhaltigere Landwirtschaftssysteme geschaffen und intelligente Städte betrieben werden können, wie der Zugang zu sauberem Wasser unterstützt werden kann und vieles mehr«, teilt der Veranstalter CTA mit. Gezeigt wurden »Innovationen in den Bereichen Verkehr und Mobilität, Technologien für Barrierefreiheit, Elektrofahrzeuge, digitale Gesundheit, Nachhaltigkeit, Web3, Metaverse und darüber hinaus.« Wie man sieht, gerät das »C«, also die Consumer Electronics, mehr und mehr in die Nebenrolle.

### Offen für alles

Die CES stellte sich erneut breiter auf und ist praktisch offen für alles, was irgendwie mit Technologie zu tun hat. Dieses Mal haben die vielen Spielarten von Health Care gefühlt dem Automobil-Bereich die Menge an Neuvorstellungen abgelaufen.



Autonom fahrender Traktor

Im Bereich Digital Health erstreckt sich die Bandbreite von Fitness und Körpermonitoring über Sensor-Technologie für Babys und ältere Menschen sowie zur Epilepsie- und Sturzüberwachung bis hin zu Meditation. Dennoch waren wieder viele Mobility-Aussteller vor Ort: elektrische Dodge-Trucks, Caterpillar Radlader, John Deere Traktoren, elektrische Schnellboote inklusive der Kfz-Zulieferer.

Ähnlich wie auf der letztjährigen IFA war das Überthema Nachhaltigkeit auf den Pressekonferenzen der großen Unternehmen sehr prominent. Dazu gab es vieles rund um Energieerzeugung und -speicherung. Auch das Metaverse wird mit konkreten Anwendungen nun präsenter.

### News im Überblick

OLED gewinnt weiterhin kontinuierlich an Bedeutung. So zelebrierte LG das zehnjährige Jubiläum dieser Display-Technologie und stellte eine neue Panel-Generation vor. Sie sorgt unter anderem für mehr Spitzenhelligkeit. Auch Panasonic demonstrierte eine Helligkeitsverbesserung, die anhand von Micro-Lenses umgesetzt wird. Samsung, Neueinsteiger bei OLED, kündigte einen deutlichen Ausbau seines OLED-TV-Angebots an.

Allerdings wird auch bei LCD TVs kontinuierlich daran gearbeitet, die Lücke zum besseren Schwarzwert der OLEDs zu schließen. Hierzu

Mit Sensoren bestückt ins Metaverse

wird die Hintergrundbeleuchtung durch eine immer größere Anzahl von Mini-LEDs optimiert. Unterdessen wächst bei den Herstellern das Angebot an Laser TVs mit Bildgrößen bis 130 Zoll in 4K und 8K. Apropos 8K: Hier waren die Ankündigungen im Vergleich zu den Vorjahren nicht so präsent.

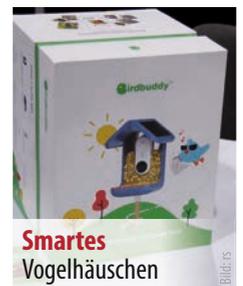


Im Audio-Bereich gab es viele neue Kopfhörer mit verbesserten Funktionen oder zur Unterstützung des Hörens. Ebenso wurde eine Vielzahl neuer Soundbars vorgestellt.

Hausergeräte spielten erneut eine untergeordnete Rolle. Außer einer Integration in die Messestände und teilweise in die Pressekonferenzen von Bosch, Hisense, LG und Samsung fand sich das Thema nur sehr vereinzelt wieder.

### Jahrmarkt der Kuriositäten

Wie gewohnt zeigten die Aussteller einige Kuriositäten auf der CES, diesmal sogar eine »Galerie der Flops« mit Produkten, die nicht erfolgreich waren. Zu sehen war beispielsweise eine Gesichtsmaske, die über den Mund gezogen Gespräche in Büros oder Verkehrsmitteln nicht ins Umfeld gelangen lässt. Diverse Kleidungsstücke, Sensoren oder Lampen für Senioren oder Babys überwachen Gesundheitszustand, Bewegung oder Schlaf. Andere Sensoren messen den Stresslevel. Der Ella Stroller ist ein Kinderwagen, der sich selbstständig fortbewegt, wenn man die Hände nicht frei hat – smarte Bremse inbegriffen. Intelligente Wasserhähne und Toiletten bzw. Einsätze für Toiletten zur Urindiagnose in Ergänzung zur Wasseraufbereitung waren ebenfalls zu sehen. Der Schminkapplikator Hapta in der Größe eines Kochlöffels erleichtert das Schinken z.B. mit Lippenstift für Menschen mit eingeschränkter Bewegungsfähigkeit. Für Haushalte mit Tieren gibt es eine Vielzahl von Trackern und Kontrollmöglichkeiten. Und sogar ein smartes Vogelhäuschen mit Kamera und Aufzeichnung, das die Vögel beobachtet.



Smartes Vogelhäuschen

### Highlights der Aussteller

Bosch stellte seine Sensoren und deren Anwendungen in den Mittelpunkt. Sie sind Dreh- und Angelpunkt smarter Technologie und Vernetzung. Dabei geht es

## Smarte Lampe zur Sturzüberwachung für Senioren

um Klimaschutz, Gesundheit und Mobilität – somit alle Geschäftsfelder von Bosch.

Mit dem »BMW i Vision Dee« präsentierte die BMW Group eine futuristische Mittelklasse-Limousine in reduzierter Formensprache. Das Konzeptfahrzeug wechselt auf Knopfdruck die Farbe. Außerdem sollen mehr Informationen ins Sichtfeld des Fahrers projiziert werden. Arnold Schwarzenegger und David Hasselhoff waren Stargäste bei der Keynote.

Harman präsentierte mit den In-Ear-Kopfhörern Tour Pro 2 die nächste Pro Sound-Generation mit immersivem Klang und ANC. Dazu wurden eine 11.1.4-Kanal-Soundbar und neue Gaming-Headsets vorgestellt (siehe Seite 18). Auch neu: Der Plattenspieler JBL Spinner BT mit Bluetooth, der es ermöglicht, Schallplatten kabellos zu genießen, ohne dabei auf Audioqualität verzichten zu müssen.

Hisense verbessert seine ULED-TVs und zeigte fünf Modelle mit 85-Zoll-Bildschirmen. ULED X bietet mehr Helligkeit und Kontrast sowie 16 bit Backlight-Control bis 110 Zoll. Dieses Jahr kommt zusätzlich Mini LED in allen ULED-Serien. Für den professionellen Bereich gibt es ein 163 Zoll Display. Die Laser-TV-Projektoren erhalten insgesamt fünf neue Varianten mit bis zu 130 Zoll. Außerdem wurde mit dem Cube C1 ein portables Modell vorgestellt, welches das Bild automatisch auf die Entfernung und geometrisch einstellt. Hinzu kommen 8K-Varianten.

Auf der »LG World Premiere« präsentierte CEO **William Cho** seine Vision für Innovationen, die das Leben der Kunden verbessern sollen. LG erweitert sein Geschäftsportfolio um neue Bereiche wie das Laden von Elektrofahrzeugen, digitale Gesundheit und Content-Dienste für die webOS-Plattform. Gleichzeitig investiert das Unternehmen verstärkt in Zukunftstechnologien, darunter KI und 6G, und arbeitet über LG Nova (North American Innovation Center) mit Start-ups zusammen. Im Geschäft für Fahrzeugkomponenten habe sich LG nach Aussage von William Cho als einer der bevorzugten Innovationspartner der Autoindustrie etabliert und sich mit



einigen der bekanntesten Automarken zusammengetan. LG nutze sein Kundenwissen aus der Unterhaltungselektronik und verschiedener Fachgebiete, um das Erlebnis im Fahrzeug voranzutreiben.

Auf der Panasonic-Pressekonferenz stand Nachhaltigkeit mit dem »Green Impact

Plan« im Fokus. Die Anzahl der CO<sub>2</sub>-freien Fabriken werde von sieben auf 37 erhöht, Fabrikabfälle zu 99 Prozent recycelt und mehr recyceltes Material verwendet. Es gibt eine Fabrik, die nur erneuerbare Energien verwendet mit Wasserstoff, Photovoltaik und Energiespeichern. »Netto Zero« soll 2030 erreicht sein. Der Messestand von Panasonic war analog zum Stand auf der IFA gehalten mit wiederverwendbaren Materialien und ohne Teppichboden. Für die Top-Reihe der OLED-TVs gibt es eine neue Technologie, die die Helligkeit mit Hilfe von 27 Milliarden Mikro-Linsen um mindestens 50 Prozent erhöht. Ebenfalls neu sind zwei spiegellose Lumix-Kameras sowie 360° Sound von Technics (siehe Bericht auf den Seiten 16-17). Des Weiteren unterstützt Panasonic »RED«, eine Forschungsinitiative gegen Krankheiten wie Covid.

## Connectivity und Nachhaltigkeit

Die Samsung-Pressekonferenz stand unter dem Motto »Bringing Calm to our Connected World«, das heißt es soll mehr und einfachere Connectivity geben. Daneben spielte Nachhaltigkeit eine große Rolle. Samsung OLED TVs wird es nun auch in 77 Zoll geben (siehe Seite 18). Die Micro-LED-Reihe wartet mit Modellen zwischen 50 und 140 Zoll auf. Sie ist modular und nicht an Form, Seitenverhältnis oder Größenrestriktionen gebunden. Der Lifestyle-TV The Frame kann mit mehr Rahmenvarianten gestaltet werden, darunter einem Metallrahmen. Im Art-Stores stehen über 2.100 Werke von mehr als 700 Künstlern aus 50 Ländern zur Auswahl. Beim Laser-Kurzstanz-Projektor The Premiere geht es bis maximal 150 Zoll und 8K-Auflösung. Der portable Projektor The Freestyle hat nun die Smart Edge Blending-Funktion, um über zwei Geräte auch 21:9-Inhalte ohne manuelles Ausrichten oder Einstellen anschauen zu können. Außerdem hat The Freestyle künftig den



Connectivity am Stand von Samsung



Sony Honda Elektroauto Afeela

Samsung Gaming Hub. Hilfreich ist zudem der Relumino-Mode für Menschen mit Sehbehinderung. Gezeigt wurde auch eine Kombination mit Philips Hue-Lampen am Samsung TV. Darüber hinaus wird der koreanische Konzern bei der Produktion von Verpackungen künftig weniger Tinte verbrauchen und Papierklebeband verwenden, sowie die Verpackungsgrößen reduzieren, um insgesamt den Verpackungsmüll zu senken.

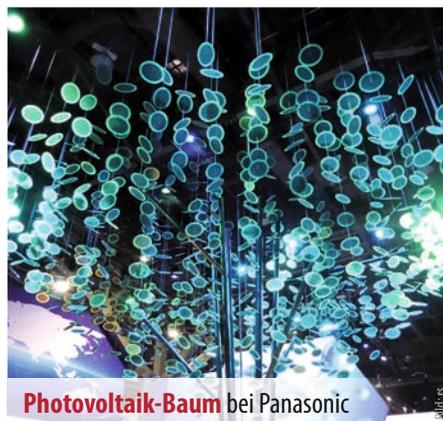
Sony betonte auf seiner Pressekonferenz die vielen Kooperationen zu Content und Entertainment. Überdies wurden die Aktivitäten rund um Sensoren für Kameras herausgestellt sowie das Virtual-Reality-Headset Playstation VR 2 gezeigt. Dafür gäbe es bereits 40 Spiele. Ein neuer Controller wurde ebenfalls vorgestellt. Einen großen Auftritt bekam die Studie des Elektroautos namens »Afeela« aus dem Joint Venture Sony Honda Mobility. Hierzu wurde die Planung für den Marktstart genannt: Im ersten Halbjahr 2025 sollen Vorbestellungen möglich sein und die ersten Wagen im Frühjahr 2026 ausgeliefert werden. Für das Projekt haben sich Sony und Honda weitere Partner gesichert, so kommen etwa die Halbleiter von Qualcomm.

TCL hat vergangenes Jahr weltweit mehr als 20 Millionen TVs verkauft und ist nach eigenen Angaben global die Nummer 2 bei LCD-TV sowie die Nummer 1 bei 98 Zoll TVs. Entsprechend gehörten zu den Exponaten die großen 98 Zoll Mini-LED-Fernseher und die neuesten Soundbars für Kinoqualität. Ebenfalls thematisiert wurde Augmented Reality (AR) und das Engagement für Nachhaltigkeit bei »TCL Green«.

Volkswagen präsentierte seine neue Elektrolimousine ID.7 und erweitert damit die E-Auto-Modellpalette in die oberen Segmente. Sie soll das Flaggschiff der bisherigen ID-Flotte werden, auf die VW so gut wie alles setzt. Zuletzt war der deutsche Autokonzern vor sechs Jahren auf der CES in Las Vegas. (rs)



Transparenter OLED TV von LG



Photovoltaik-Baum bei Panasonic

# Fidlock baut Distribution sowie On- und Offline-Maßnahmen aus

Aus dem Moment des Öffnens und Schließens ein Erlebnis zu machen – das ist die Passion von **Fidlock**. Zum Portfolio gehören neben praktischen Trinkflaschen- und Smartphone-Halterungen auch Kameragurte, Objektivdeckel-Halterungen und vieles mehr.

Mit dem Hinweis »Fidlock inside« sind die magnet-mechanischen Verschlüsse u.a. in Fotorucksäcken von Mindshift und Compagnon sowie in der Elchleder-Handschlaufe Sling II von Eddycam zu finden. Seit einem Jahr ist Fidlock als Marke im CE- und Fotohandel zudem mit den Produktlinien Vacuum, Twist und Hermetic präsent, sowie für Hobby- und Profifotografen mit der Snapsnap Line.

Für die Distribution im österreichischen Markt konnte die Julius Escher Fotohandels Ges.m.b.H. aus Wien gewonnen werden. In Deutschland wird Kaiser Fototechnik als Distributionspartner für Fidlock im Fotohandel agieren. »Wir sind stolz, die Zusammenarbeit mit zwei so erfahrenen und langjährig etablierten Vertriebspartnern vermehren zu können. Beide Unternehmen werden die Marktposition von Fidlock in den entsprechenden Märkten stärken und ausbauen«, sagt **Holger Knorr**, Fidlock Director Sales Retail. »Weitere Gespräche mit potenziellen Distributionspartnern in Europa werden geführt.«



Holger Knorr

Um die Produkte am POS aufmerksamkeitsstark in Szene zu setzen, bietet Fidlock dem Fachhandel ein Verkaufsmöbel an. »Die Hochwertigkeit der Produkte fühlen und den einzigartigen Moment des Öffnens und Schließens erleben – das ist bei unserer Verschluss-technik der Schlüssel zum Erfolg«, betont Holger Knorr. Das Shop-Teil ist eine rund 80 cm breite Stand-alone-Lösung, die von zwei Seiten flexibel bestückt werden kann.

## Videos zur Verkaufsunterstützung

Unterhaltsame und zugleich informative Videos sind die Zukunft im B2C-Bereich. Trockene Produkttexte lesen Kunden kaum noch, dennoch benötigen sie Informationen zum Produkt. Gute Produkt-



Fidlock-Verschluss-technik am POS zeigen

videos zeigen nicht nur Funktionen, sondern bieten auch Anwendungsbeispiele – und sind überzeugende Verkaufshilfen. Die Videos für Fidlock setzt **Mustafa Morad** um. Seit über 20 Jahren schlägt sein Herz leidenschaftlich für die Foto- und Videografie. Er arbeitet u.a. als Trainer für die Canon Academy und gibt Workshops für den Pro Video- und Pro Foto-Bereich. Für Fidlock produziert er ansprechende Clips und lässt seine langjährige Erfahrung als Cinematograf und Fotograf mit einfließen. Unter dem Motto »beeindruckend anders« spiegeln die Videos emotional die Anwendungsbereiche und Vorteile der einzelnen Produktlinien wider. Die Filmsequenzen wird Fidlock dem Handel sowohl für Webshops als auch für die Präsenz am POS und in den sozialen Netzwerken bereit stellen, um so starke Kaufimpulse zu setzen. Sie dienen ebenfalls zu Schulungs- und Workshops-Zwecken.

## Hama

### Steckdosenleisten mit Schutzkontakt und Fast Charge



Die beiden neuen Steckdosenleisten von Hama haben nicht nur zwei (beim großen Modell vier) Standard-Schutzkontakt-Steckdosen, sondern auch drei USB-Schnittstellen. Mit einer Gesamtleistung von 65 Watt laden zwei USB-C-Buchsen und eine mit USB-A nicht nur Smartphone oder beispielsweise Bluetooth-Kopfhörer, sondern auch Laptop und MacBook ohne zusätzliches Ladegerät. Für einen optimierten Ladevorgang kommunizieren die USB-Schnittstellen direkt mit den Endgeräte-Akkus. Fast-Charge und Power Delivery 3.0 laden dabei schnellstmöglich und akkuschonend. Um unnötige Standby-Energie zu vermeiden, können die angeschlossenen Geräte über einen Zentralschalter gleichzeitig vom Strom genommen werden. Die Kabellänge der Steckdosenleisten beträgt 1,4 Meter.

standard-Schutzkontakt-Steckdosen, sondern auch drei USB-Schnittstellen. Mit einer Gesamtleistung von 65 Watt laden zwei USB-C-Buchsen und eine mit USB-A nicht nur Smartphone oder beispielsweise Bluetooth-Kopfhörer, sondern auch Laptop und MacBook ohne zusätzliches Ladegerät. Für einen optimierten Ladevorgang kommunizieren die USB-Schnittstellen direkt mit den Endgeräte-Akkus. Fast-Charge und Power Delivery 3.0 laden dabei schnellstmöglich und akkuschonend. Um unnötige Standby-Energie zu vermeiden, können die angeschlossenen Geräte über einen Zentralschalter gleichzeitig vom Strom genommen werden. Die Kabellänge der Steckdosenleisten beträgt 1,4 Meter.

## Eddycam

### Edle Kameragurte aus hochwertigem Elchleder

Im Vergleich zu anderen Lederarten ist Elchleder zwar recht dick, überzeugt aber durch Weichheit, Flexibilität und Reißfestigkeit. **Edlef Wienen**, Gründer und Inhaber von Eddycam, hat aus Elchleder eine Kameragurt-Kollektion entwickelt. Das ergonomische Design und die aufwendige Fertigung in einer kleinen deutschen Manufaktur machen Eddycam zu einem attraktiven Zubehör für Fotografen. Egal, wie schwer die Kamera inklusiv Objektiv ist – das Gewicht wird auf den Nackenbereich verteilt. Die Kameragurte von Eddycam gibt es nicht nur in unterschiedlichen Breiten für die verschiedenen Gewichtsklassen, sondern auch in trendigen Farben mit und ohne Kontrastnaht.



Bild: Eddycam

## Kenwood

### Umfangreich ausgestatteter Navitainer für Wohnmobile



Bild: VKKenwood

Der Kenwood DNR992RVS adressiert Reisemobil-Fahrer mit seinem umfangreichen Ausstattungspaket für Navigation, Audio, Video, Radio, Bluetooth und WLAN. Die Navi-Software kennt nicht nur die für Wohnmobile relevanten Details aller Strecken, sondern enthält auch die »Campercontact«-Datenbank mit mehr als 38.000 Adressen von Stell- und Campingplätzen in 58 Ländern. Der 25,6 cm große Touchscreen ist in der Neigung verstellbar und auch bei hellem Licht gut ablesbar. Zudem lassen sich iPhones und Android-Smartphones nicht nur für Freisprechen beim Telefonieren und zur Wiedergabe von Audiodaten nutzen, sondern auch per Wireless Apple CarPlay bzw. Android Auto einbinden. Hinzu kommen Tuner für DAB+ und UKW sowie viele Anschlussmöglichkeiten für externe Geräte.

Der Kenwood DNR992RVS adressiert Reisemobil-Fahrer mit seinem umfangreichen Ausstattungspaket für Navigation, Audio, Video, Radio, Bluetooth und WLAN. Die Navi-Software kennt nicht nur die für Wohnmobile relevanten Details aller Strecken, sondern enthält auch die »Campercontact«-Datenbank mit mehr als 38.000 Adressen von Stell- und Campingplätzen in 58 Ländern. Der 25,6 cm große Touchscreen ist in der Neigung verstellbar und auch bei hellem Licht gut ablesbar. Zudem lassen sich iPhones und Android-Smartphones nicht nur für Freisprechen beim Telefonieren und zur Wiedergabe von Audiodaten nutzen, sondern auch per Wireless Apple CarPlay bzw. Android Auto einbinden. Hinzu kommen Tuner für DAB+ und UKW sowie viele Anschlussmöglichkeiten für externe Geräte.

# Klangstarke Multifunktionsradios mit EWF-Warnsystem

Mit den Digitalradios DIRA M 11i+ und S 21i+ bringt **Telestar** die nächsten EWF-Radios auf den Markt. Ebenfalls mit EWF-Warnsystem ausgestattet ist das DIRA S 32i CD, ein Stereo-Digitalradio der Oberklasse in Schwarz, Wallnuss-Schwarz und Weiß-Silber.

Das Mono-Modell DIRA M 11i+ und das Stereo-Modell DIRA S 21i+ überzeugen durch soliden Klang, der per Equalizer an die eigenen Hörpräferenzen angepasst werden kann. Das 2,4-Zoll-Farbdisplay gibt nützliche Hintergrundinfos wieder. Dank UPnP, Line-In und USB Media-Playback können Musikdateien unterschiedlicher Formate von diversen Quellen abgespielt werden. Zur weiteren Ausstattung gehören Bluetooth, eine Aufnahmefunktion via USB, ein Wecker, Sleep Timer sowie die Darstellung aktueller Wetterinfos.

## Stereo Smart Radio

Das DIRA S 32i CD ist ein Smart Radio der Extraklasse und bringt alles mit, was ein modernes Stereoradio haben muss. Das Komplettsystem im schicken Design empfängt DAB+, UKW und Internet-Radiosender. Außerdem verfügt es über einen CD-Player mit MP3-Wiedergabe, erlaubt den

Zugriff auf diverse Musikstreaming-Dienste und kann dank UPnP, Bluetooth 5.1 (mit Sender- und Empfängerfunktion) und USB auch Musikdateien von externen Geräten oder Datenträgern wiedergeben. Das 3,2 Zoll Farbdisplay gibt nützliche Hintergrundinfos wieder, zwei 3 Zoll Speaker mit je 15 Watt Leistung sorgen in Kombination mit dem digitalen Soundprozessor (DSP) und einem Equalizer für guten Sound.

## EWF-Alarmierung

**EWF** ist ein auf dem DAB+ Sendernetz aufbauendes Alarmierungssystem, das derzeit noch im Testbetrieb läuft. In Zukunft kann es dann im Katastrophenfall wichtige Warnmeldungen barrierefrei und innerhalb von Sekunden an EWF-fähige DAB+ Radios übermitteln. Die Radiogeräte schalten entweder vom laufenden Programm oder auch aus dem Standby-Betrieb in den Alarmmodus und warnen den Hörer vor einer möglichen Gefahr.

Dank Record-Funktion lassen sich Musikstreams via Tastendruck oder Timer-Programmierung auf einem angeschlossenen USB-Stick aufzeichnen. Nützliche Zusatzfunktionen wie Wecker, Sleep Timer oder die Darstellung aktueller Wetterinfos runden den Funktionsumfang ab.



## Imperial Dabman i560 CD von Telestar

# All-In-One-HiFi-System mit Hi-Res-Audio-Wiedergabe

Imperial Dabman i560 CD von **Telestar** kann eine komplette, in die Jahre gekommene HiFi-Anlage ersetzen. Im hochwertig verarbeiteten Gehäuse im 43-cm-Format sind DAB+, UKW, Internet-radio, Bluetooth 5.1, CD-Player und Verstärker untergebracht. Hinzu kommen ein LAN-Anschluss, USB-Recording, Netzwerkplayer und viele Musikstreaming-Dienste (Amazon Music, Deezer, High Res Audio, Napster, Tidal, Qobuz, Soundmachine).

## IMPERIAL® DABMAN i560 CD



Die hohe Anschlussvielfalt des Imperial Dabman i560 CD bietet optische- und digitale Aus- und Eingänge sowie HDMI-ARC und LAN. Der integrierte Verstärker leistet 2 x 30 Watt und sorgt für vollen und natürlichen Klang. Die Audio-Inhalte werden auf einem 3,2 Zoll Farbdisplay visualisiert. Mittels einer Slideshow können darauf auch Bilder, Albumcover, Musiktitel sowie Nachrichten des Senders, Zeit und Datum angezeigt werden. Zusatzfunktionen wie Wecker, Sleep Timer und die Darstellung aktueller Wetterinfos runden den Funktionsumfang ab.

Darüber hinaus unterstützt das HiFi-Gerät im edlen Metallgehäuse auch High-Resolution-Musikformate bis zu 24Bit / 384kHz (beispielsweise von Amazon Music HD, Deezer, Qobuz und Tidal). Die Bedienung erfolgt über Tasten am Gerät, die mitgelieferte Fernbedienung oder per kostenloser App. Im Lieferumfang enthalten sind eine DAB+/UKW Teleskop- und Wurfantenne, eine WLAN und Bluetooth-Antenne sowie alle notwendigen Anschlusskabel. Der Imperial Dabman i560 CD wird von Telestar für 549,99 Euro UVP in einer umweltfreundlichen Verpackung angeboten.



Trends im Handel 2023

## Digitale Zwillinge sind im Kommen

Die Nutzungsmöglichkeiten von Künstlicher Intelligenz (KI) haben erhebliche Fortschritte gemacht – und sind so zu Entwicklungen geworden, die man im Auge behalten sollte. Während Machine Learning es mittlerweile erlaubt, die Verkaufserfolge verschiedener Sortimentsvarianten durchzuspielen, sind Programme für beispielsweise Regal- und Flächenplanung zusammengewachsen und ermöglichen eine bessere Organisation. Auch im Bereich der »Digitalen Zwillinge« hat sich einiges getan.\*

**K**ünstliche Intelligenz als Entlastung für Mitarbeitende? Immer mehr Händler:innen beschäftigen sich mit dieser Entwicklung. Vor allem durch die Pandemie ist Click & Collect immer populärer geworden. Mitarbeiter:innen des Geschäfts, die diese Bestellungen zur Abholung vorbereiten, müssen dabei unter Umständen weite Laufwege auf sich nehmen, um die bestellte Ware zusammen zu stellen, was einen hohen Zeitaufwand bedeutet. Wie aber kann KI dabei helfen? An dieser Stelle kommt der Digitale Zwilling ins Spiel, der ein digitales Datenabbild der Filiale darstellt. Er ist also die Datengrundlage für einen virtuellen Rundgang durch die Filiale.

Ist dieses Abbild des Geschäfts digital vorhanden, kann die Künstliche Intelligenz bestellte Produkte Regalen zuordnen, weiß, ob der Bestand des Produktes noch ausreicht und kennt die Position der Regale.

Auch die Größe bzw. das Volumen des Produkts ist für die KI von Bedeutung. Mit diesem Wissen kann sie optimieren, welche Bestellungen auf einmal kommissioniert werden können, da die dafür genutzten Wagen nur begrenzt Platz bieten.

Kurzum: Die KI benötigt alle wichtigen Informationen, um den zugehörigen Laufweg für die Mitarbeiter:innen zu kennen. Sie sucht dann automatisiert nach dem kürzesten Weg durch das Geschäft, um alle bestellten Artikel möglichst effizient einzusammeln und zusammenzustellen. Die Optimierung der Laufwege verkürzt



Marc Schubhan

den Zeitaufwand für die Mitarbeitenden, so dass sie beispielsweise mehr Zeit für die Beratung der Kund:innen zur Verfügung haben.

### Mit dem Datenmodell zur besseren Übersicht

Eine Herausforderung ist es, die dafür notwendigen Daten auf dem aktuellen Stand zu halten. Immerhin verfügen die meisten Geschäfte über ein immer wieder wechselndes Sortiment, was entsprechend digital erfasst und ständig aktuell gehalten werden muss. Zusätzlich verlassen Produkte fortlaufend Regale, werden dann jedoch teilweise wieder zurückgestellt. Um einem Datenchaos entgegenzuwirken, kann unter anderem ein standardisiertes Datenmodell helfen. Im Alltag kann der Datensatz dann beispielsweise durch Scan-Roboter aktualisiert werden, die sich regelmäßig durch die Filiale bewegen, die Produkte scannen und den Datensatz stets auf dem neusten Stand halten.

### Künstliche Intelligenz hilft nicht nur bei Click & Collect

Digitale Zwillinge können künftig jedoch nicht nur bei der Zusammenstellung von Bestellungen unterstützen. Übergreifend lässt sich die Technologie bereits immer dann anwenden, wenn in einem Geschäft unterschiedliche Orte gezielt angesteuert werden müssen. Intelligente Intralogistik vereinfacht beispielsweise das Verräumen gelieferter Ware durch eine verbesserte Beladung von Trolleys. Aber auch Regalübersichten, die dabei helfen, den genauen Standort von Produkten schneller zu finden, sorgen für ein Zeitersparnis. Auch Service-Roboter können die Mitarbeitenden unterstützen: Sie sind in der Lage, Trolleys automatisiert von Regal zu Regal zu ziehen, in welche die betreffenden Produkte geräumt werden sollen.

\*Über den Autor: **Marc Schubhan** ist Researcher beim Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz und KI-Trainer beim Mittelstand-Digital Zentrum Handel. **CE-Markt** unterstützt das MDZH als Medienpartner.

## Zukunftsversprechen

### Händler im Metaverse

**Neben** der Künstlichen Intelligenz ist das Metaverse eines der großen Zukunftsversprechen der Tech-Branche. Jeder Zweite kann sich vorstellen, das Metaverse zukünftig zu nutzen, wie das ECC Köln in einer Umfrage herausfand. Die Nutzungsfrequenz von durchschnittlich 15 Stunden pro Woche läge ähnlich hoch wie die derzeitige Social-Media-Nutzung, bei den Jüngeren also tendenziell höher. Als Betreiber von Metaverse-Plattformen werden laut ECC am ehesten Tech-Konzerne

in Betracht gezogen: Google (30 %), Microsoft (22 %) und Meta (15 %), bei den Jüngeren auch TikTok. Sich per Avatar durch das Metaverse zu bewegen ist derzeit für die Wenigsten (27 %) vorstellbar, auch hier zeigt sich jedoch die jüngere Generation interessierter (40 %).

Wie das EHI Retail Institute aufzeigt, bietet das Metaverse für den Handel potenziell neue Möglichkeiten: 77 Prozent der befragten Händler würden auf die virtuelle Beratung zurückgreifen. 75 Prozent würden ihre Produkte dreidimensional präsentieren und 69 Prozent im virtuellen Raum auch Werbung schalten. Auch eine

Erweiterung des stationären Einkaufs um virtuelle Erlebnisse durch VR-Brillen wird erwogen (68 %). Nach Ansicht der Händler birgt das Metaverse aber auch Risiken: Fast zwei Drittel befürchten, dass sie in ein vergleichbares Kräfterassen wie heute mit Google oder Amazon geraten, sobald sich ein Anbieter durchsetzt. Auch gesellschaftliche Gefahren werden gesehen: So könnten zwischenmenschliche Beziehungen leiden, soziale Kontakte zurückgehen und sich Menschen von der realen Welt entfremden. Noch aber bleibt das Metaverse rein hypothetisch und wartet auf eine konkrete Umsetzung.

# Handelsunternehmen werden durch Cloud POS flexibler

Im Zuge der Digitalisierung verlagern sich viele Prozesse in die Cloud. Dies gilt zunehmend auch für den Zahlungsverkehr. Mit dem Cloud POS Interface ermöglicht der Payment-Dienstleister **Computop** sogar den Betrieb von Kartenterminals im stationären Handel über die Cloud, wie **Ralf Gladis**, Mitgründer und CEO von Computop, im Gespräch mit **CE-Markt** erklärt.

## Herr Gladis, was ändert sich beim Betrieb eines Kartenterminals durch die Cloud-Anbindung gegenüber der bisherigen Situation?

Außer in sehr kleinen Geschäften, in denen der Zahlbetrag manuell in das Terminal eingegeben wird, ist das Gerät fast immer mit der Kasse verbunden. Die Kommunikation läuft über Schnittstellen nach dem ZVT- oder OPI-Protokoll und stellt sicher, dass Informationen wie Zahlbetrag oder Autorisierungsbestätigung zwischen Kasse und Terminal ausgetauscht werden. Auch die Nutzung eines gemeinsamen Bondruckers wird auf diesem Weg organisiert. Um manuelle Prozesse zu vermeiden, ist die Anbindung des Terminals an die Kasse bisher unvermeidlich gewesen, wobei die Anbindung nicht zwingend durch ein Kabel erfolgen musste, sondern auch über WLAN möglich war. Mit dem Cloud POS Interface werden alle nötigen Informationen über einen zentralen Terminalserver geroutet, mit dem jedes einzelne Terminal über eine Internet-Verbindung kommuniziert. Diese kann über LAN, WLAN oder eine integrierte SIM-Karte bereitgestellt werden.

## Woher erhält der Terminalserver dann die Informationen, die er an die Terminals weiterleitet?

Die Daten können weiterhin von einem Kassensystem erzeugt werden, das sie ebenfalls über das Netz an den Terminalserver überträgt. Mit dem Cloud POS Interface ergeben sich aber weitere Möglichkeiten: So können die Daten auch aus der Warenwirtschaft, dem ERP-System generiert werden, oder sogar von einem Online-Shop.

## Welche Vorteile haben Händler durch Terminals in der Cloud?

Die Anbindung an ein ERP-System kann Händlern den Kassenplatz ersparen, wenn Warenabgänge direkt in der Warenwirtschaft gebucht werden, die auch die Zahlung

steuert. Im Fall des Online-Shops verschmelzen E-Commerce und POS, zum Beispiel bei Bestellungen von im Laden vergriffenen Artikeln, die am Terminal bezahlt und dann nach Hause geliefert werden. Kiosksysteme sind ebenfalls ein gutes Anwendungsbeispiel: Hier wird die Zahlung auf einem Touchscreen angestoßen, sie erfolgt aber über das Kartenterminal. Beide Geräte können über Fernwartung aktualisiert werden, was den teuren Vor-Ort-Einsatz minimiert. Und selbst, wenn weiterhin eine Kassensoftware im Spiel ist, lässt sich der Zahlungsprozess räumlich dezentralisieren. Große Elektronikhändler oder Modehäuser könnten ihr Servicepersonal mit einer Kasse auf dem iPad oder Smartphone ausstatten, die die Zahlung dann an Terminals in der Nähe senden. So wird das Bezahlen flexibler und niemand muss die Kassenschlange mehr als Tiefpunkt seines Einkaufserlebnisses erdulden.



Bild: Jürgen Seitz

Ralf Gladis

## Wie sieht es bei diesem Prozess mit der Sicherheit aus?

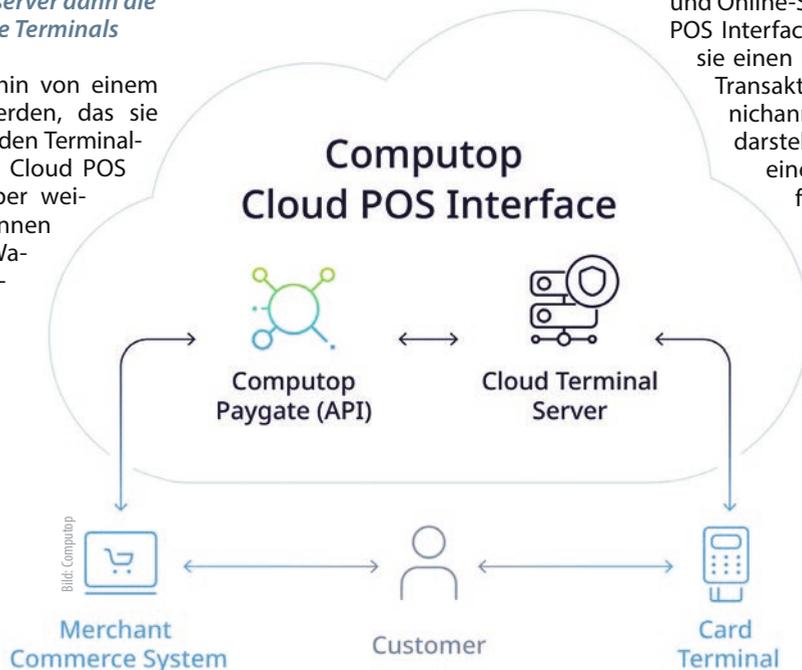
Die Kommunikation zwischen Kartenterminal und Kasse, gerade, wenn sie über WLAN erfolgt, ist häufig ein Schwachpunkt in Bezug auf die Sicherheit. In der Vergangenheit sind hier immer wieder Daten abgefangen worden. Darum sind alle Kartenterminals und die Zahlungsabwicklung von Computop nach PCI P2PE zertifiziert, das ist der derzeit höchste Standard an Sicherheit. Dabei werden die Transaktionsdaten schon im Terminal hochsicher verschlüsselt und erst durch die Zahlungsplattform, das Computop Paygate, wieder entschlüsselt. Während des gesamten Internet-Transfers sind die Daten nicht lesbar und daher für Betrüger nutzlos.

## Welchen Aufwand bringt die Umstellung auf Cloud-basierte Terminals mit sich?

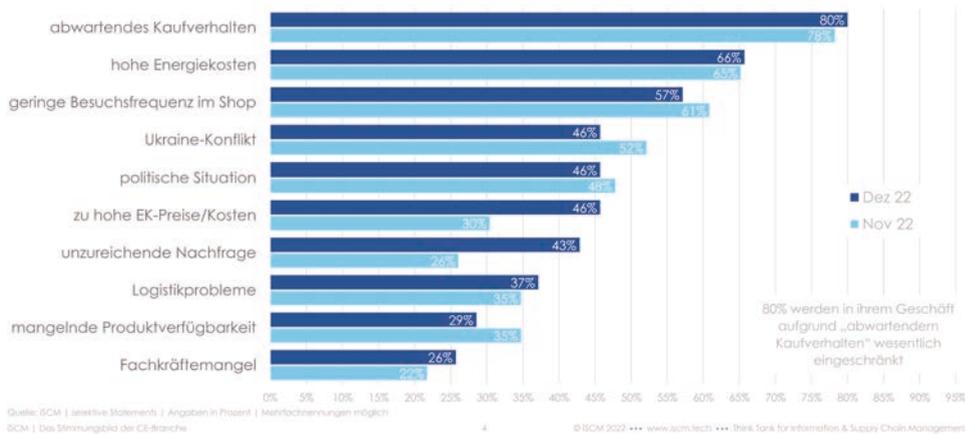
Hier lassen sich Pauschalbeträge und Entwicklungsaufwand schwer nennen. Wesentliche Faktoren, die die Kosten bestimmen, liegen in der vorhandenen und der geplanten Systemstruktur. Wenn Kassenplätze und somit die Lizenzkosten für Kassen-Software wegfallen, kann das ein relevanter Einsparungsposten sein, während sich der Aufwand für eine einzige Schnittstelle aus ERP-System oder Online-Shop meist in Grenzen hält. Die Nutzungskosten hingegen sind transaktionsbasiert, sie werden also variabel und damit dem Umsatz direkt zurechenbar. Wer bereits im E-Commerce mit dem Computop Paygate arbeitet, findet die vertrauten Parameter auch im Cloud POS Interface wieder, das macht die Integration noch einfacher.

## Werden wir in fünf Jahren nur noch Terminals in der Cloud sehen?

Für kleinere Anwendungsfälle wird es auch weiterhin Kassenanbindungen geben. Aber Handelsunternehmen mit Filialen und Online-Shop werden durch das Cloud POS Interface flexibler. Zugleich erhalten sie einen besseren Überblick über ihre Transaktionsdaten und können Omnichannel-Szenarien viel einfacher darstellen, weil alle Zahlungen über eine einheitliche Zahlungsplattform laufen. Das bringt viele Vorteile im Controlling, aber auch im Kunden-Support und sogar im Marketing: zum Beispiel, wenn Online-Kunden im Geschäft über das Zahlungsmittel wiedererkannt werden. Besonders spannend wird es übrigens für internationale Händler, denn auf diesem Weg können überall in der Welt einheitliche Terminaltypen ausgerollt und identisch angebunden werden. Der Wildwuchs nationaler Lösungen am POS hat damit ein Ende.



## Etwas mehr Kaufzurückhaltung



## 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](http://www.ce-markt.de)

## ZVEI-Umfrage

## Investitionen in klimafreundliche Produkte

**Laut** einer ZVEI-Verbraucherumfrage sehen 82 Prozent der Befragten Elektrifizierung, Klimaschutz und Energiewende als gesamtgesellschaftliche Aufgabe, zu der Jeder einen Beitrag leisten kann. Bisher wurden vor allem einfache und kostengünstige Maßnahmen umgesetzt: 60 Prozent haben ihre Beleuchtung auf energiesparende LED-Lampen umgestellt. 45 Prozent haben in energieeffiziente Hausgeräte investiert, 15 Prozent in Heimvernetzung. In Zukunft will rund ein Viertel der Befragten eigene Photovoltaik einsetzen. Weitere geplante Anschaffungen: Balkonkraftwerke (22 %), Elektroauto (19 %), Batteriespeicher (18 %), Smart-Home-Lösungen (18 %) und Wärmepumpe (14 %). Ein Drittel der Befragten plant Ausgaben zwischen 1.000 und 10.000 Euro, weitere elf Prozent gehen von 10.000 bis 25.000 Euro aus.

## Umsätze im November 2022

## Real um 1,1 Prozent höher als im Vormonat

Die Einzelhandelsunternehmen in Deutschland setzten im November 2022 nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes (Destatis) real (preisbereinigt) 1,1 Prozent und nominal 1,3 Prozent mehr um als im Oktober 2022. Gegenüber dem Vorjahresmonat November 2021 sank der Umsatz im November 2022 real um 5,9 Prozent und stieg nominal um 4,8 Prozent, was auf die hohen Preissteigerungen hinweist.

**D**er Einzelhandel mit Lebensmitteln verzeichnete im November 2022 im Vergleich zum Vormonat kalender- und saisonbereinigt real 1,3 Prozent weniger Umsatz. Gegenüber dem Vorjahresmonat sank der Umsatz um 5,7 Prozent und im Vergleich zum November 2019 um 5,2 Prozent.

Der reale Umsatz im Einzelhandel mit Nicht-Lebensmitteln war im November 2022

kalender- und saisonbereinigt 2,1 Prozent höher als im Oktober 2022. Damit lag der Umsatz real um 6,1 Prozent unter dem Niveau des Vorjahresmonats, jedoch mit einem Plus von 7,7 Prozent deutlich über dem Vergleichsmonat November 2019.

Der Umsatz im Internet- und Versandhandel verzeichnete im November 2022 ein reales, kalender- und saisonbereinigtes Umsatzminus von

## Veränderung gegenüber dem Vorjahresmonat\*

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

Einzelhandel November 2022	real	nominal
<b>Insgesamt:</b>	<b>-5,7</b>	<b>5,0</b>
<b>darunter:</b>		
Lebensmittel, Getränke, Tabakwaren	-5,6	9,8
<b>davon:</b>		
Supermärkte, SB-/V-Märkte	-5,2	10,5
Facheinzelhandel mit Lebensmitteln	-9,7	2,8
<b>Nicht-Lebensmittel</b>	<b>-5,8</b>	<b>2,0</b>
<b>darunter:</b>		
Textilien, Bekleidung, Schuhe	5,6	11,0
Einrichtungsgegenstände, Haushaltsgeräte, Baubedarf	-8,9	-0,4
Sonstiger Facheinzelhandel	-5,5	2,6
Kosmetische, pharmazeutische und medizinische Produkte	-1,0	5,9
Waren-/Kaufhäuser u. Ä.	-4,8	4,0
Internet- und Versandhandel	-9,1	-2,8

1,3 Prozent im Vergleich zum Vormonat sowie 9,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat. Die Umsätze liegen in dieser Branche mit einem Plus von

25,6 Prozent jedoch weiterhin deutlich über dem Niveau vom November 2019.

Alle Veränderungsdaten im Text sind kalender- und saisonbereinigt.

# Leichte Stimmungsaufhellung zum Jahreswechsel

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 Dezember 2022.

Einzelhandel
Großhandel

Im letzten Monat des vergangenen Jahres 2022 meldeten nur noch per saldo 11 Prozent der Ifo-Testfirmen »Geschäftslage schlecht«. Das ist das seit März 2022 beste Ergebnis dieser Stimmungsabfrage und sicherlich nicht zuletzt auf das Weihnachtsgeschäft zurückzuführen. Schon im November lag der Saldo nur noch bei minus 16 Prozent, wohingegen die Monate zuvor mit bis zu minus 44 Prozent deutlich schlechter ausfielen.

**Geschäftslage**



Im Großhandel schnellte die Stimmungskurve im Dezember des vorigen Jahres auf per saldo 38 Prozent hoch (im November: minus 17 Prozent, im Oktober: 0 Prozent). Dieser Wert war das positivste Ergebnis des gesamten vergangenen Jahres. Es gab hierbei keine einzige »Geschäftslage schlecht«-Meldung. Ein Blick in den Dezember 2021: Damals meldeten per saldo 17 Prozent der Firmen »Geschäftslage gut«.

Bei der Umsatzentwicklung Vormonat gegen Vorjahr gibt es ein kurvig-zickzack: Per saldo 21 Prozent der Ifo-Testfirmen konnten im Dezember ihre Vorjahresumsätze nicht erreichen. Im November waren das 42 Prozent, im Oktober 23 Prozent und im September gar 75 Prozent. Im vorjährigen Dezember 2022 gelang es per saldo 66 Prozent der Firmen nicht, ihre Vorjahresumsätze zu erreichen.

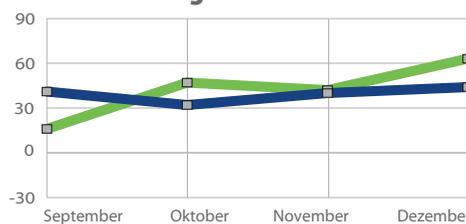
**Umsatz zum Vorjahr**



Wie im Einzelhandel gibt es auch im Großhandel ein Bergauf und Bergab bei der Umsatzentwicklung zum Vorjahr – allerdings auf niedrigerem Niveau: Im Dezember konnten per saldo 49 Prozent der Ifo-Testfirmen ihre Vorjahresumsätze nicht erreichen. Im November gelang das 83 Prozent der Firmen nicht und im Oktober 32 Prozent. Zum Vergleich: Im Dezember 2021 lag Firmensaldo bei plus 31 Prozent.

Im Dezember stiegen die Lagerbestände leicht: Per saldo 44 Prozent meldeten zu große Bestände (im November: 40 Prozent, im Oktober: 32 Prozent). Vor einem Jahr, im Dezember 2021, lag der Saldo bei minus 26 Prozent. Für das nächste Vierteljahr planen per saldo 54 Prozent der Ifo-Testfirmen weniger zu bestellen als im Vorjahreszeitraum (im November wollten 27 Prozent weniger ordern, im Oktober 60 Prozent).

**Lagerbestände**



Die Lager füllten sich im Dezember: Per saldo 63 Prozent der Ifo-Testfirmen sprachen von zu großen Lagerbeständen (im November: 42 Prozent, im Oktober: 47 Prozent). Für die kommenden drei Monate sehen per saldo 27 Prozent der Firmen knappere Bestellungen vor. Im November wollten 17 Prozent der Firmen weniger ordern, im Oktober 46 Prozent. Im vorjährigen Dezember 2021 planten 42 Prozent Orderkürzungen.

Bei den Verkaufspreisen bewegte sich im Dezember nur marginal etwas: Wie schon im November meldeten 28 Prozent der Ifo-Testfirmen Preissteigerungen (im Oktober: 41 Prozent). Auch bei den Preiserwartungen gibt es keine großen Überraschungen: Für die nächsten drei Monate rechnen per saldo 71 Prozent der Firmen mit anziehenden Preisen (im November: 69 Prozent, im Oktober: 78 Prozent).

**Preiserwartungen (3 Monate)**



Im Dezember sprachen nur noch 16 Prozent der Ifo-Testfirmen von steigenden Verkaufspreisen (im November: 35 Prozent, im Oktober: 60 Prozent). Für das nächste Vierteljahr erwartet jedoch die große Mehrheit der befragten Unternehmen – nämlich 87 Prozent – anziehende Preise (im November: 66 Prozent, im Oktober: 60 Prozent). Im Dezember 2021 lag der Vergleichssaldo mit 83 Prozent ähnlich hoch.

Waren im November »nur noch« per saldo 39 Prozent (im Oktober: 79 Prozent) der Ifo-Firmen pessimistisch gestimmt, was die Geschäftsentwicklung im nächsten halben Jahr betrifft, so rutschte die Kurve im Dezember doch wieder deutlich ab: Im Berichtsmonat rechnen saldiert 60 Prozent der Firmen mit einer Geschäftsverschlechterung. Fast der gleiche Wert – minus 62 Prozent – lag im Dezember 2021 vor.

**Geschäftsaussichten (6 Monate)**



Im Großhandel erholte sich die Stimmung für die mittelfristigen Geschäftsaussichten weiter. Per saldo noch 14 Prozent der Ifo-Testfirmen sehen das nächste halbe Jahr eher negativ, die meisten Stimmanteile versammeln sich auf »Geschäftslage bleibt gleich« (87 Prozent), es gab wieder keine einzige positive Stimme. Abschließend auch hier noch einmal der Blick in den Dezember 2021: Damals lag der Saldo bei minus 66 Prozent.

# Wissensvorsprung

Jetzt kostenlos für den

Newsletter **CEMarkt electro**  
Business-Publications for Home & Mobile Electronics

registrieren und 5 Tage vor Erscheinungstag  
die aktuelle Ausgabe als ePaper lesen\*



\* Newsletter-Abonnenten erhalten exklusiv fünf Tage vor dem offiziellen Erscheinungstermin per E-Mail den Downloadlink zur neuesten Ausgabe von **CE Markt**.



Zur **CE-Markt** Newsletter-Anmeldung geht es hier:  
[ce-markt.de](http://ce-markt.de)

