AUSGABE 21/19 14. OKTOBER 2019

Telecom Handel

DIE ZEITUNG FÜR DEN TELEKOMMUNIKATIONS-FACHHANDEL



Swyx & Co. Gemeinsame Plattformen

Unter dem Dach der neuen Enreach sollen die Plattformen der Marken Swyx, Voiceworks und der anderen Töchter möglichst weit zusammengeführt werden. Dabei will man auch verstärkt direkt mit den Part-**S. 24** nern interagieren.





Region Baden-Württemberg gesucht

Der Stellenmarkt unter jobs.telecom-handel.de

S. 25

Vertriebsstrategie

S.8

Smartphone-Welt

Vodafone will weniger Shops

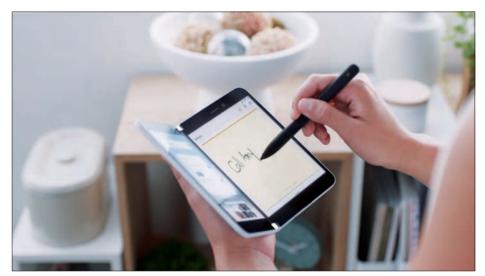
Die Vodafone-Gruppe hat einen Plan vorgestellt, bis zum Jahr 2022 in Europa die Zahl der Shops um 15 Prozent zu reduzieren, was 1.000 bis 1.200 Läden entspräche. Diese Maßnahme, mit der man auf das Wachsen digitaler Absatzkanäle reagieren will, wird auch die deutsche Tochter nicht ausklammern. Auf Nachfrage erklärte eine Vodafone-Sprecherin, dass dies hierzulande aber "nicht durch einen neuen Konsolidierungsplan, sondern durch die natürliche Fluktuation von Partneragenturen sowie kontinuierliche Bereinigung von Doppellagen in direkter räumlicher Nähe" erreicht werden soll. Das gilt vor allem für Unitymedia- und Vodafone-Shops, die integriert werden. Dabei soll das Personal übernommen werden, grundsätzlich sei kein Stellenabbau geplant.

Auf ein Neues

Microsoft will nächstes Jahr ein Comeback mit Smartphones starten

M it dem Smartphone Surface Duo überraschte Microsoft die Öffentlichkeit auf seinem Herbst-Event in New York. Eigentlich standen dort verschiedene neue Notebook- und Convertible-Modelle der Surface-Serie im Mittelpunkt. Nachdem sich der Software-Gigant vor drei Jahren aus dem Smartphone-Segment zurückgezogen und damit auch die Weiterentwicklung von Windows Mobile eingestellt hatte, deutet sich mit dem Surface Duo eine Trendwende an, auch wenn Microsoft das neue Produkt gar nicht "Smartphone" nennen will.

Allerdings soll das Surface Duo erst zum Weihnachtsgeschäft 2020 auf den Markt kommen. Zu den möglichen Märkten und Preisen gab es noch keine Informationen. Auch die technischen Details sind noch vage. Auffällig sind auf jeden Fall die beiden jeweils 5,6 Zoll großen Displays in der Innenseite des klappbaren Gehäuses, die beim Öffnen eine fast übergangslose große Fläche ergeben. Ein durchgängiges und



↑ Das Surface Duo hat auf der Innenseite zwei Displays, die zusammen eine große, aber nicht nahtlose Fläche wie bei den Konkurrenten ergeben

biegsames Falt-Display wie bei Huawei oder Samsung kommt aber offenbar nicht zum Einbau. Interessant ist auch, dass Microsoft nicht Windows, sondern, in Kooperation mit Google, Android als Be-

triebssystem verwenden will, wenn auch in einer noch nicht näher spezifizierten Variante. Auch ob das Surface Duo zum Marktstart bereits 5G-fähig sein wird, ist noch unklar.

Online-Handel



Laut Statista sehen viele Deutsche Amazon durchaus kritisch

grebeshkovmaxim / Shutterstock

Distribution

E-Scooter noch kein Renner

Einige Distributoren und Kooperationen führen das Trendprodukt Elektroroller jetzt in den TK-Fachhandel ein. Doch die Verkaufszahlen entwickeln sich offenbar nur langsam.

Consumer Communications

Mehr Power fürs WLAN

Es gibt unterschiedliche Methoden, ein schlechtes WLAN hinsichtlich der Reichweite zu verbessern, doch nicht alle Lösungen eignen sich gleichermaßen für alle Kunden.

Business Solutions

Clouds für kleine Unternehmen

Einige Anbieter haben Cloud-Lösungen auch für das vermeintlich weniger lukrative Geschäft mit kleineren Unternehmen entwickelt. Dabei setzen sie vor allem auf eine erhöhte Skalierbarkeit.

9,7 Std.

sind deutsche Jugendliche zwischen 16 und 18 Jahren pro Tag online

verbringen die Jugendlichen jede **Woche mobil** im Internet

Laut einer Postbank-Studie haben deutsche Jugendliche kaum noch echte Offline-Zeiten

Postvertriebsstück, DPAG, Entgelt bezahlt Ebner Media Group GmbH & Co.KG, PF 201552, 80015 München



FRITZ! BRINGT IHR BUSINESS AUF TOUR

Supervectoring, DOCSIS 3.1 und 5G, Wi-Fi 6 und WLAN Mesh, ultraschnelles Smart Home – spannende Projekte. Erleben Sie die Stars von FRITZ! live in Ihrer Nähe.



SAVE YOUR DATE:

Jetzt schnell anmelden: avm.de/tour

Nur noch wenige Plätze verfügbar!

15.10. BERLIN	29.10. KAISERSLAUTERN	19.11. STUTTGART
16.10. HANNOVER	30.10. STUTTGART	20.11. NÜRNBERG
17.10. HAMBURG	31.10. MÜNCHEN	21.11. MÜNCHEN
22.10. NÜRNBERG	12.11. MÜNSTER	26.11. FRANKFURT
23.10. LEIPZIG	13.11. DORTMUND	27.11. KÖLN

24.10. DRESDEN **14.11**. BREMEN **28.11**. DÜSSELDORF



Inhalt

SPOTLIGHT

Die Zukunft des Mobilfunks
Telecom Handel besuchte Qualcomm in
der Firmenzentrale in San Diego

SPECIAL

Leserwahl

Wählen Sie den besten Distributor de	s
Jahres und gewinnen Sie tolle Preise	!

DISTRIBUTION

Noch	nicht	in	Schv	vung
------	-------	----	------	------

Immer mehr Distributoren bieten E-Scooter
an, doch die Absätze sind noch gering

Online-Shop inklusive

Prime-Händler von Motion TM erhalten einen	
kompletten Mobilfunk-Shop im Web	1

CONSUMER COMMUNICATIONS

Das Weihnachts	sgeschäft	schwächelt
----------------	-----------	------------

in Zeiten von Black Friday und Co. tut sich	
der Handel mitunter schwer	14

Aus vielen Händen

Die Abhängigkeit von Zulieferern und globalen	
Lieferketten gefährdet die Branche	

Reichweite fürs WLAN

Für d	liese	Kunden	eignen	sich	Powerline,

Mesh und Range Extender In die Länge gezogen

So schlägt sich das neue So	ny Xperia 5
im Praxistest	





BUSINESS SOLUTIONS

Skalieren in der Cloud

Einige Hersteller haben speziell für SOHO-	
Kunden eigene Angebote entwickelt	22

Zentrale Plattformen

Die Mutter von Swyx und Voiceworks firmiert	
künftig unter dem Namen Enreach	24

POINT OF SALE

"Die Ansprüche steigen"

Für Unt	ernehm	en ist es	wichtig,	dass all	e
Daten ir	n Web s	tets akti	uell sind		20

RUBRIKEN

10

18

20

Anbieterverzeichnis	28
Vorschau	29
Impressum	29
Termine & Events	30
Aufgelegt	32





Comeback mit Fragezeichen

An die Smartphones von Microsoft dürfte nicht jeder gute Erinnerungen haben. Denn der Software-Riese hatte nach der Übernahme der Hardware-Sparte von Nokia das Geschäft mit gigantischen Verlusten in den Sand gesetzt und vor drei Jahren aufgegeben.

Selbst das Vorhaben, stattdessen andere Hersteller mit einer mobilen Version von Windows 10 zu versorgen, wurde eingestampft und Microsoft verschwand mit seinem Betriebssys-



Boris Boden Stellv. Chefredakteur Telecom Handel

tem von Smartphones und auch den meisten Tablets.

Doch Ende 2020 soll ein Comeback erfolgen: Mit dem Surface Duo zeigte Microsoft nun überraschend ein Smartphone mit zwei Displays. Es läuft allerdings nicht auf Windows, sondern auf Android. Auch wenn man sonst noch nicht viel Konkretes zu dem Gerät erfahren konnte, zeigt es immerhin eine neue Strategie von Microsoft auf.

Offenbar reifte in Redmond in den vergangenen Jahren die Erkenntnis, dass die Computerwelt von morgen nicht mehr auf großen Monitoren und PCs stattfinden wird, sondern noch mehr als bisher auf mobilen Endgeräten. Da weiter abseits zu stehen, würde den Hardware-Bereich des Unternehmens gefährden.

Dass das Surface Duo auf Android laufen soll, wirkt allerdings wie eine Kapitulation. Denn das mobile Windows hatte durchaus viele Fans, gerade auch bei professionellen Anwendern. Die Umsetzung von Windows 10 für Smartphones wirkte aber von Anfang an schlampig und unambitioniert. Doch sicher hätte der Software-Gigant genug Kompetenz und Kapazität, das in einem neuen Anlauf besser zu machen.

Das fehlende Bekenntnis zum eigenen Produkt könnte aber auch ein Indiz dafür sein, dass Microsoft mit dem neuen Smartphone vielleicht nur einen Versuchsballon in einem aktuell schwierigen Markt starten will. Denn das Risiko, sich mit einem großen Anspruch und wenig Ergebnissen zu blamieren, ist nicht gerade gering.



Menschen in diesem Heft



Dominik Walter Laut dem Einkaufsleiter von Herweck hat rund jeder vierte Fachhändler bereits einen E-Scooter geordert. Er rät indes, nur Modelle mit Straßenzulassung zu verkaufen.



Thomas Fimpel Der Inhaber von Telepoint aus Ludwigsburg sieht das Weihnachtsgeschäft kritisch. Käufe hätten sich eher in den Januar verschoben, da mehr Gutscheine verschenkt würden.



Mathias Pasquay Der CEO von Pascom erklärt, weshalb sein Unternehmen keine eigene Cloud-Lösung für SOHOs entwickelt und wie er diesen beim Preis entgegenkommt.



Howard Lerman Der Gründer und CEO von Yext verrät, weshalb Händler ihre Daten nicht nur auf der eigenen Website stets aktuell halten sollten, sondern auch auf Google und Co. 26

telecom-handel.de

Das Google-Logo im Wandel der Zeit

In den vergangenen 21 Jahren hat sich das Google-Logo mehrmals gewandelt. Nicht immer trafen die Neuerungen dabei den Geschmack der Nutzer. Wir zeigen alle Google-Logos seit der Unternehmensgründung. Klicken Sie sich auf www.telecom-



Google in den Anfangsjahren

handel.de/google-logo durch die Designgeschichte von Google – von den bescheidenen Anfängen 1998 bis zum Megakonzern von heute.

Telecom Handel

Vier Kameras: Das Nova 5T von Huawei für 429 Euro bietet neben der Hauptkamera mit 48 Megapixeln noch Linsen für den Ultraweitwinkel, Makroaufnahmen und den Bokeh-Effekt mit unterschiedlicher Schärfe im Bild. Dazu hat es den schnellen Kirin-980-Prozessor und 6 GB RAM.



Die Frontkamera des Nova 5T befindet sich in einem kleinen Loch im 6,3-Zoll-Display

Nicht nur für Senioren:

Mit dem M6 will Beafon auch jüngere Zielgruppen ansprechen. Es bietet ein 6,3-Zoll-Display, eine Notruffunktion mit Ortung und alternativ zu Android eine leicht zu bedienende eigene Oberfläche.



Das Beafon M6 ist ab November für 169 Euro verfügbar



Neu auf dem Markt

Mit dem neuen Nokia 2720 Flip bringt der Hersteller ein nostalgisches Klapphandy.

Ab sofort gibt es für 99 Euro wieder ein Klapphandy von Nokia. Das 2720 Flip hat neben dem 2,8-Zoll-Hauptbildschirm ein zweites Display auf der Klappe und eine Notruftaste mit GPS-basierter Ortungsfunktion. Auch wenn es kein Smartphone ist, können einige populäre Programme wie WhatsApp, Facebook oder Google Maps auch über LTE genutzt werden.



Die großen Tasten sollen auch ältere Nutzer ansprechen

RUFNUMMER

Portierung soll günstiger werden

Die Bundesnetzagentur erwartet "deutliche Absenkungen" bei den Gebühren für die Rufnummernmitnahme im Mobilfunk. Zuvor hatte die Agentur die Portierungsentgelte, die Vodafone den anderen Mobilfunkanbietern für die Mitnahme einer Mobilfunknummer bislang in Rechnung stellt, überprüft und für unwirksam erklärt. Die Behörde ordnete, gestützt auf einen europäischen Preisvergleich, eine Absenkung des Entgelts auf 3,58 Euro (netto) an. Die nun ermittelte Preisobergrenze habe auch Signalwirkung für alle anderen Mobilfunkanbieter, hieß es in Bonn. Da die Portierungsentgelte von den Anbietern üblicherweise an die Endkunden weitergereicht werden, will die Netzagentur nun auch die von Telekom und Co. den Endkunden in Rechnung gestellten Kosten für die Mitnahme einer Mobilfunknummer einer Überprüfung unterziehen. (red)

WECHSEL DES CEO

Neue Spitze bei Mitel

Überraschender Wechsel bei Mitel: Nach fast zehn Jahren verlässt CEO Rich McBee den UCC-Spezialisten. In dieser Zeit hatte der Manager mehrere Akquisitionen wie beispielsweise von ShoreTel oder Aastra angestoßen. Seine Position als CEO und President übernimmt nun Mary T. McDowell. Sie war bis zum Verkauf von Polycom an Plantronics im ver-



↑ Mary T. McDowell leitet jetzt die Mitel-Geschäfte

gangenen Jahr CEO und Vorstandsmitglied bei dem Videokonferenzspezialisten. Vor ihrer Tätigkeit bei Polycom war McDowell Executive Vice President bei Nokia, wo sie für das weltweite Feature-Phone-Geschäft des Unternehmens verantwortlich war und die Entwickler- sowie die App-Store-Organisation von Nokia beaufsichtigte. [wr]

AKTION

4.000 neue Bäume

Der Distributor Herweck und Displex haben sich an der Aktion "Plant for the Planet" beteiligt. Das Ziel dieses Klimaschutz-Projektes der Organisation "Plant-for-the-Planet" und der UNO ist es, durch das Pflanzen von vielen Millionen Bäumen 25 Prozent der weltweit ausgestoßenen CO₂-Emissionen zu binden. Dank des gemeinsamen Engagements von Displex und Herweck konnten in diesem Jahr 4.000 Bäume für die Aktion gepflanzt werden. [wr]

APPLE

Nur einmal einloggen

Mit Version 13 seines Betriebssystems iOS hat Apple eine neue Log-in-Funktion eingeführt. Mit der Apple-ID-Mail-Adresse und Passwort können sich Nutzer nicht mehr länger nur bei Angeboten innerhalb des Apple-Universums anmelden. Das geht nun auch bei Diensten, Seiten oder Apps von Drittanbietern, die diese Funktion einbinden. Apple verspricht, keine Nutzeraktivitäten zu verfolgen, also auch keine Profile über die Nutzung des Dienstes anzulegen. Außerdem lässt sich auf Wunsch über die Generierung einer einmaligen Adresse auch die zur eigenen Apple-ID gehörende Mail-Adresse vor dem Drittanbieter verbergen. Bekannte Konkurrenzlösungen für das sogenannte Single Sign-on bieten Google und Facebook.

TELEFÓNICA

Automatische Ortung bei Notruf

Alle Kunden, die im Mobilfunknetz von Telefónica Deutschland einen Notruf via Android-Smartphone absetzen, profitieren jetzt von dem neuen Notrufsystem AML (Advanced Mobile Location). Bei AML übermittelt das Smartphone im Zuge der Kontaktaufnahme über die Notrufnummer 112 den genauen Standort des Anrufers automatisch an die Rettungsleitstelle. Dies ist nicht nur auf Autobahnen sinnvoll, wo die Betroffenen oft nicht



Rettungskräfte finden über AML zum Unfallort

genau wissen, zwischen welchen Ausfahrten sie sich befinden, sondern auch im ländlichen Raum oder in den Bergen. Kunden müssen bei AML nichts installieren oder anderweitig aktiv werden, das GPS wird bei Bedarf automatisch aktiviert. (cb)



Gadget der Woche

ZenBook Duo und ZenBook Pro Duo von Asus:

Die zu Preisen ab 1.299 Euro erhältlichen Notebooks verwenden mit dem ScreenPad Plus ein zweites Touch-Display, mit dem neue Interaktionsmöglichkeiten entstehen.

Die zehn...

... umsatzstärksten Online-Shops in Deutschland

- 1. Amazon.de
- 2. Otto.
- 3. Zalando.de
- 4. Mediamarkt.de
- 5. Notebooksbilliger.de
- 6. Lidl.de
- 7. Bonprix.de
- 8. Cyberport.de
- 9. Saturn.de
 10. Alternate.de

Quelle: EHI Retail Institute



Quelle: Focus Online



Highlights

- Konferenzen per Sprache oder Video schnell und unkompliziert mit internen und externen Teilnehmern kommunizieren
- Überall nutzbar egal wo und von welchem Gerät, einfacher und schneller Zugriff sowie mobiles Arbeiten und Informationsaustausch
- Speicherung und Filesharing Ihre Performance immer im Blick: jederzeit Zugriff auf Daten, Inhalte und Informationen, die im Projekt geteilt wurden

Circuit Grand Prix 2019:

Mehr erfahren Sie unter: https://unify-grandprix.komsa.com/

Ihr Ansprechpartner:

KOMSA Kommunikation Sachsen AG

Tel.: +49 3722 713-6021 unify@komsa.com



Wissen im Fokus. Für Sie.

Kleine Gruppen optimale Lernerfolge



Telecom Handel

Neues DECT-Gerät: Für den mobilen Einsatz im Büro hat Poly mit dem VVX D230 DECT ein neues IP-Telefon angekündigt. Das Modell hat laut Hersteller eine Akkulaufzeit von zehn Stunden, acht Leitungen und unterstützt die gleiche Anzahl an parallelen Telefonverbindungen.



- Der Preis des VVX D230 DECT steht noch nicht fest

Aktualisierte Version:

Das OnePlus 7T verfügt über den 48-Megapixel-Sensor Sony IMX586 mit optischer Bildstabilisierung. Neu ist der Makromodus, mit dem man sich einem Motiv auf bis zu 2,5 Zentimeter nähern kann.



OnePlus schickt das neue Modell 7T ins Rennen



Gerüchteküche

Apple soll Video- und Audio-Abos zusammenführen.

Analysten spekulieren über eine Art Super-Abo, mit dem Nutzer Zugang zu mehreren Angeboten wie TV+ und dem Musikstreaming-Dienst Apple Music bekommen könnten. Der Konzern äußerte sich bislang nicht dazu. Apple hat mehr als 400 Millionen Kunden in seinen verschiedenen Abo-Angeboten. Mit der Musikindustrie sei noch keine konkrete Formel zur Preisbildung besprochen worden, schrieb die "Financial Times" weiter. Die aktuellen Verträge sind für den Streaming-Dienst ausgehandelt, der pro Monat die branchenüblichen rund 10 Euro kostet - und 15 Euro im Familien-Abo.

VODAFONE

5G und Li-Fi werden zusammengeführt

Vodafone und Signify haben eine

Zusammenarbeit im Bereich der Technologien 5G und Li-Fi vereinbart. Die ehemalige Beleuchtungssparte von Philips gehört zu den führenden Unternehmen bei der Übertragung von Daten per Lichtwellen. Von der Verbindung von Li-Fi und 5G verspricht sich der Netzbetreiber eine noch schnellere drahtlose Zwei-Wege-Datenkommunikation auch unter schwierigen Bedingungen, wie etwa unter Wasser oder wenn Funkübertragungen aus Sicherausgeschlossen heitsgründen sind. Außerdem können Systeme so redundant gestaltet werden, sich also bei Ausfall gegenseitig ersetzen, da 5G und Li-Fi unabhängig voneinander funktionieren. Unter dem Namen Trulifi hat Signify vor kurzem ein Li-Fi-System eingeführt, das mittels Lichtwellen – anstelle von Funksignalen wie WLAN oder Bluetooth - eine drahtlose Sendeund Empfangstechnologie für die Datenübertragung bereitstellt, die in Philips-Leuchten verbaut werden kann. Trulifi soll den Angaben zufolge eine zuverlässige und sichere Hochgeschwindigkeits-Breitbandver-

INCENTIVE

Mit Unify und Komsa nach Marokko

Komsa-Händler und Aetka-Partner, die bei der Vermarktung von Unify-Produkten Gas geben, haben die Chance, eine viertägige Wüstenrallye quer durch Marokko zu gewinnen. Für die Reise können sich zwölf Handels-



Die besten Unify-Händler fliegen nach Marokko

partner im Aktionszeitraum bis 31. Dezember in verschiedenen Kategorien qualifizieren. (cb)

SAMSUN

Eigenes Android für die Bundeswehr

Soldaten der Bundeswehr sollen künftig umfassend Smartphones dienstlich nutzen können. Dazu wird der südkoreanische Technologiekonzern Samsung zusammen mit dem süddeutschen IT- und Beratungsunternehmen Blackned eine spezielle Version von Android entwickeln. "Die militärisch genutzten Endgeräte erhalten eine komplexe wie gleichsam intuitiv zu bedienende Daten- und Sprachsteuerung, um auch unter widrigen Umständen am jeweiligen Einsatzort einen Betrieb sicherzustellen", teilte Samsung auf der Sicherheits-Fachmesse it-sa in Nürnberg mit. (red)

NETCOM

Ay Yildiz im Programm

Der Distributor Netcom hat sein Portfolio erweitert: Ab sofort vermarktet der Großhändler auch die Tarife von Ay Yildiz, der Ethno-Tochter von Telefónica. Zum Start wird sich Netcom auch an der #haymat-Kampagne beteiligen, die Al Yildiz ins Leben gerufen hat. [wr]

BIS ENDE 2019

19 Millionen Gigabit-Anschlüsse

Die Zahl der erreichbaren Gigabit-Anschlüsse soll von Anfang bis Ende dieses Jahres von 11,1 auf 19 Millionen steigen, heißt es in einer Studie von Dialog Consult für den VATM. Damit ist fast jeder zweite der circa 42 Millionen Haushalte in Deutschland an

das schnelle Netz angebunden. Allerdings nutzt nur etwa jeder vierte Haushalt die schnellen Leitungen, also 4,8 Millionen – der Rest der Leitungen ist inaktiv. Zum Jahresbeginn waren es noch 3,3 Millionen. **(red)**

ASSONA

Weihnachtsaktion mit Rentier Rudi

Assona lädt seine Händler bei der diesjährigen Weihnachtsaktion gemeinsam mit Maskottchen Rudi zur virtuellen Geisterjagd. Ziel ist es, dem Spuk ein Ende zu setzen und dabei möglichst viele



Rentier Rudi lockt wieder mit vielen Sachpreisen

Assona-Coins zu sammeln. Die Münzen können Händler im Online-Prämienshop gegen Technikprodukte, Küchengeräte und Prämien aus dem Fitness- und Beauty-Bereich eintauschen. [wr]



Top & Flop

bindung mit bis zu 250 MBit/s

ermöglichen.



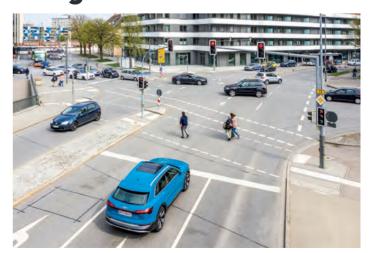
Made in Germany = Qualität

Die Herkunftsangabe "Made in Germany" bleibt für deutsche Exporteure ein wichtiges Verkaufsargument. Produkte aus Deutschland stehen einer aktuellen Umfrage zufolge auf Platz eins der weltweiten Konsumentengunst. Gut die Hälfte aller Befragten hat einen positiven Eindruck von Produkten aus Deutschland, ergab eine Studie des Meinungsforschungsinstituts YouGov und der Cambridge University. Nur sechs Prozent sahen ein negatives Image. Auf Platz zwei stehen Waren aus Italien, gefolgt von jenen aus Großbritannien und Frankreich.

Fehler in iOS entdeckt

Sicherheitsforscher haben mit "checkm8" eine Schwachstelle im Boot-ROM von iPhones und iPads entdeckt. Laut den Experten von Malwarebytes lässt sich der Fehler nicht vollständig beheben, das Aufspielen von Schadsoftware ist aber glücklicherweise aufwendig. Bestätigt wurde dies auch von dem iOS-Forscher @axiOmX. Er schreibt, dass es sich um einen "permanenten, nicht patchbaren Boot-ROM-Exploit" handelt, von dem alle Geräte vom iPhone 4S bis hin zum iPhone X betroffen sind. Sicher sein sollen demnach nur Geräte mit Chips ab dem A12.

Rangezoomt



Die Telekom und Audi wollen in Ingolstadt gemeinsam Lösungen zur intelligenten Verkehrssteuerung testen



Seller Challenge 2020

Vertriebsprofis gesucht: Der große Telecom-Handel-Wettbewerb für Verkäufer, Fachhändler und Shopbetreiber

Die Seller Challenge 2020 richtet sich an Verkäufer und Kundenberater in der Telekommunikations-Branche. In neun Runden müssen Fragen zu verschiedenen Unternehmen und Produkten beantwortet werden. In jeder Runde gibt es wertvolle Preise zu gewinnen, im großen Finale winken Hauptpreise im Wert von 5.000 Euro. Die Punkte, die die Teilnehmer in den einzelnen Runden erzielen, werden summiert. Die 25 besten Teilnehmer werden zum großen Finale der Seller Challenge 2020 auf den Branchentreff Communicate! eingeladen, der am 12. März in München stattfindet.

Der Rechtsweg ist ausgeschlossen

MENO

Über ENO telecom:

Unser breites Portfolio bietet neben den Produkten aus den Bereichen Smartphones, Tablets, Netzvermarktung, Festnetz, Computer & Peripherie, Smart Home, Home Entertainment, Automotive, Gaming, Wearables, Foto & Video und Zubehör immer auch aktuelle Trendprodukte und neue Margenbringer. Neue Dienstleistungen für den Handel sind u. a. Digital Marketing X.0, das Werbeportal, 3 Jahre Garantie oder die Repair-Box.

Das sponsert ENO telecom:

- 1 E-Scooter EG3168 von Trekstor
- 1 Terminierungsservice Geschäftskunden-Akquise
- 3 Eintrittskarten für die Communicate! das große Branchentreffen im März 2020 inkl. 150€ Fahrtkostenzuschuss

Mitmachen und gewinnen!

- Wie viele Dienstleistungen bietet ENO an?
- Welchen Partner hat ENO für die Repair-Box?
- Wann wurde das erste Unternehmen der Gruppe gegründet?
- In welcher Sportart ist der geschäftsführende Gesellschafter Bernd Horstmann erfolgreich?
- Wie viele Sendungen verlassen das ENO-Lager am Tag?

Lösungshinweise auf www.eno.de

Alles Weitere unter:

www.telecom-handel.de/seller-challenge

Telecom Handel 14. Oktober 2019 21/19





01

Jenseits der Smartphones

Qualcomm bot in seinem Hauptquartier in San Diego einen Einblick, wie sich der Technologieriese die zukünftige Entwicklung der 5G-Technologie vorstellt. Die schnellen Netze sollen nun vor allem immer mehr Geräte einbinden

s gibt unattraktivere Orte als diesen, um mit einem 5G-Smartphone die Leistung und Platzierung von Antennen zu messen: Denn der grüne Campus mit dem Hauptquartier des ITK-Herstellers Qualcomm liegt in San Diego, der Metropole im sonnigen Süden Kaliforniens mit den legendären Pazifikstränden. Das US-Unternehmen ist führend bei mobilen Übertragungstechnologien und Chipsets für Smartphones, die unter dem Namen Snapdragon bekannt sind.

Auf einem Workshop für Medien und Analysten hat Qualcomm jetzt auf seinem Gelände demonstriert, wie die Zukunft von 5G aussehen soll. Denn die erste Stufe der Einführung sei nun abgeschlossen, und das erfolgreicher als bei den früheren Technologiesprüngen im Mobilfunk, erklärte der Vizepräsident für Engineering, John Smee: "In den letzten sechs Monaten wurden weltweit mehr als 30 Netze gestartet. Zum Jahresende wird es mehr als 150 verschiedene Endgeräte geben. 2019 ist das Jahr von 5G, 2020 das Jahr der Expansion in mehr Endgeräte, in mehr Märkte und in mehr Abdeckung." Dino Flore, VP Technology, ergänzt: "Es ist die erste Technologieeinführung, bei der die Endgeräte schneller da sind als die Netzwerke."

Den Bedarf für 5G begründet Qualcomm mit Zahlen: So werde der mobile Datenverkehr von 2017 bis 2022 um das Siebenfache zunehmen. Im Jahr 2022 würden zudem 70 Prozent des IP-Verkehrs drahtlos erfolgen, der Großteil allerdings immer noch über WLAN und nicht Mobilfunk. Da 4G diesen Anstieg nicht mehr bewältigen könne, brauche es unbedingt schnelle Netze mit mehr Kapazität, und zwar möglichst bald, so Smee.

Qualcomm will die 5G-Einführung ab dem kommenden Jahr vor allem mit immer günstigeren Chipsets der 6er- und 7er-Serien beschleunigen, die die neue Technologie nutzen und den Massenmarkt erschließen. Das werde durch eine hohe Integration der Komponenten möglich, bei der bisher getrennte Teile in einer Einheit zusammengefasst werden. Damit würden auch der Stromverbrauch und die Nutzung der Antennen optimiert. John Smee prognostiziert, dass bereits im nächsten Jahr jedes neue Highend-Smartphone 5G-fähig sein wird.

Die Cloud wird mobil

Auch wenn bei 5G jetzt die nächste Stufe gezündet wird und die Technologie von den ersten Smartphones und Routern damit auf immer unterschiedlichere Gerätetypen kommt, rechnet man bei Qualcomm damit, dass das Smartphone im Zentrum des Interesses bleibt. John Smee: "Das Smartphone zahlt immer noch die Zeche in der TK-Branche." Als nächsten Trend sieht er dann ab 2020 weitere Produkte wie 5G-fähige Laptops ins Spiel kommen: "Sie sind immer verbunden und können so die Daten und die Programme aus der Cloud nutzen. Das hat bei 4G noch nicht so gut funktioniert."

In den Folgejahren werden dann bei 5G Themen wie IoT, der Automobilbereich und private Netzwerke hinzukommen. Zu den neuen Wachstumsbereichen zählt vor allem die Künstliche Intelligenz (KI), die durch 5G erst effektiv genutzt werden kann. Denn die Unmengen an nötigen Daten liegen dann nicht mehr unbedingt auf den Endgeräten, sondern auch auf zentra-

len Servern und in der Edge-Cloud, also dezentralen Computern, die zum Beispiel in den 5G-Funkstationen angedockt sind. Je nach der nötigen Reaktionszeit und der Komplexität der Rechenoperationen kann zwischen diesen drei Teilen des Gesamtsystems gewechselt werden.

Ein Beispiel ist ein IoT-Sensor mit 5G, der bei den überwachten Daten eine Unregelmäßigkeit registriert und deren Werte dann an einen Edge-Server sendet, der diese analysiert und eine schnelle Reaktion wie etwas das Abschalten einer Maschine bewirken kann. Schließlich erfolgt noch die Speicherung der Daten zur späteren KI-gestützten Analyse und Prozessverbesserung in der zentralen Cloud.

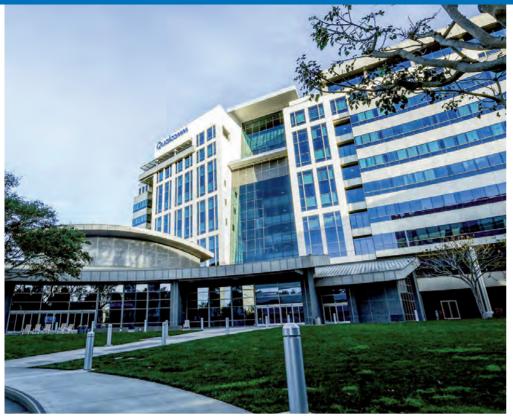
Bei Augmented-Reality-Anwendungen ist es mit dieser Aufteilung möglich, die Prozessorleistung nicht komplett auf dem "letzten" Endgerät, wie zum Beispiel einer Brille, abzurufen. Das spart Strom und Bauteile, damit die Brillen nicht zu groß und schwer werden. Auch ganz neue kompakte Formen und Formate mobiler Endgeräte würden so möglich. Bei einer Demo zeigte Qualcomm, wie schnell der Träger einer AR-Brille mit 5G-Übertragung die Ergebnisse seiner Bewegungen der echten Hand mit der virtuellen Hand auf dem Display umgesetzt sieht. Vor allem im Cloud-Gaming sieht Qualcomm hier großes Potenzial, aber auch Business-Anwendungen wie Videokonferenzen mit menschenähnlichen Avataren, die virtuell im Raum stehen, sind denkbar.

Vor allem im Heimbereich und auch auf Firmengeländen sollen ab 2021 Netze im Millimeterband, zum Beispiel mit 28 und 39 GHz, hohe Geschwindigkeiten auch für viele Nutzer in geschlossenen Räumen so-



In der Fabrik der Zukunft werden Roboter mit 5G gesteuert

14. Oktober 2019 21/19 Telecom Handel 9





03

wie begrenzten Außenflächen bringen. Sie werden an einen "Anker" zur Zuleitung angebunden, das kann ein 5G-Mobilfunknetz mit niedrigerer Frequenz für größere Distanzen sein oder auch das Festnetz.

Ohnehin ist es bei Qualcomm eines der Ziele, die verschiedenen Funktechnologien nahtlos zu vernetzen, etwa beim Übergang von LTE zu 5G beim Aufbau einer flächendeckenden schnellen Versorgung auch auf dem Land. John Smee: "Roaming muss übergangslos funktionieren, sonst akzeptieren es die Kunden nicht."

In diesem Zusammenhang weist er auf die anhaltende Bedeutung von WLAN hin, das als Technologie keinesfalls durch Mobilfunk mit 5G ersetzt werde, sondern durch den neuen Standard Wi-Fi 6 noch in der Bedeutung zunehme und Mobilfunk perfekt ergänze. Rahul Patel, Senior Vice President: "Ich sehe kein Szenario, in dem WLAN mindestens in den zehn kommenden Jahren keine Rolle mehr spielen wird. Die Zahl der Endgeräte mit Wi-Fi 6 wird schon bald dramatisch zunehmen."

Ein weiteres Thema, an dem Qualcomm

für die Einführung ab 2021 intensiv arbeitet, ist der Einsatz von 5G im Automobilbereich. Die grundlegende Technologie heißt C-V2X und wird von diversen Herstellern unterstützt. Die Abkürzung "X" bedeutet, dass Autos mit allem in ihrem Umfeld und dem globalen Netz verbunden sein werden. Das reicht von der Kommunikation mit anderen Fahrzeugen und ihren Sensoren bis hin zu Wearables von Fußgängern. In einer Simulation zeigte der Hersteller, wie ein Auto das Öffnen der Fahrertür dem kommenden Verkehr meldet, so dass dieser gegebenenfalls ein Ausweichmanöver einleiten kann. Auch Fußgänger, die die Fahrbahn betreten, werden erkannt, wenn etwa Sensoren ihres Wearables dies melden. Dank der geringen Latenzzeit von 5G gibt es dabei kaum Verzögerungen. Auf diese Weise soll nicht nur die Sicherheit der Verkehrsteilnehmer erhöht werden, auch die Umwelt kann zum Beispiel durch an Ampelphasen oder anderen Verkehr angepasste Geschwindigkeiten geschont werden.

Neben der Einführung neuer Gerätetypen arbeitet Qualcomm auch intensiv an der Optimierung der bestehenden Technologie. Vor allem Antennen spielen dabei eine große Rolle. An einem Testfeld zeigte man, wie mit Beamforming (gezieltes Bündeln von Antennenübertragungen) und MiMo (parallele Nutzung mehrerer Antennen) auch in schwierigen Umgebungen hohe Datenraten von einem Gigabit und eine stabile Abdeckung erreicht werden können.

Eine große Herausforderung für die Entwickler ist auch der Stromverbrauch der Endgeräte. Zwar betonten die Entwickler bei Qualcomm, dass 5G keinen grundsätzlich höheren Stromverbrauch bedinge, doch gerade die neuen Möglichkeiten, wie etwa hochauflösende Videos auf immer größere Smartphone-Displays zu streamen, erhöhten den Bedarf an Akkukapazität. Hier soll vor allem mit einem

besseren Management der Netzleistung gegengesteuert werden, indem Datenübertragungen nur bei Bedarf erfolgen und sonst das Modem abgestellt wird.

Das alles wird die unmittelbare Zukunft von 5G bestimmen, die Qualcomm maßgeblich mitgestalten will. Was danach kommen wird, ist noch unklar, auch wenn der US-Präsident bereits 6G vollmundig ankündigte. John Smee wagte in San Diego schon einmal einen vorsichtigen Blick in die Zukunft: "Natürlich wird etwas Neues kommen, wir hatten schon jetzt alle zehn Jahre einen Technologiesprung, und es wird wieder einen geben. Ob der dann 6G heißen wird, weiß ich nicht, aber wir werden bereit sein."



- 01 Ein 5G-Smartphone im Testfeld für die Leistung und Ausrichtung der Antennen
- 02 Auch innerhalb von Gebäuden erreichen Smartphones ein Gigabit im Downlink
- 03 Das Hauptgebäude des Qualcomm-Campus im Norden von San Diego
- 04 John Smee von Qualcomm zeigt eine der Antenneninstallationen auf dem Dach



Zu den Absatztreibern bei den IoT-Geräten gehört drahtlose Musik, sei es per Headset vom Smartphone oder künftig mit 5G auch auf Streaming-fähigen Stand-alone-Produkten. In seinem "State of Play"-Bericht untersucht Qualcomm regelmäßig die Bedürfnisse von Smartphone-Nutzern bezüglich Audio-Geräten. 2019 wurden dabei erstmals auch deutsche Anwender neben jenen in den USA, China, Großbritannien, Indien und Japan befragt.

Immerhin 66 Prozent aller Befragten sind dabei inzwischen der Meinung, dass die Soundqualität drahtloser Geräte gleichwertig oder besser ist als bei kabelgebundenen Audiogeräten. Sowohl bei Kopfhörern als auch bei Lautsprechern ist eine erstklassige Qualität für jeweils mehr als 60 Prozent der Befragten wichtigstes Kriterium bei der Kaufentscheidung. Immer bedeutender wird dabei aber auch die Akkulaufzeit.

Bei den drahtlosen Headsets geht der Trend klar zu den sogenannten Ear Buds wie den AirPods von Apple oder immer mehr Geräten anderer Hersteller. Mehr als ein Viertel der Befragten benutzt bereits ein solches Produkt, weitere 25 Prozent wollen innerhalb der nächsten zwölf Monate eines kaufen. Bei der Wahl sind



Musik wird immer mehr über drahtlose Geräte konsumiert

neben der Soundqualität eine lange Akkulaufzeit und der Komfort beim Tragen die entscheidenden Kriterien. Verbunden werden sie meist per Bluetooth. In mehr als 80 Prozent der Fälle erfolgt das mit dem Smartphone, seltener mit PC, Laptop oder einem TV-Gerät.

Bei den gewünschten Features in Headsets steht bei über 60 Prozent der Befragten die aktive Geräuschunterdrückung ganz oben auf der Liste, ähnlich wichtig ist eine drahtlose Lademöglichkeit. Rund die Hälfte interessiert sich zumindest für einen vom Smartphone unabhängigen Betrieb – hier besteht die Brücke zu IoT und 5G, was dies möglich machen könnte.

Bei allen dieser Produkten fordern die Nutzer eine hohe Sicherheit, das gilt besonders für drahtlose Lautsprecher, wo die Risiken, gehackt oder abgehört zu werden, noch fast 30 Prozent von einem Kauf abhalten. **Telecom Handel**

+ Mitmachen und gewinnen + + + Leserwahl 2019 + +

Telecom Handel



Teilnehmen können alle Leser von Telecom Handel, die als Fachhändler, Partnershop-Betreiber oder Systemhaus-Inhaber tätig sind. Jeder Händler oder Partner kann nur ein Mal teilnehmen. Die Teilnahme an der Umfrage dauert rund 10 bis 15 Minuten.

- Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Die Teilnahme ist bis einschließlich 28. Oktober 2019 möglich.
- · Die Umfrage finden Sie im Internet unter www.telecom-handel.de/ leserwahl

Wer ist der beste Distributor des Jahres?

Sie haben die Wahl: Telecom Handel sucht den besten Distributor des Jahres. Geben Sie Ihre Stimme ab und gewinnen Sie einen der vielen tollen Preise!

Welcher Großhändler hat seinen Job in diesem Jahr am besten gemacht, und wer sollte sich künftig mehr anstrengen? Telecom Handel sucht wieder den "Besten Distributor des Jahres" und bittet alle TK-Fachhändler, Partnershop-Betreiber und Systemhaus-Inhaber in Deutschland um ihre Mithilfe.

Schreiben Sie uns, womit Sie bei den Distributoren und Großhändlern, mit denen Sie regelmäßig zusammenarbeiten, unzufrieden sind. Teilen Sie uns aber auch mit, wer besonderes Lob verdient - sei es ganz allgemein für eine gute Gesamt-Performance oder speziell in einzelnen Bereichen wie etwa der Lieferfähigkeit, der persönlichen Betreuung oder bei den Preisen und Provisionen.

Dabei gilt: Je ausführlicher und detaillierter Ihre Bewertung ausfällt, desto genauer und aussagekräftiger wird letztlich auch das Gesamtergebnis der Leserwahl.

Die Redaktion sichert Ihnen wie immer absolute Vertraulichkeit und Verschwiegenheit zu. Wir bitten Sie dennoch, uns Ihren Namen zu nennen, damit wir sicherstellen können, dass das Ergebnis der Umfrage seriös ist. Jeder Händler kann nur ein Mal teilnehmen.

Die Teilnahme an der Umfrage dauert nur etwa 10 bis 15 Minuten. Unter allen Händlern, die den Online-Fragebogen ausfüllen, verlosen wir tolle Sachpreise, darunter Top-Smartphones und -Accessoires. Direkt zur Umfrage geht es unter www.telecom-handel.de/leserwahl.



14. Oktober 2019 21/19 Telecom Handel

Mitmachen und gewinnen + + + Leserwahl 2019 + + + Mitmachen und gewinnen + + +

Das können Sie gewinnen!

Sony Xperia 1

Das Flaggschiff von Sony bietet eine Triple-Kamera mit 2-fach optischem Zoom für gestochen scharfe Fotos, die man sich dann auf dem 6,5-Zoll-OLED-Display in 4k-Auflösung ansehen kann. Sony sponsert ein Exemplar seines Xperia 1 im Wert von 950 Euro.



Deezer HiFi-Abo

Drei Teilnehmer der Leserwahl können sich ein Jahr lang mit Musik vom Feinsten beschallen lassen – mit dem Deezer HiFi-Abo im Wert von jeweils 100 Euro. Bei Deezer HiFi gibt es 56 Millionen Songs im verlustfreien FLAC-Format für Smartphone, Lautsprecher und Co.



Auerswald COMfortel

Von Auerswald ist ein ganzes Hardware-Paket zu gewinnen. Es umfasst einIP-DECT-Singlecell-System COMfortel WS-5005 und je ein Mobilteil M-520 und M-510. Die Komponenten des Auerswald-Systems haben einen Wert von 400 Euro.



nach oben und wird so zur

Frontcam.

Vonmählen
Wireless Concert One
Gleich zwei Modelle seines neu-

en Kopfhörers Wireless Concert One stellt der Lüneburger Hersteller Vonmählen für die Leserwahl zur Verfügung. Die Headphones überzeugen mit detailreichem Klang und hohem Tragekomfort, sie haben einen Wert von 230 Euro.





Noch nicht in Schwung

E-Scooter liegen im Trend. Auch TK-Fachhändler testen derzeit das Geschäftsfeld - doch noch sind die Absätze in dem neuen Produktsegment gering

D ie Straßen und Gehwege der deutschen Großstädte haben sie schon erobert - durchaus auch zum Leidwesen von so manchem Fußgänger. Nun wittert der Handel das große Geschäft mit der E-Mobilität. In immer mehr Elektrofachmärkten, aber selbst in Handy-Shops werden E-Scooter, Hoverboards & Co. mittlerwei-

le zu Kauf angeboten. Auch die Distributoren und Kooperationen haben sich gerüstet, um in dem neuen Markt dabei zu sein: Herweck, Komsa und Stahlgruber zählen hier schon zu den "alten Hasen", die bereits vor ein oder zwei Jahren ihr Sortiment entsprechend erweitert haben. Michael Telecom, Eno Telecom und Brodos befinden sich hingegen derzeit in der Aufbauphase.

Ganz unterschiedlich wird das Segment von den CE-Kooperationen angegan-

gen: Während Euronics und Expert stark investieren, hält sich ElectronicPartner zurück. "Wir haben bewusst keine E-Scooter oder Ähnliches im Sortiment. Die dafür benötigte Kompetenz bei Beratung und Reparatur ist

sehr speziell, komplex und unserer Meinung nach nicht im klassischen Elektrofachhandel angesiedelt", begründet ElectronicPartner-Vorstand Friedrich Sobol die Entscheidung. Michael Peters, Abteilungsleiter Entertainment Software/ Sport & Freizeit bei Expert, sieht das hingegen anders: "Wir betrachten E-Scooter als sinnvolle Ergänzung unseres Produktportfolios und möchten am Trend zur E-Mobilität natürlich partizipieren", so Peters. Die Verbundgruppe hat sogar eigens ein Ladenbaumodul konzipiert, um die neuen Produkte aufmerksamkeitsstark in Szene zu setzen.

Einig sind sich alle Distributoren, dass es sich bei der E-Mobilität um einen Nischenmarkt handelt, der stark im Trend liegt. Inwieweit der TK-Fachhandel davon profitieren kann, ist allerdings umstritten. Für Oliver Hemann, Prokurist bei Michael Telecom, sind E-Scooter nur sinnvoll im Bundle mit einem Mobilfunkvertrag. "Wir glauben nicht, dass der Endkunde den TK-Fachhandel als Bezugsquelle für E-Scooter ansehen wird", so Hemann. Eine Einschätzung, die offenbar auch Stahlgruber teilt. "Wir haben nur sehr wenige Verkäufe in den TK-Fachhandel", so Marketingmanagerin Katharina Suppes.



Mehr Potenzial sieht hingegen Brodos. Der Baiersdorfer Distributor ist nach ersten Vermarktungstests, deren Ergebnisse über den eigenen Erwartungen lagen, gerade bei der Listung der Produkte. "E-Scooter sind aus unserer Sicht ein Zusatzprodukt für den qualifizierten Fachhandel, das Kundschaft anlockt und damit die Frequenz am PoS erhöht", so Frank Lüttjohann, Vorstand Vertrieb Handel von Brodos. Auch könne man sich bei der Angebotsgestaltung differenzieren. Anja Kratzer, Head of Product, Sales und Marketing B2C bei Komsa, denkt noch einen Schritt weiter: "Sowohl im B2C- als auch im B2B-Geschäft, wenn man an Geschäftsmodelle wie Firmenleasing als Mitarbeiter-Bindungsprogramm oder Mietmodelle denkt, ergeben sich Vermarktungsmöglichkeiten für Handelspartner", so Kratzer. Außerdem sei E-Mobility in Zeiten überfüllter Innenstädte und eines gestiegenen Umweltbewusstseins ein Geschäftsfeld mit Potenzial.

Gut im Geschäft ist offenbar bereits Herweck. "Etwa jeder vierte Händler hat schon einen Scooter gekauft. Insgesamt waren es in diesem Jahr schon ein paar Tausend Geräte", berichtet Einkaufsleiter Dominik Walter, der noch hinzufügt: "Wichtig für den Handel ist, nur zugelassene Scooter zu verkaufen." Auch solle der Händler zusätzlich auch die Versicherung anbieten und selbstverständlich ein Modell ausstellen sowie kostenlose Probefahrten ermöglichen. Auch Frank Wessel, Leiter BU Mobile Zubehör & Wearables & Fun bei Eno Telecom, empfiehlt, auf die Straßenzulassung der E-Scooter zu achten, aber auch an den Verkauf von Helmen und Schlössern zu denken - Zubehör, das Eno für seine Handelspartner entsprechend bereithält. Und auch Mobilcom-Debitel setzt in seinen eigenen Shops auf E-Mobilität: "E-Scooter liegen im TK-Kompetenzbereich und passen ideal zu uns, da es sich um ein erklärungsbedürftiges und damit beratungsintensives Produkt handelt. Das macht es für den stationären Vertrieb interessant", so Firmensprecher Rüdiger Kubald.





Dominik Walter, Leiter Einkauf/Produktmanagement bei der Herweck AG



Anbieter	Sortiment/ Hersteller	Zielgruppe	Im Sortiment seit	Vertriebsunterstützung
Brodos	Denver	Fachhandel	Listing erfolgt derzeit	Netzbetreiberangebote, die Tarif und E-Scooter kombinieren ²⁾
Eno Telecom	Trekstor, Denver, EM2GO, Moovi	TK-Fachhandel, Prämienversender, Retail, Versandhandel	Oktober 2019	Zubehör wie Helme und Schlösser im Sortiment, Termine im Online-Campus
Expert	Segway, The Urban, Moovi, Trotty, Cityblitz und Trekstor	Fachmärkte und Online	Juli 2019	Zubehör wie Licht, eigenes Laden- baumodul, Marketingmaterial
Herweck	Xiaomi, Trekstor, Segway- Ninebot	Einzelhandel	2018	händlerfreundlicher Reparatur- und DOA-Prozess, Werbematerial
Komsa	Denver, Xiaomi, SoFlow ^{1]}	E-Tailer, Multichannel, Aetka-Partner	Januar 2017	kanalspezifische Marketingleistungen
Michael Telecom	unterschiedlich, da nicht generell im Portfolio, u.a. SoFlow und Segway	Retail, Lebensmittel- handel, E-Tail	2019	k.A.
Mobilcom-Debitel	Cityblitz (bislang auch: Xiaomi)	Mobilcom-Debitel- Shops	März 2019	Schulungen, Vorführgeräte in Vermarktungs-Shops
Stahlgruber	SoFlow, Fontastic (Scooter), Denver (Boards)	Fachhandel	Anfang 2017	Testgeräte

1) angeboten werden neben E-Scootern auch Hoverboards, E-Bikes und E-Skateboards

²⁾ darüber hinaus: Social-Media-Vorlagen, Digital-Signage-Werbung, klassische Werbematerialien

Online-Shop für Prime-Händler

Händler, die das Prime-Paket von Moon Fachhandel (Motion TM) gebucht haben, können ab sofort einen kompletten Mobilfunk-Shop im Web mit eigenem Firmenlogo nutzen

Bereits vor einem Jahr hatte Moon Fachhandel (Motion TM) die Einführung eines Online-Mobilfunk-Shops für seine Fachhandelspartner angekündigt, nun ist es so weit: Ab sofort erhält jeder Handelspartner, der das Prime-Paket gebucht hat, einen komplett ausgestatteten Webshop inklusive des eigenen Firmenlogos. Die Pflege des Shops übernimmt dabei Moon Fachhandel. "Der Kunde bestellt, wir liefern aus", fasst David Lange, Leiter strategische Geschäftsentwicklung bei Motion TM, zusammen. "Für unsere Händler bedeutet das: kein Lagerrisiko, keine Geldbindung und viele weitere Vorteile", so Lange.

Die Marge richtet sich nach der Art des Verkaufs: So gibt es etwa für Mobilfunk-Bundles standardmäßig 30 Euro. Sonderaktionen (wie SIM-only) werden mit 10 Euro vergütet, und für Hardware-only-Verkäufe sind es überschaubare 5 Euro. Besser sieht es bei nicht näher definierten "Mobilfunk-Sonderaktionen" aus, die nach

Angaben von Distributors bis zu 500 Euro in die Kasse des Händlers spülen können.

Mehr Marge gibt es für Hardware-only-Verkäufe auch weiterhin mit der Smartphoneonly-Lösung, die Moon Fachhandel bereits im Sommer letzten Jahres eingeführt hat und die auf den Ratenkauf setzt. Auch hier hat der Händler mit der Abwicklung nichts zu tun, erhält aber dennoch eine Vermittlungsprovision. Bislang gab es zwei Preisstufen für den Endkunden, zukünftig sollen es drei sein. So kann der Händler die Rate unverändert lassen, aber auch um 2,50 Euro oder 5 Euro im Monat erhöhen. Im ersten Fall gibt es zukünftig 25 Euro Provision (bisher: 20 Euro), bei 2,50 Euro mehr sind es 70 Euro Provision (bisher: 80 Euro), und bei 5 Euro mehr sind es 115 Euro (neu). Da die Ablehnungsquote auf der Smartphoneonly-Plattform in der Vergangenheit vergleichsweise hoch war, wird Moon Fachhandel zukünftig mit mehreren Banken zusammenarbeiten. "Unser Ziel ist es dabei, die

Quote deutlich zu minimieren", betont Lange.

Eigeninitiative bei Social Media nötig

Veränderungen gibt es für die Prime-Händler auch, was das Thema Social Media angeht. Hier müssen die Partner stärker selbst aktiv werden. So wird Moon Fachhandel zwar weiterhin Aktionen auf den Facebook-Accounts der Händler ausspielen, aber deutlich weniger als bisher.

"Der Socal-Media-Account lebt letztlich von der Individualität und dem persönlichen Einsatz seines Betreibers", so Lange.

Die Gebühr für das Prime-Paket liegt zukünftig bei 69 Euro im Monat − bislang wurden 99 Euro in Rechnung gestellt. ■

Roland Bernhard



Der neue Händler-Shop von Moon Fachhandel (Motion TM): Verkäufe werden komplett über den Distributor abgewickelt

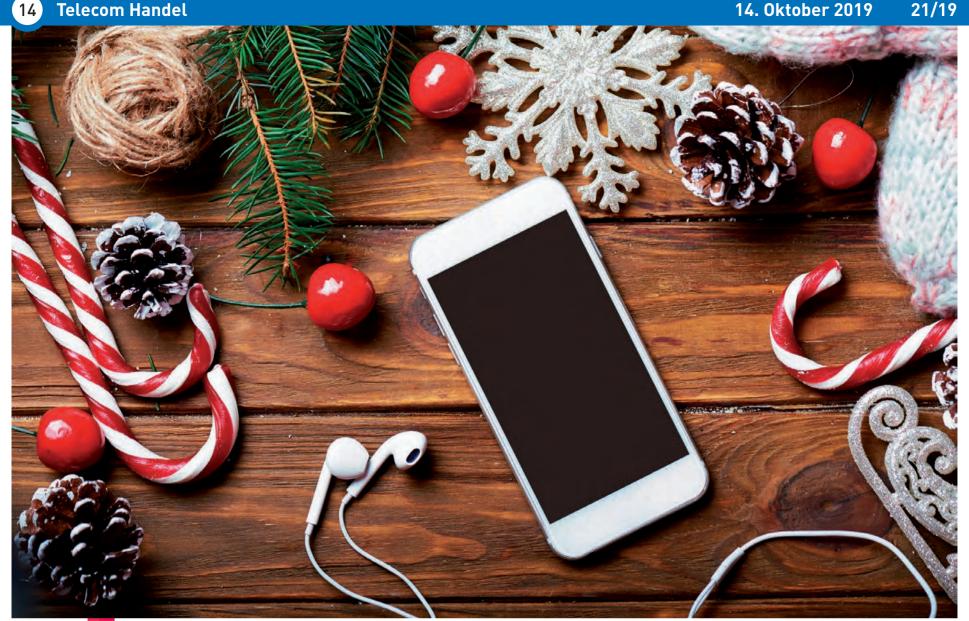
-uerswald

IP-DECT erobert die Business Class

COMfortel® M-510/M-520/M-530/ WS-500S/WS-500M



- IP-DECT-Single/-Multizellensystem für bis zu 250 Teilnehmer
 - Flexible Skalierbarkeit
 - Professionelle Zero-Touch-Provisionierung
 - Robuste Industriequalität der Mobilteile





Weihnachten ist immer

Das klassische Weihnachtsgeschäft gibt es kaum mehr, in Zeiten von Black Friday und der Konkurrenz durch Einkaufszentren tut sich der Handel mitunter schwer

The Landack de

"Advent ist die Zeit für Hardware ohne Vertrag"

Harald Schuster, Der Landfunk aut einer Umfrage von Ernst & Young von 2018 erledigen 41 Prozent der Deutschen ihre Weihnachtskäufe vor Dezember, 37 Prozent shoppen in den ersten beiden Dezemberwochen, der Rest wartet bis kurz vor Heiligabend. Dieser Umfrage zufolge gibt es das klassische Weihnachtsgeschäft also durchaus, doch spiegelt

sich das auch in den Absatzzahlen des TK-Handels wider? Die Erfahrungen der Leservon **Telecom Handel** sind sehr unterschiedlich: "Echtes Weihnachtsgeschäft gibt es bei uns nicht. Absätze steigen weder, noch inken sie", sagt etwa Dennis Nickel. Ge-

sinken sie", sagt etwa Dennis Nickel, Geschäftsführer von Optimal Store in Dillingen. Das Weihnachtsgeschäft in der TK-Branche ist seiner Einschätzung nach bereits "über zehn Jahre her". Auch beim "Landfunker" Harald Schuster hat die Weihnachtszeit "kaum" eine Bedeutung. "Advent ist die Zeit für Hardware ohne Vertrag", sagt er. Mangels Rendite forciere er das Geschäft auch nicht. Aufgrund der vielen einzeln verkauften Smartphones kann er aber im Januar einen "guten Ertrag" durch SIM-only verzeichnen.

Eine Erklärung, weshalb dennoch im Dezember mehr Verträge geschaltet werden, liefert Thomas Fimpel von Telepoint aus Ludwigsburg. "Aus der Historie haben sehr viele Kunden Mobilfunkverträge im Dezember abgeschlossen, daher kommen noch der höhere Umsatz und die Freischaltzahlen." Auch er sieht das Weihnachtsgeschäft eher in den Januar rutschen, der "heute schon so stark ist wie der Dezember". Seiner Meinung nach liegt das auch daran, dass unter dem Weihnachtsbaum kaum mehr beratungsintensive Geräte liegen, sondern die Kunden eher Gutscheine schenken.

Keine echten Kracher

Doch welche Produkte laufen in der Vorweihnachtszeit gut? Rainer Haase von Photo Porst in Frankenthal versucht, "lagertreue Ware mal abzuverkaufen", einen echten Trend sieht er allerdings nicht. Wolfgang Hofer von Sale-Mobile.de aus Nürnberg verkauft vor allem "klassische Backcover und Flipcases" und erwartet sich besonders in diesem Jahr eine hohe Nachfrage bei Ear Buds. Seiner Erfahrung nach wird "gezielter gekauft, also der Kunde weiß genau, was er will, und kauft nach Preis". Laut Christian Golla von eb24 aus Dortmund gibt es zwischen Mitte November und Mitte Dezember höhere Spontan-

käufe sowie mehr Handy-Verkäufe. "Es geht querbeet durch das ganze Zubehör, man kann jetzt nicht feststellen, dass Produkte besser laufen, die vorher gar nicht liefen", sagt er. Bei Eno Telecom geht Katrin Bulla, Leitung Marketing, Vertrieb



"Black Friday ist das neue Weihnachten"

Katja Förster, Vorstand Aetka



Handel und Netzvermarktung, davon aus, "dass in diesem Jahr im Weihnachtsgeschäft Wearables, E-Scooter sowie True-Wireless-Kopfhörer Themen werden." Aetka-Vorstand Katja Förster erwartet eine hohe Nachfrage unter anderem bei Audio-Produkten wie Wireless-Kopfhörern sowie "allem rund ums induktive

"Aus der Historie

haben sehr viele

Kunden ihre Mobil-

funkverträge im

Dezember abge-

schlossen"

Thomas Fimpel,

Telepoint

Laden, Powerbanks und Necklacys", also Handy-Taschen mit langer Kordel zum Umhängen. Auch sie sieht einen Trend hin zu E-Scootern (siehe auch Seite 12). Nach wie vor verschenken viele Kunden Gutscheine, hier verweist Förster auf die Kooperation mit dem Anbieter "Wunschgutschein". Händler können darüber Gutscheine verkaufen, die bei rund 500 Partnern eingelöst werden können – auch bei Onlinern wie Amazon. "Hier muss der Partner erkennen und akzeptieren, dass er an einem Bedarf mitverdienen

kann – bis zu 5,5 Prozent Marge pro verkauftem Wunschgutschein –, den Kunden sonst in einer anderen Verkaufsstelle tätigen würden."

Beim Stichwort Amazon denken viele Händler mit Schrecken an den sogenannten Black Friday im November, der viel Geld in die Kassen der Online-Händler spült und mit dafür verantwortlich ist, dass das klassische Weihnachtsgeschäft für den stationären Handel nicht mehr in der Form existiert wie früher. "Black Friday ist das neue Weihnachten", sagt Katja Förster. Dennoch gebe es für den TK-Fachhandel durchaus Möglichkeiten, auf der Welle "mitzusurfen", beispielsweise über eigene Aktionen oder die Option, mit Services und nachgelagerten Zusatzkäufen vom Hype zu profitieren. Zumindest könne der Handel aber "die durch den Werbehype erzeugte

Aufmerksamkeit für entsprechende Produkte bei den Zielgruppen bedienen, die sich online Appetit holen, aber gern vor Ort kaufen".

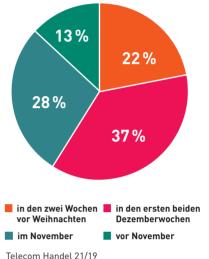
"Alles was wir haben!"

Doch nicht nur Online macht dem Handel zu schaffen, weiß Bernd Ehrenberg, Geschäftsführer von MTC Handy aus Hof: "Kunden gehen in der Vorweihnachtszeit mehr in die Galerien, da kann man mit einem Besuch vieles erledigen." Katrin Bulla sieht dennoch keinen Nachteil für den TK-Fachhandel: "Es liegt am Fachhändler, Kaufimpulse und für den Kunden die perfekte Einkaufsatmosphäre zu schaffen. Dazu kann er sich unter anderem an die Events wie verkaufsoffene Sonntage oder gemeinsame Werbeaktionen in seinem Umfeld anpassen." Händler Ehrenberg gibt eine gute Zusammenfassung zum Kampf um die Kunden in der Vorweihnachtszeit: "Wir verkaufen nur mehr, weil das Volk auch mehr ausgibt, wir um die Jahresendziele zu erreichen auf Marge verzichten und alles geben, was wir haben", sagt er mit einem Augenzwinkern.



Wann werden Sie voraussichtlich den größten Teil der Weihnachtseinkäufe tätigen?

Insgesamt 41 Prozent haben ihre Weihnachtsgeschenke bereits vor der Adventszeit besorgt.



Telecom Handel 21/19 Quelle: Ernst & Young; Basis: Umfrage zum Zeitpunkt der Weihnachtseinkäufe in Deutschland 2018



Die neue Freiheit der Businesskommunikation.



Alles aus vielen Händen

Die große Abhängigkeit von Zulieferern und globalen Lieferketten gefährdet die Smartphone-Branche immer stärker, insbesondere bei Handelsstreitigkeiten

esigned by Apple in California. Assembled in China": Diesen kleinen Schriftzug auf der Rückseite der iPhones übersahen bisher die meisten Kunden, wenn sie glaubten, ein rein US-amerikanisches Produkt erworben zu haben. Bei den neuen 11er-Modellen fehlt nun dieser Hinweis, vielleicht auch weil Produkte aus China gerade in den USA im Fadenkreuz der Politik stehen.

Doch noch immer werden Apples Smartphones in China gefertigt, und das dürfte sich so schnell auch nicht ändern. Auch die Komponenten kommen bis auf die Software in großer Mehrzahl nicht aus den USA: So stammen iPhone-Displays von Samsung und LG, Modem-Chips von Intel und Qualcomm, Speichermodule von Toshiba und große Teile der Kameras von Sony. Zusammengebaut wird das iPhone dann vor allem bei Foxconn in einer Mega-Fabrik in Shenzhen. Der Konzern aus Taiwan ist der größte OEM (Original Equipment Manufacturer) von Elektronikprodukten und beschäftigt fast 800.000 Menschen. Mit dem Kauf von Sharp ist Foxconn zudem vor drei Jahren selbst ins Smartphone-Geschäft eingestiegen, wohl auch um strategisch die Abhängigkeit von großen Kunden wie Apple oder Huawei zu reduzieren.

Auf dem OEM-Markt tummeln sich noch einige andere Anbieter wie Compal, Flex/Flextronics, Pegatron oder Quanta, die viele andere Smartphone-Hersteller ohne eigene Produktion beliefern. Manche kleineren Anbieter kaufen sogar die fertig entwickelten Designs ein und versehen die Produkte nur noch mit ihrem Markennamen, dieses Verfahren wird auch als ODM (Original Design Manufacturer) bezeichnet. Auf Trading-Plattformen wie Global Sources lassen sich bei chinesischen Produzenten etwa Feature Phones bei einer Menge ab 5.000 Geräten schon ab 5 US-Dollar kaufen, Smartphones ab etwa 25 US-Dollar.

Es gibt aber auch komplett andere Strategien, so betreibt der Marktführer Samsung in Südkorea, Indien und Vietnam eigene Produktionsstätten und hat zudem die Herstellung von Prozessoren, Speicherbausteinen und Displays im eigenen Konzern, so dass eine größere Unabhängigkeit von Zulieferern besteht. Auch können so technische Innovationen eher als bei den Konkurrenten genutzt werden und bleiben ein Alleinstellungsmerkmal.

Für die Konkurrenz

Wie verwoben die Lieferbeziehungen in der heutigen Smartphone-Welt sind, zeigt sich daran, dass etwa Samsung Displays ausgerechnet an den Rivalen Apple liefert oder Sony viele Kontrahenten mit Kameramodulen ausstattet. Auch LG verkauft Displays und Akkus an andere Hersteller. Hier arbeiten die Abteilungen in den Konzernen unabhängig voneinander und durchaus profitorientiert. Bei Sony ist das Geschäft mit Kameramodulen für andere Hersteller inzwischen lukrativer als das eigene Smartphone-Business.

Der massive Zukauf von Komponenten birgt aber Risiken, denn Produkte, die die gleichen Bauteile haben, werden schnell austauschbar. Zum Beispiel haben aktuell Modelle von Asus, Honor, Motorola, One-Plus und Xiaomi den gleichen hochwertigen IMX586-Bildsensor von Sony. Die Leistungen der Kameras unterscheiden sich dadurch nur noch im Feintuning des jeweiligen Herstellers. Bei den Prozessoren sind die Übereinstimmungen noch auffälliger, denn bis auf Apple, Huawei und Samsung nutzen in der Oberklasse praktisch alle Hersteller die Qualcomm-Flaggschiffe der Snapdragon-8er-Serie.

Probleme bereiten aber nicht nur die mangelnden Differenzierungsmöglichkeiten, sondern auch die Abhängigkeiten, die schnell entstehen. Um diese zu reduzieren, hat Apple im Sommer die Modem-Sparte von Intel übernommen. Das geschah wohl, um in diesem Bereich ohne Qualcomm-Produkte auszukommen beide US-Unternehmen hatten bis in dieses Jahr hinein immer wieder teure Patentstreitigkeiten ausgefochten. Gerade im Hinblick auf den Zwang, auf dem Heimatmarkt nächstes Jahr ein iPhone mit 5G präsentieren zu müssen, ist dieser Schritt zu eigenen Funkmodems wichtig.

Die aktuellen politischen Vorgänge um Huawei zeigen, wie verheerend in dieser vernetzten Branche einzelne Brüche der Lieferkette wirken können. So haben die US-Embargos für einheimische Zulieferprodukte erst gegen ZTE und dann Huawei die beiden Hersteller aus China schwer geschädigt. Eine mögliche Revanche aus dem Reich der Mitte könnte unter anderem Apple treffen, etwa wenn die dortigen Foxconn-Werke ein Exportverbot oder auch nur hohe Strafzölle erhielten. Einige Elektronikhersteller haben bereits auf diese Gefahr reagiert und ihre chinesischen Produktionsanlagen geschlossen und in ূর্ত andere Länder wie Vietnam, Indonesien oder Indien verlagert.



Telecom Handel

Fast jede Komponente eines Smartphones wird zugeliefert





PAUSENLOSE TELEFONATE FÜR IHRE KUNDEN



- + Unbegrenzte Minuten in 47 Länder
- **Deutschland Flat**
- **Treuebonus: Ab dem** zweiten Monat nur 19,99 €/28 Tage

Ortel. Wir sprechen Deine Sprache.





Aufladbar mit: O, e-plus







Wir freuen uns auf Ihre Anfragen: partner@ortelmobile.de



























Reichweite fürs WLAN

Es gibt unterschiedliche Methoden, ein schlechtes WLAN zu verbessern, doch nicht alle Lösungen eignen sich gleichermaßen für alle Kunden

iner aktuellen Studie von Statista zufolge wird es bereits im kommenden Jahr mehr als 30 Milliarden vernetzte Geräte im Internet der Dinge geben - bis 2025 sollen es gar 75 Milliarden sein. Doch schon heute haben die Verbraucher immer häufiger damit zu kämpfen, ihre bestehenden Geräte reibungslos mit dem Internet zu verbinden. Denn wo früher nur der PC und das Smartphone auf eine Online-Verbindung angewiesen waren, sind es heute zusätzlich Set-Top-Boxen, smarte Lautsprecher, Spielekonsolen, LEDs und so weiter, die im Smart Home vernetzt sein wollen. Und all diese Geräte hängen an einem Tropf – dem Router. Um den Internet-Zugang in alle Winkel des Zuhauses zu verteilen, gibt es immer leistungsfähigere Lösungen, angefangen vom klassischen Repeater über Mesh bis hin zu Powerline. Diese Systeme unterscheiden sich nicht nur hinsichtlich ihrer Leistungsfähigkeit, sondern auch bei den Kosten und eignen sich somit nicht alle gleichermaßen für jeden Kunden.

Range Extender, Powerline oder Mesh-Lösung

Die den meisten Kunden geläufigste Methode zur besseren Verteilung des WLAN-Signals dürften Repeater oder Range Extender sein. Die Installation ist dank WPS denkbar einfach, der Repeater empfängt die Signale des Routers und spannt sein eigenes WLAN auf - die SSID und der Netzwerkschlüssel bleiben bei aktuellen Geräten dabei unverändert. Vielfach finden sich – vor allem im Internet – noch alte Geräte, die lediglich einen Datenstrom gleichzeitig senden/empfangen können, als Händler sollte man aber den Kunden nur Geräte verkaufen, die wenigstens 2x2-MIMO-fähig sind, da sonst die Datenraten zu schlecht sind. Gerade einfache Repeater können nur entweder empfangen oder senden - dementsprechend schwach fällt die Übertragungsgeschwindigkeit

aus. Hier sollte man im Beratungsgespräch aber in jedem Fall prüfen, ob auch der heimische Router des Kunden Multi-MIMO-fähig ist. Vor allem wenn der Router zusammen mit dem Festnetzvertrag bezogen wurde, ist er unter Umständen schon seit vielen Jahren im Einsatz und entsprechend veraltet. Im Zweifel ergibt sich hier die Chance, einen neuen Router an den Mann zu bringen. Günstige 3x3-MIMO-Repeater gibt es bereits ab rund 60 Euro Endkundenpreis.

Im Gegensatz zu Range Extendern verfügen moderne Triband-Mesh-Lösungen über ein separates Dualband-WLAN, über das sie untereinander kommunizieren. So kann die Datenrate über alle Geräte des Mesh-Systems hinweg gleich stark gehalten werden. Als Backbone wird meist das obere 5-GHz-Band genutzt, so dass das untere Band in diesem Frequenzbereich und das 2,4-GHz-Band frei bleiben für die Datenübertragung zu und von den angeschlossenen Endgeräten. Die Preise liegen um einiges höher als bei Repeatern; während Dualband-Mesh-Systeme bereits für 200 Euro zu haben sind, fallen für Triband-Lösungen teils deutlich höhere Summen an. Das ab November verfügbare Orbi WiFi 6 von Netgear kostet beispielsweise 799 Euro als Set mit Router und Satellit.

Als dritte Lösung sind beim Thema Reichweitenvergrößerung Powerline-Sys-







14. Oktober 2019 21/19 Telecom Handel 19



Devolo ist nach wie vor der Platzhirsch bei Powerline-Lösungen, die Aachener bieten hier ein umfangreiches Portfolio in allen Preis- und Leistungsklassen an

teme zu nennen. Hierbei wird das vorhandene Stromnetz genutzt, um Daten von A nach B zu transportieren. Der Vorteil gegenüber Repeatern und Mesh-Systemen liegt auf der Hand: Die Strecke zwischen dem Router und dem Powerline-Adapter kann sehr groß sein, beispielsweise vom Keller bis ins Dachgeschoss, da jede freie Steckdose im Haus genutzt werden kann. Probleme kann es allerdings bei Altbauten geben, denn hier ist die Stromverkabelung mitunter schon ein halbes Jahrhundert alt und die möglichen Datenraten dadurch deutlich geringer als in einem Neubau. Aber auch bei neuen Gebäuden können Schwierigkeiten auftreten, da einige Stromverbraucher wie etwa Staubsauger die Übertragung stören können.

Datenraten liegen weit unter den Angaben

Doch wie schnell fließen die Daten in der Realität? In der Werbung und auf den Verpackungen der Produkte finden sich Datenraten, die scheinbar für jedes noch so anspruchsvolle Szenario ausreichen. Tatsächlich schaffen selbst die aktuellen Topmodelle der Powerline-Hersteller nur zwischen 500 und 700 Megabit pro Sekunde, obwohl auf der Packung groß die Zahl 2.400 prangt. Wer sich für ein günstigeres Modell mit angegebenen 600 MBit/s entscheidet, muss entsprechend mit noch geringeren Datentransferraten rechnen. Hinzu kommt, dass die Geschwindigkeit mit der Entfernung abnimmt. Bei dem

oben genannten Beispiel wird der Nutzer im Dachgeschoss also nur einen Bruchteil dessen erreichen, was der Router im Keller ausgibt. Dabei spielt nicht nur die anliegende Internet-Geschwindigkeit eine Rolle, gerade wer Daten auf einem lokalen Server speichert und im Haus verteilen will, ist auf hohe Datenraten im Heimnetz angewiesen.

Beim Verkauf von Lösungen zur Verbesserung der WLAN-Reichweite kommt es also nicht nur darauf an, die richtige Hardware für den Einsatzzweck des Kunden im Beratungsgespräch herauszufinden. Der Händler muss sich ein möglichst genaues Bild von der Situation im Zuhause des künftigen Nutzers machen und ihn auf mögliche Fehler bei der Installation und Nutzung hinweisen. Verkauft man dem Kunden beispielsweise ein teures Powerline-System, das theoretisch alle Anforderungen erfüllt, der Käufer installiert es jedoch falsch, so ist der Ärger vorprogrammiert. Dasselbe gilt für die Nutzung der Powerline-Adapter in Steckdosenleisten. Davon ist den Kunden in der Regel abzuraten, da die hier integrierten Störfilter die Datenübertragung übers Stromnetz empfindlich stören.





Mesh-Systeme wie hier von Netgear sind deutlich teurer als Repeater, können aber auch mit höheren Datenraten und besserer Abdeckung punkten



RugGear stellt höchst robuste Mobiltelefone für den Outdoor-Einsatz für private und berufliche Anwender zur Verfügung. Die Produkte werden speziell von deutschen Ingenieuren entwickelt und sind nach IP-Standard wasser- und staubdicht und nach MIL-STD-810G aufprallgeschützt, stoßfest und temperaturresistent.











14. Oktober 2019

In die Länge gezogen

Sony setzt beim Xperia 5 auf das breite 21:9-Bildschirmformat. Der Test zeigt, ob das reicht, um sich von der Konkurrenz abzuheben

Sony Xperia 5		
Internet	www.sony.de	
Netze	D, E, 850, 1900	
Preis (ohne Karte)	799 Euro	
Standby-Zeit *	k.A.	
Sprechzeit *	k.A.	
Akkukapazität	3.140 mAh	
Akku fest eingebaut	•	
Drahtloses Laden	0	
SIM-Karte	2 x Nano-SIM	
Maße in mm (L x B x H)	158 x 68 x 8	
Gewicht in Gramm	164	
Geschütztes Gehäuse	IP65/68	
Betriebssystem	Android 9	
Bluetooth	5.0	
HSDPA	•	
HSUPA	•	
LTE	•	
WLAN	a/ac/b/g/n	
Prozessor	Snapdragon 855	
Arbeitsspeicher	6 GB	
Datenspeicher	128 GB	
Speichererweiterung	MicroSD, max. 512 GB	
NFC	•	
Display-Typ	OLED	
Display: Diagonale in cm	15,5	
Display: Auflösung	2.520 x 1.080	
Hauptkamera: Megapixel	12 + 12 + 12	
Hauptkamera: Videoauflösung	4K	
Frontkamera: Megapixel	8	
Frontkamera: Videoauflösung	1.080p	
Fingerabdrucksensor	•	

*Herstellerangabe lacktriangle vorhanden; \bigcirc nicht vorhanden

lasse statt Masse – das sollte das neue Motto bei den Smartphones von Sony sein, nachdem der Konzern seine verlustbringende Mobile-Sparte in dem Gesamtkonzern hatte aufgehen lassen. Mit neuen Modellbezeichnungen und einer gestrafften Palette sollte das nach außen dokumentiert werden. Neben dem Flaggschiff Xperia 1 und den beiden Mittelklassemodellen der 10er-Serie soll nun das 5 die Lücke in der Oberklasse schließen. Mit 799 Euro ist es preislich entsprechend angesiedelt. Wir haben getestet, ob mit dem Smartphone tatsächlich ein neuer Wind bei den Japanern weht.

Dass sich Sony wieder stärker von der Konkurrenz unterscheiden muss, ist klar. Ein Mittel dazu ist das breite 21:9-Display-Format, das sich besonders für Videos eignet, sonst aber nicht viel bringt. Damit wird das Gehäuse sehr lang und recht schmal, was das Gerät mit einer Hand gut bedienbar macht. Das Gewicht ist mit 164 Gramm im Vergleich zu vielen Konkurrenten angenehm niedrig.

Das vor Staub und Wasser geschützte Gehäuse mit der Rückseite aus gehärtetem Glas und einem Rahmen aus Metall gibt es in Schwarz, Grau, Rot und Blau. Das schlichte Design wirkt hochwertig, hier lag schon immer eine der Stärken des Herstellers. Die Dreifachkamera sitzt nun in einer senkrechten Einheit in der linken oberen Ecke. Der schnell an-

XPERIA 5

SONY

sprechende Fingerabdrucksensor befindet sich wie bei früheren Sony-Modellen an der rechten Seite, ist allerdings nicht mehr mit dem Einschaltknopf kombiniert. Einen Klinkenstecker für das Headset gibt es nicht mehr, Sony legt aber zumindest einen USB-C-Adapter bei. Zudem ist der Sound über den Stereolautsprecher überdurchschnittlich gut.

Abgespecktes Display

Mit einer Diagonale von 6,1 Zoll steht etwas weniger Fläche auf dem Bildschirm zur Verfügung und mit 2.520 x 1.080 Bildpunkten statt 4K auch weniger Auflösung als beim großen Bruder Xperia 1, doch die Qualität des OLED-Displays ist beim Betrachten ähnlich hoch. Auch die Alwayson-Funktion ist praktisch. Das schmale und hohe Format bedingt manchmal allerdings, wie etwa bei der Einblendung der Tastatur, wenig Platz für die Funktionsfelder. Die 8-Megapixel-Frontcam ist noch traditionell in einer schmalen Leiste untergebracht, auch unterhalb des Displays gibt es noch einen Rand.

Bei der Hardware verwendet Sony wie beim Xperia 1 den Snapdragon 855 als Prozessor, der in Kombination mit 6 GB Arbeitsspeicher sehr gute Leistungen abliefert. Im Antutu-Benchmark liegt das Xperia 5 mit etwa 360.000 Punkten im oberen Bereich. Für Daten stehen an Spei-



cher 128 GB bereit, die über einen Hybrid-Slot, der alternativ eine zweite SIM-Karte aufnimmt, erweitert werden können.

Als Betriebssystem ist noch Android 9 im Einsatz, ein Update soll aber

schnell verfügbar sein. Leider befindet sich neben durchaus interessanten Apps wie Sonys Videobearbeitung auch wieder viel Überflüssiges auf dem Gerät. Bei der Bedienung bietet Sony mit "Side Sense" noch eine Besonderheit: Über einen Sensorbereich am Rahmen des Smartphones können durch diverse Streich- und Druckgesten Funktionen wie das Aufrufen von Menüs definiert werden.

Leider verzichtet Sony wieder auf drahtloses Aufladen. Zumindest liegt ein 18-Watt-Schnelllader bei, mit dem sich das Smartphone in etwas mehr als 30 Minuten zur Hälfte füllen lässt. Der Akku ist mit 3.140 mAh nicht allzu üppig bemessen, kommt aber gut über zwei Tage.

Mit seiner Dreifachkamera ist das Xperia 5 klassenüblich ausgestattet, alle drei Linsen bieten jeweils zwölf Megapixel Auflösung. Neben der Hauptkamera kommen noch ein Objektiv für den zweifachen optischen Zoom und eines für den Weitwinkel zum Einsatz. Ein nettes und inzwischen schon etwas nostalgisches Feature ist die Auslösetaste auf der rechten Seite des Gehäuses. Die Bilder sind bei Tageslicht scharf und farbecht, erreichen aber vor allem bei schlechten Lichtverhältnissen, trotz der recht großen Blendenöffnung der Hauptkamera von f/1.6, bei der Aufhellung nicht das Niveau der Konkurrenz in dieser Preisklasse.

Boris Boden

Testergebnis Sony Xperia 5 Punkte (max. 20) 16 Ausstattung (max. 15) 13 Bedienung (max. 15) 12 Display Akku (max. 15) 10 Preis-Leistungs-Verhältnis (max. 15) 12 (max. 10) 6 Kameras Design und äußerer Eindruck (max. 10) 8 (max. 100) Gut Note

Fazit: Das Xperia 5 bietet gute Leistungen und ein schickes Design, hat aber vor allem bei der Hauptkamera auch Schwächen. Das Breitformat dürfte nur für jene ein Kaufkriterium sein, die sehr viele Videos und Filme auf dem Smartphone anschauen.





Akkufachdeckel und Akkus



"Mit ASWO als Partner profitieren Sie von einer Lösung für all Ihre Ersatzteilprobleme."

Marius Grosser -Kundengruppenmanager

Ersatzteile und Zubehör - alles aus einer Hand

ASWO - der richtige Partner an Ihrer Seite

Sie brauchen es schnell? Sie lieben es einfach? Sie mögen es praktisch? Dann ist ASWO Ihr zuverlässiger B2B Partner für Smartphone-, Mobilfunk- und IT-Ersatzteile.

Das Ersatzteilprogramm von ASWO schließt alle namhaften Hersteller im Mobilfunksektor mit ein. Ersatzteile für nahezu alle Modelle der letzten Jahre erhalten Sie mit sofortiger Verfügbarkeit. Als offizieller Distributor von Samsung, Huawei, Sony, LG und Acer bekommen Sie bei ASWO 100% Original-Ersatzteile.

Im ASWO Shop finden Sie über 100.000 Ersatz- und Zubehörteile für mehr als 7.000 Gerätetypen. Das europaweit größte Ersatzteil-Sortiment bietet eine breite Mischung an gerätespezifischen Ersatzteilen. Bei ASWO finden Sie herstellerübergreifend Ersatzteile sowohl für aktuelle als auch für ältere Mobiltelefone. So brauchen Sie keinen Kunden mehr wegschicken und eventuell für immer verlieren.

Gerade auch den nach Jahren noch benötigten Akku für ältere Geräte hat ASWO noch oft als Alternativ-Artikel verfügbar, auch wenn der Original-Hersteller keine Ersatzteile mehr anbietet.

Diese vielfältigen Leistungen kann ASWO durch langjährige Erfahrung anbieten. Seit über 40 Jahren beliefert ASWO ausschließlich Fachhändler in ganz Europa und kann mit Erfahrung, hoher Verfügbarkeit, Schnelligkeit und einer breiten Artikelvielfalt überzeugen.

Service noch einfacher und schneller

Das Smartphone ist heutzutage wohl der wichtigste Alltagsbegleiter aber auch gleichzeitig der empfindlichste und da kann es schnell mal passieren, dass es nicht mehr so funktionsfähig ist wie am Anfang. Außerdem möchte kein Kunde das eigene Smartphone lange abgeben und zur Reparatur einschicken. Für eine sofortige Lösung bietet ASWO auch Ersatzteile, die der Endkunde selbst austauschen kann, wie Akkus, Simkartenschlitten etc. Damit in solchen Fällen Ihr Kunde nicht auf das eigene Smartphone verzichten

muss, können Sie ganz einfach unseren Direktversand nutzen. Mit Hilfe dieser Funktion können Sie die benötigte Ware, in Ihrem Namen, zu Ihrem Kunden bequem nach Hause liefern lassen. Ihr Kunde muss kein zweites Mal zu Ihnen kommen und Sie bleiben als Problemlöser in positiver Erinnerung.

Persönliche Beratung

Eine individuelle und persönliche Kundenbetreuung hat für ASWO eine hohe Priorität. Sie sind direkt mit einem persönlichen Ansprechpartner verbunden – ob per Telefon oder per Mail.

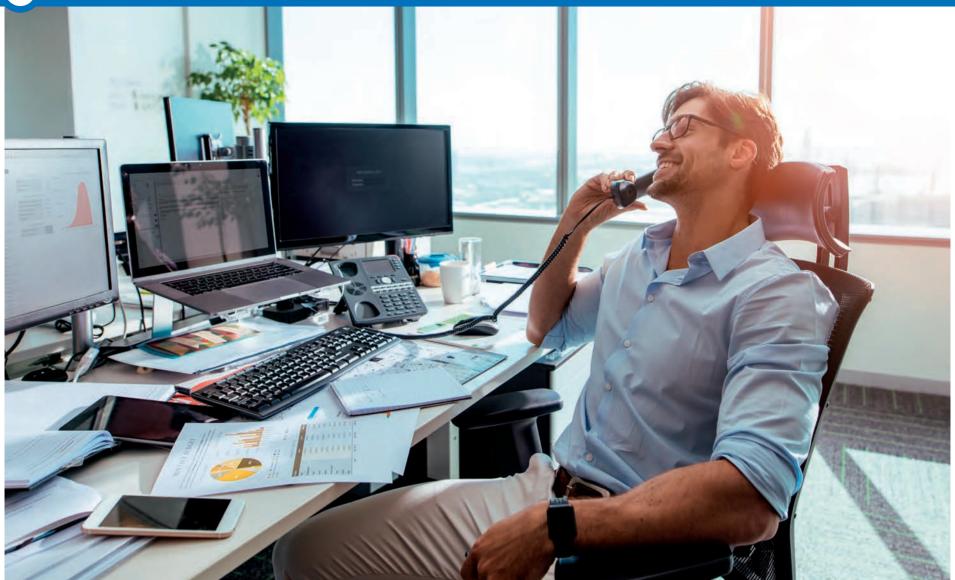
Ihre Vorteile auf einem Blick

- Bis 19 Uhr bestellt taggleich versandt
- Versandkostenfreie Lieferung ab 75 €
- Zeitersparnis bei der Ersatzteilbeschaffung
- · Persönliche Beratung
- Faires Kulanzverhalter

Mehr Informationen über ASWO finden Sie auf **www.aswo.de**

Alle Smartphone Ersatzteile unter: shopde.aswo.com





Skalieren in der Cloud

Manche Hersteller haben speziell für Kunden aus dem SOHO-Bereich eigene Angebote entwickelt, andere skalieren ihre Lösungen auch für Kleinstunternehmen herab



"Die Pascom Cloud gibt es in der Free Edition für zwei Concurrent-User-Lizenzen kostenlos"

Mathias Pasquay, CEO von Pascom

s gibt in Deutschland laut dem Statistischen Bundesamt rund zwei Millionen Kleinstunternehmen mit bis zu neun Mitarbeitern sowie knapp 2,5 Millionen kleine und mittlere Unternehmen, die bis zu 249 Angestellte beschäftigen. Für das Gros der Systemhäuser ist der KMU-Bereich die Zielgruppe erster Wahl, weniger häufig akquirieren sie hingegen Kunden aus dem SOHO-Bereich (Small Office Home Office). Die Begründung der Reseller: Die Projekte sind meist zu kleinteilig, sie konzentrieren sich lieber auf die Installation von TK- und UC-Systemen bei größeren Kunden. Dies ist mit ein Grund, warum so mancher Hersteller diese Unternehmen direkt akquiriert - obwohl er eigentlich seine Lösungen sonst nur über Partner vermarktet.

Ein Beispiel dafür ist der Karlsruher UC-Spezialist Starface, der mit Starface UP eine Lösung für neu gegründete und kleinere Unternehmen auf den Markt gebracht hat. Die Lösung ist für bis zu drei Nutzer gratis und umfasst im ersten Monat 500 Freiminuten. Ab dem vierten User fallen sechs Euro pro Nutzer und Monat an. Maximal können bis zu zehn Anwender in die Lösung eingebunden werden. Darüber hinaus ist der SIP-Trunk des Herstellers - Starface Connect - in die Lösung

integriert. Die angebotenen Funktionen umfassen darüber hinaus nur einen Teil der Starface Cloud, des Kernprodukts der Karlsruher. Vermarktet wird die Lösung über das Internet und auch die Starface-Partner. Falls der Kunde den vollständigen Funktionsumfang möchte oder aber die Mindestanzahl an Teilnehmern überschreitet, so wird er laut Hersteller an einen Partner übergeben.

Lösungen für Start-ups

Einen ähnlichen Weg geht der Wettbewerber Avaya mit seiner Lösung Avaya Cloud, die in diesem Jahr gelauncht wurde. Diese ist eine Public-Cloud-Lösung, die bereits ab einer Nebenstelle gebucht werden kann. Die Avaya Cloud skaliert bis zu 50 Mitarbeiter und bietet alle klassischen PBX-Funktionalitäten. Wie bei Starface auch ist ein SIP-Trunk ein fester Bestandteil, der Kunde kann zwischen volumenbasierter Abrechnung oder verschiedenen Flatrates wählen. Vermarket wird das System über den Online-Kanal oder direkt. Darüber hinaus hat der Hersteller ein Konzept für Master Sales Agents entwickelt, die wiederum Untervertriebspartner betreuen. Aktuell gehören die Distributoren Ingram Micro und Westcon-Comstor sowie die

Firma K-Tel zu den Master Agents des Herstellers. "Wir konzentrieren uns auf wenige Master Agents und unterstützen diese bei der Gewinnung von neuen Vertriebspartnern, den sogenannten Sales Agents", erklärt Frank Wutzler, Product Lead Cloud Services bei Avaya.

Offen ist indes, welche Auswirkungen die Kooperation mit dem US-Anbieter RingCentral auf die Avaya Cloud haben wird. Die beiden Unternehmen haben erst $vor\,kurzem\,eine\,strategische\,Partnerschaft$ angekündigt, um das Cloud-Geschäft von Avaya voranzutreiben. Ziel ist, im ersten Quartal kommenden Jahres die Avaya Cloud Office (ACO) einzuführen. Die Lösung soll die UCaaS-Plattform (Unified Communications as a Service) von Ring-Central mit den Angeboten von Avaya kombinieren. Darüber hinaus wird sich RingCentral mit 500 Millionen US-Dollar an Avaya beteiligen. 125 Millionen Dollar fließen dabei in eine Vorzugsbeteiligung, er Rest ist ein Vorschuss für künftige ahlungen und Lizenzrechte.

Pascom wiederum hat – wie die meisten der Rest ist ein Vorschuss für künftige Zahlungen und Lizenzrechte.

anderen Hersteller auch - keine dedizierte Lösung für SOHO-Kunden entwickelt, kommt diesen aber beim Preis entgegen. Edition mit zwei Concurrent-User-Lizen-"Die Pascom Cloud gibt es in einer Free

Cloud-Angebote für den SOHO-Bereich (Auswahl) Produkt Zielgruppe/Zahl der Anwender Cloud Vermarktung **Distribution** Unternehmen < 1.000 Agfeo AgfeoTel Multi-Instance indirekt nein Oxo Connect < 300 Hybrid-Cloud-Lösung indirekt Alcatel-Lucent Also, Itas, Itancia, Komsa (Gateway für Rainbow) **Evolution** Enterprise Avaya Cloud <50 Mitarbeiter Multi-Tenant direkt (online) und indirekt Ingram Micro, K-Tel, Westcon-Comstor Avaya (Master Agent) Deutsche Telekeine Begrenzung Multi-Tenant indirekt Michael Telecom, Municall CentrexX fon Standard Fuze Fuze ab 5 User Multi-Tenant direkt und indirekt API, Ingram Micro Innovaphone PBX keine Begrenzung Multi-User-Single-Tenant indirekt Ingram Micro, Kapsch, Komsa, Mehrens Innovaphone **Net and Phone** Multi-Tenant Antilo i-PBX 1-4,9 Mio. indirekt (direkt nur bei Großkunden) indirekt Nfon Cloudya keine Begrenzung Multi-Tenant Acmeo, Ingram Micro, Michael Telecom, Municall, Tarox **Pascom** Pascom Cloud max. 1.024 Concurrent User, Free Multi-Instance direkt und indirekt nein Edition zwei Concurrent User Placetel (Cisco) Placetel < 500 Multi-Tenant direkt (online) und indirekt Ingram Micro, Municall, Synaxon, Tadiplus Plusnet Tengo Centraflex keine Begrenzung Multi-Tenant direkt und indirekt RoutIT Cloud-PBX HIPX keine Begrenzung Multi-Tenant indirekt Ingram Micro, Synaxon Starface UP Starface < 10 Multi-Instance direkt (online) und indirekt nein **TeamSIP** < 1.000 indirekt TeamFon Multi-Tenant Acmeo Multi-Tenant Unify (Atos) OpenScape Cloud SME indirekt k.A. by Unify Vodia Vodia Hosted PBX < 2.000 Multi-Tenant indirekt Allnet, API indirekt (Wholesale) Voiceworks Colligo keine Begrenzung Multi-Tenant nein Wildix PBX Multi-Instance indirekt Wildix max. 250.000 k.A. Telecom Handel 21/19 Quelle: Unternehmensangaben

zen, die den kompletten Funktionsumfang einer kostenpflichtigen Pascom-Telefonanlage inklusive kostenlosen Hostings bietet", erklärt CEO Mathias Pasquay. Bei diesem Modell werden die Lizenzen nicht pro Anwender bezahlt, sondern pro Gespräch, so dass mehrere Mitarbeiter die vorhandenen Lizenzen flexibel nutzen können. Eingehende Anrufe werden dabei immer unterstützt. Und die gleichzeitige Nutzung von Mobile- und Desktop-App erfolgt mit einer Lizenzbelegung pro Mitarbeiter. Gemeinsam mit dem SIP-Trunk-Anbieter Peoplefone hat Pascom darüber hinaus einen kostenlosen Test-Trunk mit Startguthaben im Programm. Pascom vermarktet die Lösung dabei direkt oder über seine bestehenden Partner – arbeitet aber nicht mit Distributoren zusammen.

Eine Free-Version für kleine Unternehmen mit bis zu drei Mitarbeitern bietet auch Placetel an. In dieser Version sind allerdings nur die Basis-Telefoniefunktionen enthalten – und selbstverständlich fallen auch Gebühren für die Gespräche an. Für Kunden mit höheren Ansprüchen gibt es die Versionen Profi (2,90 Euro netto pro Monat) sowie Profi Plus (5,90 Euro) und Profi Complete (11,90 Euro pro Monat). Bei Letzterem ist unter anderem eine deutschlandweite Allnet-Flat enthalten. Alle Angebote können Kunden – wie bei vielen Cloud-PBX-Anbietern – kostenlos 30 Tage testen.

Placetel vermarktet die Lösung direkt über sein Online-Portal, arbeitet seit einiger Zeit aber auch mit Distributoren und Resellern zusammen. Zu den Kooperationspartnern gehören Ingram Micro, Municall, Tadiplus sowie die Verbundgruppe Synaxon. Zudem betont Italo Adami, Regional Vice President Sales & Mar-

keting Placetel bei Cisco: "Im Online-Geschäft übergeben wir regelmäßig Kunden an Placetel-Partner, wenn diese einen erhöhten Servicebedarf haben oder wenn eine Online-Anfrage über eine gewisse Anzahl von Nebenstellen hinausgeht." Durch die Zugehörigkeit zum Cisco-Konzern hat der Cloud-PBX-Anbieter zudem auch die Möglichkeit, die Enterprise-Lösungen von Cisco anzubieten. Kernzielgruppe sind indes Start-ups sowie der Mittelstand mit bis zu 500 Mitarbeitern.

White Label für Partner

Einen anderen Vermarktungsansatz als das Gros der Wettbewerber haben die beiden Hersteller RoutIT und Voiceworks. Beide bieten ihre Lösungen nur über den indirekten Kanal an – Reseller können die Systeme als White-Label-Lösung unter ihrem eigenen Brand vermarkten. Die Voiceworks-Lösung skaliert dabei ab nur einem Teilnehmer, bei RoutIT müssen mindestens zwei Nutzer in die Lösung eingebunden sein. Grundlage des RoutIT-Systems ist BroadWorks, die Plattform von der Cisco-Tochter Broadsoft. Voiceworks wiederum hat seine Lösung Coligo selbst entwickelt. Teile des Systems wie beispielsweise der SIP-Trunk oder auch die Meeting-Funktion werden darüber hinaus seit einigen Monaten auch bei der Schwester Swyx eingesetzt (siehe Seite 24).

Wie bei OEM-Versionen üblich, erhalten Partner je nach Status Rabatte auf die Einkaufspreise und können die Konditionen für ihre Kunden selbst gestalten. "Ein realistischer Margenwert liegt bei rund 40 Prozent, im SOHO-Bereich sogar noch höher", erklärt Bernd Becker, Leiter Vertrieb bei Voiceworks.

Und während Voiceworks nicht mit Distributoren zusammenarbeitet, kooperiert RoutIT in diesem Bereich mit Ingram Micro sowie der Verbundgruppe Synaxon.

Unterschiedliche Ansätze

Verschiedene Strategien haben die Hersteller auch bei der Wahl ihrer Plattformen. Anbieter wie beispielsweise Nfon, die Deutsche Telefon Standard oder auch Placetel haben sich für eine Multi-Tenant-Lösung entschieden. Ein zentraler Vorteil dieses Ansatzes ist, dass Kunden keinen separaten SIP-Trunk zur Kommunikation hinzubuchen müssen, da die PBX ja in der Public Cloud ist. "Dort passiert die Magie, und dort werden alle Features und Funktionen unterstützt", erklärt Markus Krammer, Vice President Products & New Business bei Nfon. Zwar können Kunden einen SIP-Trunk bei den Münchnern hinzubuchen, um separate Standorte mit einer vorhandenen PBX anzuschließen, für das Kernprodukt Cloudya ist dies jedoch nicht erforderlich.

Ein Nachteil von Multi-Tenant-Lösungen ist allerdings zugleich der Vorteil von Multi-Instance-Systemen, wie sie etwa Pascom oder Innovaphone anbieten. Dabei hat jeder Kunde seine eigene Instanz, bei der die Daten jedes einzelnen Kunden getrennt verwaltet und administriert werden. Damit haben Unternehmen auch die Möglichkeit, selbst zu bestimmen, wann sie beispielsweise ein Update für ihr System durchführen.





23

"Ein realistischer Margenwert liegt bei rund 40 Prozent"

Bernd Becker, Leiter Vertrieb Voiceworks 760 Mitarbeiter beschäftigt die Gruppe, darunter 200 Entwickler

Die bisherigen Akquisitionen

- Im Januar 2018 wurde der UC-Spezialist Swyx von der Beteiligungsgesellschaft Waterland übernommen, die bisherigen Investoren hatten ihre Anteile verkauft.
- Im Juli 2018 haben Swyx und Voiceworks beziehungsweise deren Mutter Within Reach Group (WRG) ihren Zusammenschluss angekündigt.
 Gleichzeitig hat die neue Unternehmensgruppe Centile übernommen, einen Anbieter von Fixed-Mobile-Konvergenzplattformen für Service-Provider und Mobilfunkbetreiber aus Frankreich.
- Ein halbes Jahr später, im Januar 2019, gab die Unternehmensgruppe den Kauf von Ipnordic bekannt, einem dänischen Anbieter von IP-Telefonie, Mobilfunk, Internet und Hardware.
- Mitte September folgte die Übernahme von Crystal Networks aus den Niederlanden. Das Unternehmen bietet Telefonie, IT und Internet für Geschäftskunden an.
- Kurz darauf akquirierte das Unternehmen den britischen TK-Anbieter Network Telecom. Das Unternehmen versorgt vor allem kleinere Unternehmen mit IP- und Cloud-Telefonie, Access, Mobilfunk und IT-Services.
- Zeitgleich firmierte die Unternehmensgruppe WRG um und tritt nun unter der Marke "Enreach" auf. Die bestehenden Marken der Töchter sollen zumindest bis auf Weiteres erhalten bleiben.



Zentrale Plattformen

Die Mutter von Swyx und Voiceworks firmiert künftig unter dem Namen Enreach. Auch die Prozesse der Unternehmensgruppe werden sukzessive zusammengeführt

Vor gut einem Jahr hatte Waterland, der Investor von Swyx, den bisherigen Wettbewerber Voiceworks übernommen – und seither einige andere Anbieter in Europa gekauft (siehe Kasten). Nun setzt die Unternehmensgruppe Within Reach Group (WRG) auf eine neue Marke und zentrale Plattformen für die Töchter und deren Reseller.

Auf der Partnerkonferenz von Swyx Mitte September in Essen gab Ralf Ebbinghaus, CEO von WRG und Swyx, den neuen Namen der Gruppe bekannt: Enreach. Die Marke wird vorerst nur für das Dachunternehmen genutzt, die lokalen Marken sollen weiterhin bestehen bleiben. "Mitteloder langfristig ist es aber durchaus möglich, dass die Töchter der Gruppe unter der neuen Marke auftreten", erklärt er im Gespräch mit **Telecom Handel.** Enreach habe das Potenzial für einen starken Brand, der aber erst einmal mit Inhalten aufgeladen werden müsse.

Weiterhin arbeitet die Gruppe derzeit an gemeinsamen Plattformen für die Tochterunternehmen. So sollen künftig alle Produktlinien auf einer zentralen Plattform gebündelt werden, um Synergieeffekte schneller umsetzen zu können. Durch die verschiedenen Akquisitionen müssen bislang neue Lösungen für alle bestehenden Systeme neu programmiert werden, dies soll mit einer zentralen Möglichkeit über-

flüssig sein. Auch die Integration neuer Töchter – Enreach ist weiterhin auf Expansionskurs – soll damit deutlich verkürzt werden. Diese Plattform soll bereits im Laufe des kommenden Jahres fertig entwickelt sein, kündigt Ebbinghaus an. Ein ambitionierter Plan, doch durch die Akquisitionen hat die Gruppe mittlerweile ein Team von 200 Entwicklern.

Parallel zur Distribution

In einem weiteren Schritt entwickelt Enreach eine neue Order-Plattform für seine Reseller, in der alle Produkte und Angebote der Gruppe enthalten sein werden. Basis hierfür ist die Operator-Plattform von Voiceworks, die nun sukzessive erweitert wird. "Die Logik steht, sie wird nun sukzessive ergänzt", erklärt Ebbinghaus. Reseller können dann je nach Zertifizierung die gewünschten Lösungen und Produkte der Gruppe bestellen, Kundendaten hinterlegen und auch die Informationen für ihre Rechnungen abrufen. Das Portal wird parallel zur Distribution aufgebaut. Die Großhändler können die Order-Plattform in ihre Systeme integrieren, doch eigentlich macht das Portal die Distribution überflüssig, schließlich übernimmt es einen Großteil ihrer Aufgaben. Ebbinghaus betont indes, Swyx werde dennoch auch weiterhin mit den bestehenden Kooperationspartnern ADN und Komsa zusammenarbeiten. "Wir brauchen unsere Distributoren für Trainings, um neue Partner für uns zu gewinnen und weitere Services", erklärt er.

Major Release 12

Darüber hinaus hat der Hersteller auf der Konferenz eine ganze Reihe von neuen Services angekündigt – zu denen auch ein Major Release des Kernproduktes Swyx-Ware gehört. Das Release 12 soll bereits im November dieses Jahres veröffentlicht werden, im ersten Quartal 2020 soll dann die Version 12.10 zum Download bereitstehen. Mit den Releases sollen beispielsweise die Windows-Clients ein neues Design erhalten. Dazu bietet die Version 12 ein neues Redundanzkonzept und bessere Skalierbarkeit, damit werden auch die Lizenzen günstiger. Mit dem Release 12.10 wiederum soll zudem ein neuer Messenger an an den Start gehen. Damit sind Instant-Messaging-Funktionen auf allen Clients verfügbar und können auch ohne Einschränkungen auf mobilen Endgeräten genutzt werden.



Telecom Handel Jobs

Telecom Handel Jobs

Sie suchen einen neuen Job?

Unter **jobs.telecom-handel.de** finden Sie die aktuellen Job-Angebote für den IT-, TK- und Mobilfunk-Fachhandel.



Ihre Anzeige fehlt?

Sie möchten eine Anzeige für Ihre Mitarbeitersuche aufgeben? Wir beraten Sie gern.

Tel.-Nr.: 089/74117-285 oder

E-Mail an: reinhold.fritsch@ebnermedia.de

Jobs.telecom-handel.de



ONLINE STELLENMARKT / JOBS.TELECOM-HANDEL.DE



Manager (m/w/d) Operational Services über eTec Consult	eTecConsult	Raum Gießen / Wetzlar / Dillenburg
Account Manager (m/w/d) IT ORBIT	ORBIT	Bonn
Presales Manager (m/w/d) IT ORBIT	ORBIT	Bonn
Senior Consultant (m/w/d) IT-Servicemanagement ORBIT	ORBIT IT-SOLUTIONS	Bonn
Teamlead Sales / Account Management (w/m/d) we.CONECT Global Leaders	we.conect	Berlin
Verkaufsberater Direktvertrieb Privatkunden (m/w/d) M-net Telekommunikations-Gesellschaft	 M∙net	München
Mitarbeiter Vertriebsinnendienst (m/w/d) M-net Telekommunikations-Gesellschaft	 m∙net	München, Augsburg
Senior Service Manager (m/w/d) M-net Telekommunikations-Gesellschaft	 m∙net	München
Business Consultant / Vertrieb und Account Manager (m/w/d) schröter managed services	schröter:	Krefeld

Weitere Infos und noch mehr Jobs auf jobs.telecom-handel.de



"Der Anspruch der User steigt"

Öffnungszeiten, Anschrift, Events: Für Unternehmen ist es wichtig, dass alle relevanten Daten im Web stets aktuell sind – und das nicht nur auf der eigenen Website. Ein Gespräch mit Howard Lerman, dem CEO und Gründer von Yext

D ie Customer Journey im Netz beginnt häufig mit einer Suche – nach einem Produkt, der Anschrift eines Shops, den Öffnungszeiten. Gesucht wird dabei auf allen möglichen Plattformen: Amazon, Facebook, den Gelben Seiten, Google, Yelp und anderswo. Der Dienstleister Yext hat eine Plattform entwickelt, mit der sich all diese Einträge aktuell halten lassen. Ein Interview mit Howard Lerman, dem Gründer und CEO von Yext.

Telecom Handel

Yext hat sich auf die Synchronisation von Unternehmensdaten im Web spezialisiert. Welche Informationen über ein Unternehmen werden denn im Internet von Usern am häufigsten gesucht?

Howard Lerman: Die Welt der Suche erlebt einen massiven Wandel – weg von Keywords hin zu Fragen. Unternehmen müssen künftig 'Perfect Answers Everywhere' bieten. Wir glauben, dass Unternehmen selbst die ultimative Autorität zu Fakten haben müssen. Sie müssen Antworten auf Suchen liefern – egal ob Kunden eine Suchmaschine, die Unternehmens-Website, Social Media oder einen anderen Kanal wählen.

Welche Basisinformationen sind also am wichtigsten?

Lerman: Adressen und Öffnungszeiten sind sicherlich unter den Top Fünf der häufigsten Suchanfragen. Aber es geht nicht mehr nur darum, Informationen online korrekt zu halten. Kunden suchen auch nach Bewertungen zu einem Unternehmen. Sowohl Bewertungen als auch der Umgang mit ihnen wirken sich auf das Kauf- und Besuchsverhalten von Kunden aus. Studien belegen, dass der versierte Umgang mit Bewertungen zu einem 18-prozentigen Anstieg an Verkäufen führen kann. Zudem beeinflussen Reviews

die digitale Sichtbarkeit und Klickrate. Gerade bei lokalen Suchen sind sie wichtige Ranking-Faktoren. Und auch digitale Assistenten wie Alexa oder Siri greifen auf sie zurück, wenn sie versuchen, auf eine Frage die bestmögliche Antwort zu finden. Deshalb ist ein gutes Review-Management wichtig.

Viele glauben, es ist vor allem wichtig, dass die aktuellen Daten auf der eigenen Website gepflegt werden. Ist das zu kurz gedacht? Lerman: Ja, denn zum einen ist das digitale Universum mehr als die eigene Website – über Online-Dienste von Drittanbietern wird bis zu 2,7-mal so viel Traffic generiert wie über die eigene Website. Zum anderen hat sich das Suchverhalten der Nutzer komplett gewandelt. Sie suchen nicht mehr nur mit einzelnen Keywords, sondern stellen konkrete Fragen und erwarten korrekte Antworten. Natürlich ist es wichtig, dass die Daten auf der eigenen Website aktuell und korrekt sind. Aber sie ist in den meisten Fällen nicht mehr der Ausgangspunkt einer Suche. Stattdessen sind es Suchmaschinen, Sprachassistenten und Apps. Umso wichtiger ist, dass Daten an allen Schnittpunkten, also auf allen Plattformen, aktuell gehalten werden.

Es gibt viele Unternehmen, die einen Eintrag auf Google My Business sowie auf Facebook pflegen und ansonsten der Ansicht sind, das reicht dann schon. Richtig oder falsch?

Lerman: Falsch – nur wenige Unternehmen operieren so nischenfokussiert, dass sie es sich leisten können, andere Plattformen zu ignorieren. Tun sie das dennoch, verlieren sie nicht nur potenziellen Umsatz, sondern verschenken auch die Kontrolle über ihre Informationen und Daten. Auch technisch ist es nicht der richtige Ansatz: Auf der Suche nach den richtigen Antworten durchforsten Suchmaschinen und Sprachassistenten alle verfügbaren Plattformen und gleichen die dort gefundenen Ergebnisse ab. Stimmen diese nicht

miteinander überein, werden die Ergebnisse als falsch erachtet und nicht mehr entsprechend gerankt.

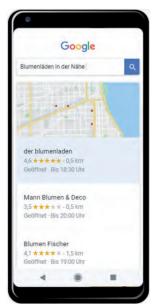
Welche Kanäle sollten auf jeden Fall bespielt und gepflegt werden?

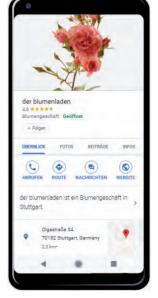
Lerman: Im Grunde alle Kanäle, auf denen sich die Zielgruppe - also die Kunden – bewegt. Eben auch aus dem Grund, weil Drittanbieter-Plattformen und dortige Bewertungen auf das Google-Ranking und die Auffindbarkeit durch Sprachassistenten wie Alexa, Siri und Google Home wichtig sind. Unternehmen dürfen nicht den Fehler begehen, sich nur auf die derzeit aktuellen Plattformen zu fokussieren. Sie müssen auch im Blick haben, wie sich der Markt entwickelt. Das beste Beispiel sind die Themen Augmented Reality und Virtual Reality. Noch werden diese im Hinblick auf Suche und Interaktion mit Unternehmen nicht eingesetzt. Aber die Entwicklung geht in diese Richtung.

Was sind typische Fehler, die Unternehmen beim Digital Location Marketing machen? Lerman: Zum einen fokussieren sie sich oft auf einen oder wenige Kanäle und lassen dabei außer Acht, dass sich Nutzer nicht homogen auf diesen Plattformen bewegen und dass auch andere Plattformen auf die Online-Sichtbarkeit einzahlen. Zum anderen aktualisieren viele Unternehmen ihre Daten nur auf der eigenen Webseite. Diejenigen, die ihre Daten









Typische lokale Suche auf Google: Der Blumenladen um die Ecke wird gefunden und zeigt dem User alle wichtigen Informationen an

schon auf mehreren Kanälen pflegen, unterschätzen hingegen vielfach den Verwaltungsumfang und behandeln dann bestimmte Kanäle eher stiefmütterlich.

Welche Kanäle sind gerade im Kommen oder werden in absehbarer Zeit eine immer wichtigere Rolle spielen?

Lerman: Die Technologie entwickelt sich stark in Richtung Sprach- und Video-Assistenten. Unternehmen sollten sich bereits jetzt mit der Materie auseinandersetzen, um den Einstieg nicht zu verpassen. Zwar können sie die technologische Entwicklung nicht beeinflussen, aber sie können mit bestimmen, was Suchmaschinen, Assistenten und KI über sie wissen.

Authentische Informationen sind in Zeiten von Fake News von höchster Relevanz. Wie checken Sie, ob die Infos – beispielsweise die Zahl der Mitarbeiter – so stimmen?

Lerman: Die größte Herausforderung unserer Zeit ist tatsächlich das Thema Nutzervertrauen. Ist es einmal erschüttert – beispielsweise durch falsche Informationen –, wirkt es sich negativ auf das Kaufverhalten aus. Wir geben den Unternehmen die Möglichkeit, korrekte Fakten selbst zu verbreiten. Das heißt konkret: Angaben über Öffnungszeiten, Dienstleistungen, Standorte, Mitarbeiter, Speisekarten und Events werden vom Unternehmen selbst gepflegt.

Ihr Unternehmen betreibt kontinuierlich Keyword-Recherche, um zu prüfen, wie der User im Netz sucht. Was hat sich hier in den vergangenen Jahren verändert?

Lerman: Verändert hat sich vor allem, wie Unternehmen auf Nutzer reagieren können. Hier kommt das sogenannte Intent Marketing ins Spiel. Intent Marketing zielt darauf ab, die Absicht eines Konsumenten, ein Produkt zu kaufen oder einen Service in Anspruch zu nehmen, im Moment der Entscheidung zu erkennen und sofort darauf zu reagieren. Dazu aber müssen Daten auch entsprechend aufbereitet sein - auf allen relevanten Plattformen. Stellen Kunden eine Suchanfrage mit dem Stichwort ,kaufen' und einem Ort, also zum Beispiel ,Auto in Berlin kaufen', hat dies eine andere Bedeutung, als wenn sie Welches ist das beste Auto?' eingeben. Die Absicht ist eine andere. Wir erkennen das an der Formulierung ihrer Frage beziehungsweise an der Nutzung bestimmter Keywords.

Inwiefern wird Voice die Suche weiter verändern?

Lerman: Das Thema Voice ist sicherlich einer der Gründe, warum sich unser Suchverhalten geändert hat – weg von Keywords und hin zu konkreten Fragen. Aber Voice nimmt vor allem in Deutschland erst an Fahrt auf. Sprachassistenten werden sich rapide weiterentwickeln – laut Schätzungen werden bis 2020 die Hälfte



Am ersten Tag der Dmexco verwandelt Howard Lerman die Congress Stage in eine Broadway-Bühne. Titel seines Musicals: "Who killed Dominik Matyka?"

aller Suchanfragen über sie gestartet. In Deutschland muss jedes Unternehmen, das eine eigene Online-Präsenz besitzt, seine Inhalte und Informationen neu strukturieren, um sich auf diese Zukunft der Informationssuche vorzubereiten. Durch das sich wandelnde Suchverhalten steigt auch der Anspruch an die Ergebnisse. Nutzer erwarten, dass sie sofort richtige Antworten erhalten. Unternehmen müssen deshalb ihre Website und andere Plattformen als Orte für Antworten sehen.

Welche Ziele hat sich Yext für die kommenden Jahre gesetzt?

Lerman: Wir wollen weiter wachsen und unser Geschäft in Europa weiter ausbauen. Seit Anfang des Jahres haben wir mit Wendi Sturgis eine Europa-Chefin für Yext, die dies maßgeblich vorantreibt. Um der Nachfrage nach unseren Services und dem wachsenden Anspruch gerecht zu werden, erweitern wir unser Team weltweit – unter anderem auch in Deutschland.

Interview: Helmut van Rinsum

Telecom Handel – der tägliche TK-Newsletter

Telecom Handel

der tagesaktuelle Online-Newsletter für Telekommunikations-Händler und -Insider

- Alles Wichtige für Ihr Geschäft
- Kostenlos für die Abonnenten der Telecom Handel
- Jetzt bestellen unter www.telecom-handel.de



www.telecom-handel.de/Newsletter

Telecom Handel

ALARM- UND SICHERHEITSTECHNIK

Hier könnte Ihr Eintrag stehen Informationen unter sales@ebnermedia.de oder Tel. +49 (89) 74117 - 125

BUSINESS-VERMARKTUNG



ENO telecom GmbH

vw.eno.de

Bentheimer Straße 118b 48529 Nordhorn

Tel.: 05921/877-440. Fax: -477 vertrieb@eno.de

Mobilfunk, Festnetz, Netzvermarktung, Navigation Telematik, Smart Home Home Entertainment, UCC. Zubehör, diverse Dienstleistungen

CARRIER & PROVIDER

Hier könnte Ihr Eintrag stehen! Informationen unter sales@ebnermedia.de oder Tel. +49 (89) 74117 - 125

DECT LÖSUNGEN

snom

First

Snom Technology GmbH www.snom.com

Tel: +49 30 39833-0

Robuste, hochwertige funktionsreiche Geschäfts telefone von hoher Qualität und mit umfangreichen Funktionen – kompatibel mit den führenden SIP-Plattformen

DISPLAYSCHUTZ



FESTNETZTELEFONE

snom

First in VolP

Snom Technology GmbH

Wittestraße 30 G 13509 Berlin Tel: +49 30 39833-0

Robuste, hochwertige, funktionsreiche Geschäftstelefone von hoher Qualität und mit umfangreichen Funktionen – kompatibel mit den führenden SIP-Plattformen

HEADSETS



Sennheiser Vertrieb und Service GmbH & Co.KG

Tel.: 030 - 30 80 80 45

Business Solutions von Sennheiser: Professionelle Telefon- und Webkonferenzlösungen

8 Jabra GN

GN Audio Germany GmbH

www.jabra.com.d Hochstrass-Süd 7

D-83064 Raubling

Business Solutions Tel.: +49 8031 / 2651 24 info.de@jabra.com

Consumer Solutions Tel.: 0800 180 8999 support.de@jabra.com

Schnurgebundene und -lose Headsets, Kopfhörer und Freisprechlösungen sowie Panacast Videokonferenz-Lösungen

ITK-Vollsortimenter



STAHLGRUBER GmbH

www.stahlgruber-com.de Kohlhäuser Straße 55

Tel.: 0661/480066-13 Fax: 0661/480066-881

vertrieb@stahlgruber-com.de

Unsere Leistungen:

- ITK-DistributorPrivat-u. GK-ProdukteNetzvermarktung
- Zubehör

4

Handy-Reparaturservice,

-Versicherung, -Finanzierung

■EN0

ENO telecom GmbH

www.eno.de Bentheimer Straße 118b

48529 Nordhorn

Tel.: 05921/877-440, Fax: -477

vertrieb@eno.de Mobilfunk, Festnetz, Netzvermarktung, Navigation, Telematik, Smart Home, Home Entertainment, UCC Zubehör, diverse Dienstleistungen

MICHAEL

TELECOM

MICHAELTELECOM AG Vertriehsteam

www.michael-telecom.de Bruchheide 34, 49163 Bohmte

info@michael-telecom.de

Tel.: 05471-806-0 Fax: 05471-806-222

Ihr richtiger Partner für IT & TK Produkte, Netzvermarktung, Systemprojektierung, Schulungsdistributor Nr.1 seit 1997 & weiteren ITK Spezialdienstleistungen – Hohe Qualität der ITK Beratung seit 1984.



Herweck AG

ww.herweck.de Geistkircher Straße 18

66386 St. Ingbert-Rohrbach Tel.: 06894/3883-110

vertrieb@herweck.de

Leistungsfähige und zuverlässige ITK-Distribution, Netzvermarktung aller Netze, Unified Communication, Schulungen, umfangreiche Fachhandelsunterstützung, hohe Warenverfügbarkeit und schnelle

KLEINE TK-ANLAGEN



Xelion GmbH www.xelion.com/de

Bardal 7

21227 Bendestorf

Tel.: +49 4183 409 5000 kontakt@xelion.com

UCC/Cloud PBX-Anbieter für KMUs mit 10 Jahren Erfahrung. Flexible Lösung: SIP-Provider, SIP-Hardware und Hosting frei wählbar. Einfache Anbindung an vorhandene CRM- und ERP-Systeme via API.

KONFERENZTELEFONE



Snom Technology GmbH

Wittestraße 30 G 13509 Berlin Tel: +49 30 39833-0

Robuste, hochwertige funktionsreiche Geschäftstelefone von hoher Qualität und mit umfangreichen Funktionen – kompatibel mit den führenden SIP-Plattformen

MOBILFUNK/ MOBILTELEFONE



faro-com GmbH & Co. KG Gewerbeparkstraße 21 03099 Kolkwitz Tel: 0355 - 49 49 130 info@faro-com.de

- hohe Warenverfügbarkeit
- großzügige Sortimentstiefe attraktive Preise
- extrem funktionaler Webshop mit Beratungsfunktion uvm.
- · Produkte mit 3 Klicks auffindbar

→ WERTGARANTIE®

WERTGARANTIE AG

ww.wertgarantie.com Breite Straße 8

30159 Hannover Tel.: 0511 71280-111

fachhaendler@wertgarantie.com Einfach. Gut. Geschützt. Seit 1963

WERTGARANTIE ist Ihr Spezialist für Geräteschutz und Garantieversicherungen und schützt alles was einen Akku oder Stecker hat. Mit Unterstützung am PoS, Schulungen und Trainings.



Im Kettelfeld 16

Tel.: 02224/98980-0, Fax: -25 info@netcom-gmbh.de

- nationaler Distributor für Telefónica O₂, Telekom, Vodafone, 1&1 und Unitymedia
- O_a Quality Partner Konzept
- Mobilfunk-Zubehö
- flexibles Möbelprogramm • eigene Logistik
- Online Shop mit IMEI-Direktreser-

hot-phone

h-o-t-phone GmbH

ww.h-o-t-phone.de Heppenheimer Str. 31-33

68309 Mannheim Tel.: 0621/762119-0 Fax: 0621/762119-49

info@h-o-t-phone.de Fach- und Großhandel für Mobiltelefone (weltweit), hohe Warenverfügbarkeit,



Yukatel GmbH www.yukatel.de

schneller Versand

Merianstrasse. 23 63069 Offenbach

Tel: +49 (0) 69 - 83 83 25 0 vertrieb@yukatel.de

- Großhandel für Mobiltelefone, Tablets & Smartwatches
- hohe Warenverfügbarkeit, permanent über 150.000 Geräte auf Lager
- Lieferung am nächsten WerktagOnline-Händlerportal
- fair, sicher & verlässlich
- (Bonitätsindex 1,0) • über 8.000 zufriedene Kunden
- lukratives Prämienprogramm (Yuka-Points).

MOBILFUNK-ERSATZTEILE

ASWO International Service GmbH

D-31036 Fime

Tel.: 05182 - 970 0 Fax: 05182 - 970 510 info@aswo.com

- Original-Ersatzteile für über 7000 versandkostenfreie Lieferung ab
- 75.00 € · faires Kulanzverhalten
- versprochen! taggleicher Versand bei
- Bestellungen bis 19 Uhr • keine Mindestbestellmengen

MOBILFUNK UND FESTNETZ



Simwert GmbH

Osloer Straße 100

13359 Berlin Tel.: 0304847/9544 Fax: 0304847/9546

partner@simwert.de Distribution für Mobilfunk & Festnetz Prepaid- Partnerkonzepte für Ay Yildiz, Turkcell Europe, Vodafone, Otelo



STAHLGRUBER GmbH

vw.stahlgruber-com.de Kohlhäuser Straße 55

Tel.: 0661/480066-13 Fax: 0661/480066-881

vertrieb@stahlgruber-com.de **Unsere Leistungen:**

- ITK-Distributor
- Privat-u. GK-Produkte
- Netzvermarktung Navigation
- Zubehör Handy-Reparaturservice, -Versicherung, -Finanzierung

net com mobile communication

netcom GmbH

www.netcom-gmbh.de Im Kettelfeld 16

53619 Rheinbreitbach Tel.: 02224/98980-0, Fax: -25 info@netcom-gmbh.de

- nationaler Distributor für Telefónica O₂, Telekom, Vodafone, 1&1 und Unitymedia
- 02 Quality Partner Konzept

eigene Logistik

- Mobilfunk-Zubehör • flexibles Möbelprogramm
- Online Shop mit IMEI-Direktreservierung

einsAmobile

el.: 06104 / 4057 - 300

- Ashop Partnerkonzept Mobilfunknetze und -geräte
- Business-Lösungen Finanzierung
 Fulfillment-Services

Yukatel GmbH ww.yukatel.de Merianstrasse. 23 63069 Offenbach

vertrieb@yukatel.de Großhandel für Mobiltelefone,

Tel: +49 (0) 69 - 83 83 25 0

- Tablets & Smartwatches hohe Warenverfügbarkeit permanent über 150.000 Geräte
- auf Lager Lieferung am nächsten Werktag
- Online-Händlerportal • fair, sicher & verlässlich
- (Bonitätsindex 1,0) über 8.000 zufriedene Kunden
- lukratives Prämienprogramm (Yuka-Points).

ASVG

ASVG GmbH www.asvg.de Tel.: 07222 9555-90

vertrieb@asvg.de DEUTSCHLANDS EINZIGE TELEKOM EXKLUSIV-DISTRIBUTION.

Attraktive Provisionen, pünktliche & zuverlässige Abrechnung, maßgeschneidertes Betreuungskonzept mit persönlichem Ansprechpartner, schnelle Lieferung/hohe Warenverfügbarkeit, innovatives

X7 TELECOM

Marketing

X7-telecom GmbH ww.x7-telecom.de Benzstraße 16a 6676 Graben-Neudorf Tel.: 07255-7684040 Fax: - 41

ertrieb@x7-telecom.de

- Ayyildiz, 1&1, yourfone, unitymedia etc Fach- und Großhandel



03099 Kolkwitz

faro IMPORT EXPORT GmbH & Co. KG

- Tel: 0355 49 49 120 info@faro.de
- · Mobilfunkzubehör und Ersatzteile über 25.000 Artikel aller Produktkategorien verfügbar
 extrem funktionaler Webshop
- Produkte mit 3 Klicks auffindbar Eigenmarke "anco" für Mobilfunk-Accessoires

3 ASWO

ASWO International Service GmbH http://shopde.aswo.com

Riesweg 1 D-31036 Eime

- Tel.: 05182 970 0 Fax: 05182 - 970 510 info@aswo.com Mobilfunkzubehör für über 7000
- versandkostenfreie Lieferung ab 75.00 €
- hohe Produktverfügbarkeit > 95% • taggleicher Versand bei Bestellungen bis 19 Uhr

keine Mindestbestellmengen PETER JÄCKEL®

Kommunikationssysteme GmbH

www.peteriaeckel.com Borsigstraße 5 D_310A1 Alfold Tel.: 05181 / 8411-0

Fax: 05181 / 841144 info@peterjaeckel.com Mohilfunkzuhehör - exklusiv

innovativ /Leading Brand Vermarktung, z.B. Commander, Carpe Diem, URBAN STYLE etc.

Ihr Unternehmen ist nicht dabei? Senden Sie eine E-Mail an: anbieter@telecom-handel.de

SENNHEISER

Sennheiser Vertrieb und Service GmbH & Co.KG

Tel.: 030 - 30 80 80 45 Business Solutions von Sennheiser: Professionelle Telefon- und Webkonferenzlösungen



NETZVERMARKTER

www.displex.de



faro-com GmbH & Co. KG ewerbeparkstraße 21 03099 Kolkwitz Tel: 0355 - 49 49 130

- info@faro-com.d • individuelles Fachhandelskonzept
- persönliche Betreuung im Innen- und Außendienst
- attraktive Bonusprogramme
- Incentives / Händlerstammtische
- Print- und Digitalmedien durch eigene Marketingabteilung
- eigenes Fachhandelstool MAKS mit Freischaltportal, POS Ansich Kalkulationstool uvm.



MICHAELTELECOM AG Vertriebsteam

ww.michael-telecom.de Bruchheide 34, 49163 Bohmte

Tel.: 05471-806-0 Fax: 05471-806-222 info@michael-telecom.de

Ihr richtiger Partner für IT & TK Produkte, Netzvermarktung, Systemprojektierung, Schulungsdistributor Nr.1 seit 1997 & weiteren ITK Spezialdienstleistungen – Hohe Qualität der ITK Beratung seit 1984.



ww.netcom-gmbh.de Im Kettelfeld 16

53619 Rheinbreitbach Tel.: 02224/98980-0, Fax: -25

info@netcom-gmbh.de

- nationaler Distributor für Telefónica O₂, Telekom, Vodafone, 1&1 und Unitymedia O₂ Quality Partner Konzept
- Mobilfunk-Zubehör
- flexibles Möbelprogramm
- eigene Logistik
- Online Shop mit IMEI-Direktreser

NETZWERKTECHNIK



Vertriebsteam

Bruchheide 34, 49163 Bohmte

Tel.: 05471-806-0

Fax: 05471-806-222 info@michael-telecom.de

Ihr richtiger Partner für IT & TK Produkte, Netzvermarktung, Systemprojektierung, Schulungs-distributor Nr.1 seit 1997 & weiteren ITK Spezialdienstleistungen – Hohe Qualität der ITK Beratung seit 1984.

NOTEBOOKS/LAPTOPS

21/19



WERTGARANTIE AG

Breite Straße 8

Tel.: 0511 71280-111

fachhaendler@wertgarantie.com Einfach, Gut, Geschützt, Seit 1963

WERTGARANTIE ist Ihr Spezialist für Geräteschutz und Garantieversicherungen und schützt alles was einen Akku oder Stecker hat Mit Unterstützung am PoS, Schulungen und Trainings.

TABLETS



Yukatel GmbH

ww.yukatel.de Merianstrasse. 23

63069 Offenbach

Tel: +49 (0) 69 - 83 83 25 0 vertrieb@yukatel.de

- Großhandel für Mobiltelefone, Tablets & Smartwatches hohe Warenverfügbarkeit, permanent über 150.000 Geräte auf
- Lager • Lieferung am nächsten Werktag
- Online-Händlerportal
- fair, sicher & verlässlich
- (Bonitätsindex 1,0) • über 8 000 zufriedene Kunden
- lukratives Prämienprogramm (Yuka-Points).

TK-ANLAGEN FÜR KLEINE UNTERNEHMEN



Xelion GmbH

w.xelion.com/de

Bardal 7

21227 Bendestorf

Tel.: +49 4183 409 5000

ERP-Systeme via API

kontakt@xelion.com UCC/Cloud PBX-Anbieter für KMUs mit 10 Jahren Erfahrung. Flexible Lösung: SIP-Provider, SIP-Hardware und Hosting frei wählbar. Einfache Anbindung an vorhandene CRM- und



Sennheiser Vertrieb und Service GmbH & Co.KG

Tel.: 030 - 30 80 80 45 Business Solutions von Sennheiser: Professionelle Telefon- und

UE-ERSATZTEILE

Webkonferenzlösunger



ASWO International Service GmbH

Riesweg 1 D-31036 Eime

Tel.: 05182 - 970 0 Fax: 05182 - 970 510 info@aswo.com

- über 14 Mio. Original-Ersatzteile & -Zubehör
- für 2,5 Mio. Geräte
- hohe Produktverfügbarkeit > 95%
- · versandkostenfreie Lieferung ab 75,00€
- taggleicher Versand b Bestellungen bis 19 Uhr

UE-PRODUKTE



WERTGARANTIE AG

www.wertgarantie.com Breite Straße 8, 30159 Hannover Tel.: 0511 71280-111 fachhaendler@wertgarantie.com Einfach. Gut. Geschützt. Seit 1963

WERTGARANTIE ist Ihr Spezialist für Geräteschutz und Garantieversicherungen und schützt alles was einen Akku oder Stecker hat. Mit Unterstützung am PoS, Schulungen und Trainings

UNIFIED-MESSAGING-



Xelion GmbH vww.xelion.com/de

Bardal 7 21227 Bendestorf

Tel.: +49 4183 409 5000

kontakt@xelion.com UCC/Cloud PBX-Anbieter für KMUs mit 10 Jahren Erfahrung. Flexible Lösung: SIP-Provider, SIP-Hardware und Hosting frei wählbar. Einfache Anbindung an vorhandene CRM- und ERP-Systeme via API.

ZUBEHÖR



STAHLGRUBER GmbH

www.stahlgruber-com.de

Kohlhäuser Straße 55 36043 Fulda

Tel.: 0661/480066-13 Fax: 0661/480066-881

vertrieb@stahlgruber-com.de

- **Unsere Leistungen:** • ITK-Distributor
- Privat-u. GK-Produkte
- Netzvermarktung Navigation
- Zubehör
- Handy-Reparaturservice, -Versicherung, -Finanzierung



w.eno.de Bentheimer Straße 118b

48529 Nordhorn Tel.: 05921/877-440, Fax: -477

vertrieb@eno.de

Mobilfunk, Festnetz, Netzvermarktung, Navigation, Telematik, Smart Home Home Entertainment, UCC, Zubehör, diverse Dienstleistungen.

DISPLEX" KINDERLEICHTE MONTAGE! DESIGNED IN GERMANY DISPLAYSCHUTZ MIT EASY-ON® MONTAGERAHMEN

info@displex.de,Tel.089/7450620

www.displex.de

Vorschau

Das lesen Sie in der kommenden Telecom-Handel-Ausgabe 22/19 vom 28. Oktober 2019:



Exklusiv-Interview

Gigaset-CEO Klaus Weßing über die Zukunft der deutschen Traditionsmarke



Falt-**Smartphones**

Nach einem schwierigen Start könnte sich der Hoffnungsträger doch noch durchsetzen



B2B-Vertrieb

Mit diesen Strategien wollen die Netzbetreiber das Firmenkundengeschäft pushen



Telecom Handel

ISSN 1433-3465

Ebner Media Group GmbH & Co. KG

Büro München Bayerstraße 16a, 80335 München

Sitz von Redaktion, Anzeigen, Vertrieb Bayerstraße 16a, 80335 München Telefon: +49 (89) 74117 - 0, Fax -101 www.telecom-handel.de

Sitz des Verlags

Ebner Media Group GmbH & Co. KG, Karlstraße 3, 89073 Ulm

Geschäftsführer Dr. Günter Götz Gerrit Klein

Martin Metzger Marco Parrillo Chefredakteur

Stelly, Chefredakteur

Boris Boden, bb

Roland Bernhard (verantw.), rb Telefon: +49 (89) 74117 - 151 bernhard@telecom-handel.de

Telefon: +49 (89) 74117 - 152 boden@telecom-handel.de

Redaktion

Christopher Bertele, cb Telefon: +49 (89) 74117 - 170 bertele@telecom-handel.de

Waltraud Ritzer, wr Telefon: +49 (89) 74117 - 176 ritzer@telecom-handel.de

Stephan von Voithenberg, sv

Mitarbeiter dieser Ausgabe

Telefon: +49 (89) 74117 - 237 voithenberg@telecom-handel.de

Sabine Block, Helmut van Rinsum

Art Directorin

Maria-Luise Steinkühler

Gestaltung

Alfred Agatz, Dagmar Breitenbauch, Hedi Hefele, Manuela Keller, Simone Köhnke, Petra Reichenspurner, Ilka Rüther, Christian Schumacher

Mediaberatung und Content-Marketing-Lösungen

Klaus Ahlering Telefon: +49 (89) 74117 - 125 klaus.ahlering@telecom-handel.de

Beratung Stellenmarkt

Reinhold Fritsch Telefon: +49 (89) 74117 - 285 reinhold.fritsch@ebnermedia.de

Disposition

Marita Brotz Telefon: +49 (89) 74117 - 281

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 23 vom 1.1.2019

Leitung Herstellung/Logistik/Kundenservice Thomas Heydn Telefon: +49 (89) 74117 - 111

th@ebnermedia.de Leitung Vertriebsmarketing

Sema Torun Telefon: +49 (731) 1520 - 186 torun@ebnermedia.de

Abo-Vertrieb/Händlerbetreuung Gabi Wullrich Telefon: +49 (89) 74117 - 159 wullrich@telecom-handel.de

Telefon: +49 (89) 74117 - 205

Fax: +49 (89) 74117 - 101 kundenservice@ebnermedia.de

Kundenservice

Bank Deutsche Bank Konto: 8264160 [BL 7 700 700 10]

Druck L. N. Schaffrath DruckMedien Marktweg 42-50, 47608 Geldern

Telecom Handel ist die Fachzeitung für den Telekommunikations- und Mobilfunkhändler und erscheint zweiwöchentlich am Montag. Der jährliche Bezugspreis für das Standard-Abo beträgt 144,30 Euro inklusive

Versandkosten und Mehrwertsteuer. Weitere Informationen zu unserem Angebot erhalten Sie unter www.telecom-handel.de. Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn es nicht sechs Wochen vor Ablauf schriftlich gekündigt wird.

Telecom Handel www.telecom-handel.de

Ebner Ulm MGV GmbH, Ulm.

Veröffentlichung gemäß Art. 8 Abs. 3 BayPrG: Alleinige Gesellschafterin (mit Kapitalanteil) der Ebner Media Group GmbH & Co. KG ist die







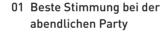
Party und Messe

Michael Telecom feierte seine 19. Hausmesse in Bohmte mit mehr als 1.600 Gästen und 60 Ausstellern

B ereits zum 19. Mal veranstaltete Michael Telecom seine Herbstmesse. Auf dem firmeneigenen Gelände in Bohmte kamen am 27. und 28. September Hersteller und Kunden zusammen, um die aktuellen Entwicklungen im Channel zu präsentieren, neue Kontakte zu knüpfen und alte Geschäftsbeziehungen zu pflegen. Auf 2.400 Quadratmetern präsentierten sich mehr als 60 Hersteller den 1.600 Besuchern. Zusätzlich zur Messe gab es Workshops und Vorträge, außerdem wurde wieder ein Auto für ein Jahr verlost. Für das Kinder- und Jugendhospiz "Löwenherz" spendeten die Gäste und Siegfried Michael 6.000 Euro.



03



- 02 Die Messe hatte 2.400 Quadratmeter Ausstellungsfläche
- 03 Das Messegelände lag wieder in direkter Nachbarschaft zum Firmensitz in Bohmte

Netzwerken im Schloss

ComTeam hatte zum Partner-Event nach Bayern geladen

m 19. September trafen sich rund 80 ComTeam Partner zum Netzwerken auf Schloss Thurn in Heroldsbach. ComTeam-Geschäftsführer Sven Glatter ElectronicPartner-Vorstand Karl Trautmann waren ebenfalls vor Ort, um an Vorträgen teilzunehmen und in den aktiven Austausch zu gehen. Die Teilnehmer erwartete



ein Mix aus Vorträgen zu Themen wie Managed Services, Physical Security und Mitarbeitermotivation sowie eine Keynote zur Arbeitswelt von morgen. Laszlo Földesi, Spezialist für Digital Communi-



Zufriedene Gesichter bei der zweitgrößten ComTeam-Tagung des Jahres auf Schloss Thurn

cation, behandelte Fragen wie "Wie wirkt sich zunehmende Automatisierung auf unsere Arbeit aus?". Das Vortragsprogramm wurde eingerahmt von einer Ausstellung mit 15 Partnern.

Experten in Dresden

Großer Zuspruch bei der Hauptversammlung von Expert

om 28. bis 29. September kamen rund 1.000 Besucher und über 130 Aussteller in Dresden zur Expert-Hauptversammlung. Leitthema der Tagung mit anschließender Messe war in diesem Jahr "Partnerschaft im Fokus – gemeinsam gestalten wir die Zukunft". Der Expert-Vorstand sowie die Marketing- und Vertriebsleitung präsentierten die aktuellen und künftigen Themenschwerpunkte der Gruppe. "Wir wollen uns trotz der Turbulenzen in der Handelswelt und unserer Branche gemeinsam auf unser Expert-Geschäft konzentrieren und uns gegenseitig motivieren und inspirieren, um künftig noch schneller und besser zu wer-

den", so der Vorstandsvorsitzende Stefan Müller. Er bekräftigte zudem erneut den dezentralen und lokalen Vertriebsansatz, durch gezielte und differenzierte Ansprache auch Online-Kunden in die stationären Fachmärkte zu führen. Weitere Themen waren die Einführung digitaler Preisschilder im Rahmen von "Expert Connect" sowie Mehrweg-Kunststoffbehälter für den Warentransport.

- 01 Mehr als 1.000 Besucher konnte man bei Expert begrüßen
- 02 Ein wichtiges Thema der Tagung war Expert Connect mit Lösungen wie digitalen Preisschildern





Moskau, Moskau...

Ay Yildiz flog mit seinen Vertriebspartnern nach Russland



Die Geschäftsführung von Ay Yildiz mit den 15 Vertriebspartnern

m sich für die erfolgreiche Zusammenarbeit in den vergangenen Monaten zu bedanken, hatte Ay Yildiz seine besten 15 Vertriebspartner nach Moskau eingeladen. Die Teilnehmer konnten in den letzten Monaten die beste Zielerreichung im Prepaid- und Postpaid-Bereich vorweisen und sich damit einen Platz für die Reise in die russische Hauptstadt sichern. Gemeinsam mit der Geschäftsführung des Ethno-Spezialisten erkundeten sie dort die zahlreichen Sehenswürdigkeiten wie zum Beispiel den Kreml, den Roten Platz und das berühmte Kaufhaus "GUM". Den Höhepunkt der dreitägigen

Vertriebsreise ins größte Land der Welt bildete der abendliche Abstecher in das legendäre Nachtleben Moskaus. Darüber hinaus bot Ay Yildiz seinen Gästen ein umfassendes kulinarisches Rahmenprogramm - vom Abendessen im Café Puschkin über ein ukrainisch-russisches Dinner im "Shinok" bis hin zu einem rustikalen Lunch in einem Outdoor-Camp vor den Toren Moskaus. "All unseren Vertriebspartnern gebührt mein herzlichster Dank für ihren unermüdlichen Einsatz und die exzellente Zusammenarbeit", so Thorsten Wagner, Geschäftsführer von Ay Yildiz.

14. Oktober 2019 21/19 Telecom Handel

Gelebte Demokratie

Das Partnertreffen von Kiwiko brachte viele Neuerungen

K iwiko hatte seine Partner Ende September nach Fürstenfeldbruck zum 9. Partnertreffen eingeladen. Vorstand Matthias Jablonski erklärte dort unter anderm, wie ein neues, transparentes und faires Beitragssystem vor allem Start-ups mit anfänglich niedrigen Umsätzen, aber innovativen Technologien den Eintritt in die Vertriebs-Genossenschaftermöglichen soll. Die Zusammenarbeit unter den Partnern soll durch zusätzliche IT-Spezialisten, aber auch durch weitere klassische IT-Dienstleister intensiviert werden. Nach der Neustrukturierung im Juni konnten bereits fünf neue Partner gewonnen werden. Erstmalig auf einem Partnertreffen standen mehrere Podiumsdiskussionen auf der Agenda, die Themen waren "Digitalisierungsberatung", "IT-Förderung" und "Microsoft und der Channel". In einem Workshop wurden zudem Ideen für zusätzliche Teambuilding-Events gesammelt, um das Vertrauen durch eine mehrtägige Veranstaltung mit Plan- und Projekt-Rollenspielen zu vertiefen. Des Weiteren wurden von den Teilnehmern Themen-Cluster definiert, die künftig Bestandteil der Partnertreffen werden.

- 01 Die Teilnehmer stimmten auch über künftige Bestandteile der Partnertreffen ab
- 02 Das Event fand bei bestem Wetter in Fürstenfeldbruck statt





02

Praxiswissen: Online verkaufen

Unsere aktuellen Angebote für die kommenden drei Monate speziell zum Thema "Online verkaufen".

Mit der Telecom Handel ACADEMY ergänzt die EBNER MEDIA GROUP, die u.a. die Fachzeitschrift Telecom Handel herausgibt, ihr Fortbildungsangebot.

Telecom Handel ACADEMY

Seminar

Amazon Workshop: Advertising, Marketing & Optimierung

• 05. Dezember 2019, Köln

Große Umsätze erwarten Händler und Marken auf Amazon, der Einstieg aber stellt eine nicht zu unterschätzende Hürde dar. Damit Ihnen der Start auf Amazon glückt, erklärt Ihnen unser Experte Michael Frontzek alles, was Sie wissen müssen. Erhalten Sie alle wichtigen Informationen zu Produktplatzierung, Markenaufbau, Verkaufssteigerung mit Hilfe von Tools, Bewerbung, Optimierung und Analyse ihrer Kampagnen. Lernen Sie,

- wie Sie Ihre Produkte gekonnt in Szene setzen,
- welche Tools Ihnen beim Verkaufen auf Amazon helfen.
- welche Daten Sie von der Plattform bekommen und wie Sie diese analysieren,
- wie Sie Ihre Listungen optimieren.

Zielgruppe: Seller und Vendoren auf Amazon, die ihre Verkaufsstrategie noch planen oder frisch gestartet sind und ihre Präsenz und Bewerbung weiter optimieren möchten.

http://bit.ly/academy-amazon

Online-Seminar

Google Shopping: Neues Potenzial für Ihren Onlineshop

• 03. Dezember 2019

Google Shopping gehört zu den wichtigsten Kunden-Akquisitionskanälen: Die prominente Platzierung der Anzeigen in Kombination mit der besseren Konversionsrate von Shopping-Anzeigen führen zu einer verstärkten Attraktivität dieses Werheformats, Im Rahmen des Online-Seminars zeigt unser Online Marketing- & SEO-Experte Bernhard Ollefs, welche Stellschrauben Onlinehändler haben, um den Kanal Google Shopping zu optimieren und auszubauen. Lernen Sie,

- wie Sie sich bei Google Shopping einrichten,
- was sich hinter Google Shopping CSS
- welche Optimierungshebel es in Google Shopping gibt,
- wie Sie Google Shopping Kampagnen aufbauen.

Zielgruppe: Shopinhaber, Online-Marketer, etc., die gerne mit Google Shopping durchstarten wollen oder dieses bereits einsetzen, jedoch noch nicht die erwartenden Erfolge

http://bit.ly/academy-google-shopping

Ausgezeichnete Partner

Swyx prämierte auf seiner Konferenz die besten Partner

S wyx hatte für seine diesjährige "Partner und Technologie Konferenz" eine abwechslungsreiche Mischung aus Neuheiten und Hintergrundinformationen, Vorträgen und interaktiven Diskussionen, Show und Networking vorbereitet. Der Anbieter gewährte in Dortmund erstmals einen Ausblick auf die neue Version 12 seiner Kommunikationslösung, die ab November zur Verfügung steht. Auf großes Interesse stieß zudem ein Showcase zu den Integrationsmöglichkeiten von Künstlicher Intelligenz. Am Beispiel eines Besuchsberichts, den Vertriebsmitarbeiter zur Dokumentation von Kundenbesuchen erstellen, zeigte Swyx, wie sich typische Arbeitsabläufe mithilfe eines KI-basierten Chatbots noch effizienter gestalten lassen. Vorerst nur angekündigt wurde ein einheitliches Lizenzmodell für alle Bezugsmodelle vom Kauf bis hin zum Cloud-





Dienst SwyxON (siehe Seite 24). Den Abschluss der Partner und Technologie Konferenz bildete auch 2019 wieder die Verleihung der Swyx Partner Awards, die Reseller für besondere Leistungen erhalten. In diesem Jahr neu dabei war die Kategorie Swyx Flex Champion. Beucom konnte sich über den Titel sowie einen Werbekostenzuschuss von 5.000 Euro freuen. Das ITK-Systemhaus aus Hagen hatte die höchsten Umsätze mit dem Mietmodell Swyx Flex generiert. Als Top-Partner Germany geehrt wurden Telenova, Netgo, Green IT, Das Systemhaus, Dreisechzig ITC und 3iMedia.

- 01 Die Messe war wie in den Vorjahren gut besucht
- 02 Marco Crueger, VP Sales von Swyx, begrüßte die Gäste mit einem Double von Freddy Mercury

Online-Seminare - Top-Seller - 90 Minuten

· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
SEO & SEA: Optimierung für Fortgeschrittene	21. Oktober 2019
Facebook: Dynamic Product Ads, Pixel & Co.	22. Oktober 2019
Google MyBusiness: Erfolgreich in der lokalen Suche	22. Oktober 2019
SEO-Live-Analyse Ihrer Website	23. Oktober 2019
Google Search Console: Analyse & Optimierung Ihrer Webseite	24. Oktober 2019
Automatisierung in Google Ads – Zugewinn an Zeit und Performance	04. November 2019
Google Ads: Eine Übersicht für Einsteiger	05. November 2019
Contentstrategie für Onlineshops: Produkte optimiert darstellen	05. November 2019
Das A und O der Keyword-Recherche für SEO und SEA	06. November 2019

Weitere Informationen unter: http://bit.ly/academy-online-seminare

Wir freuen uns auf Ihre Anmeldung. Mehr Infos unter

www.internetworld-academy.de oder Tel: 08122 955 625



Agfeo	22
Alcatel-Lucent Enterprise	22
Amazon	14
Apple	4, 16
Assona	4, 16
Asus	4, 10
Atos	22
Auerswald	10
Avaya	22
AVM	18
Ay Yildiz	6, 30
Beafon	4
Beucom	31
Brodos	12
ComTeam	30
Deezer	10
Deutsche Telefon Standard	22
Devolo	18
Displex	4
Eno Telecom	12, 14
Enreach	24
Expert	12, 30
Euronics	12
Foxconn	16
Fuze	22
Herweck	4, 12
Huawei	4, 16
Innovaphone	22
Intel	16
Kiwiko	31
Komsa	6, 12
Michael Telecom	12, 30
Microsoft	1, 3
Mitel	4
Mobilcom-Debitel	12
MotionTM	13
Net and Phone	22
Netcom	6
Netgear	18
Nfon	22
Nokia	4
OnePlus	6 22
Placetel	
Placetel Plusnet	22 22
Poly Qualcomm	6 8, 16
RoutIT	22
Samsung	6, 16
Signify	6, 10
Sony	10, 20
Stahlgruber	10, 20
Starface	22
Swyx	24, 31
TeamFon	22
Telefónica	4
Unify	6, 22
VATM	6
Vodafone	1, 6
Vodia	22
Voiceworks	22, 24
Vonmählen	10
Wildix	22
Yext	26

Leserbriefe / Händlerecho

Kosten für Mitnahme einer Handy-Nummer sollen sinken

"Eigentlich müsste das kostenlos sein. Es wird heutzutage immer wichtiger, seine Handy-Nummer zu hinterlegen, zum Beispiel bei Online-Banking oder Kreditkarte. Da will man nicht alle zwei Jahre wechseln. Als Händler muss ich allerdings sagen: Verlangt 99 Euro als Abschreckung. Wenn es zu billig ist, will ja jeder seine Nummer mitnehmen, und der Aufwand kann enorm sein."

Rainer Haase

"Da die Rufnummernportierung Aufwand bedeutet, ist eine Gebühr gerechtfertigt."

"Die Rufnummernmitnahme sollte für alle Anbieter Pflicht sein, auch im eigenen Netz. Es sollten keine Gebühren berechnet werden. Das sollte für alle Verträge gelten, auch für Prepaid oder Postpaid. Der Anschlusspreis sollte wegfallen oder gesetzlich gedeckelt werden."

Andi

"Und null Euro Grundgebühr sollen die Verträge auch haben, und jeden Monat ein neues Handy!"

Denis

"Ein Wechsel direkt zur Telekom ist auch teurer als woanders, weil man einen Import nur zu Vertragsbeginn machen kann. Also noch 25 Euro extra beim alten Anbie-



Noch nehmen Anbieter hohe Gebühren für die Mitnahme der Nummer

ter für einen Nummerntausch, wenn man ,sofort' ein Angebot wahrnehmen will oder wechseln muss. Inklusive Anschlussgebühr sind so mal zum Start 95 Euro fällig, wenn man die Nummer braucht."

Michi

Weihnachten ist immer

"Wir haben zur Weihnachtszeit das Hauptenergiegeschäft. Im Prinzip hat jeder Kunde in Deutschland ein Sonderkündigungsrecht zum 31.12., welches wir dann massiv ausnutzen. Sollte sich ein Kunde zu spät bei uns zwecks Stromumstellung gemeldet haben, können wir hier wie bei Monopoly die ,Du kommst aus dem Vertrag frei '-Karte spielen und sonderkündigen. Erhöhte Verträge wegen Weihnachten kann ich dagegen im Mobilfunkbereich nicht feststellen."

Christian Golla

"Ein richtiges Weihnachtsgeschäft haben wir doch schon lange nicht mehr. Der Kunde deckt sich schön im November beim Black Friday ein, die Distributoren erzählen uns jedes Jahr, wir sollten uns mit entsprechenden Angeboten dranhängen und die Kauflust der Kunden an diesem Tag ausnutzen. Wie blauäugig sind die eigentlich? Es kann mir doch keiner erzählen, dass auch nur ein Kunde lieber zu mir in den Laden latscht, um sich ein Smartphone zu kaufen, für das er sich eh schon entschieden hat und wo er nur drauf wartet, dass es günstig zu haben ist. Sorry, aber wenn einer von den schlauen Großhändlern sich mal bei uns in den Laden stellen würde, könnte er live miterleben, dass das so nicht funktioniert."

Wuthändler

"Weihnachten ist tot. Die Kunden kaufen gerade dann ihre Geschenke, was Technik angeht, online, weil's einfach bequemer geht und man immer weniger Zeit hat. Ganz ehrlich – ich hätte auch keine Lust, mich durch verstopfte Fußgängerzonen zu quetschen in der Vorweihnachtszeit. Die



Viele Händler trauern dem Weihnachtsgeschäft nach

anderen Branchen machen da immer noch ihren Reibach, für den TK-Handel ist da schon lange nix mehr zu holen. Die Kunden kommen dann alle im Januar, um sich ihr Handy einrichten zu lassen, das sie über Amazon, MediaMarkt oder Saturn geschenkt bekommen haben. Herzlichen Dank auch."

Peter Steele

Vodafone: Exklusivität für Reseller

"Gebietsschutz ist schon mal doof. Dadurch bleiben schlechte Händler länger am Markt. Eher eine Zertifizierung vorab. Ich bin deutschlandweit aktiv. Warum sollen meine Kunden jemand anderen bekommen? Unverständlich!"

Manuel

"Die könnten es ja mal in den Wohngegenden versuchen. Das wäre mal eine Maßnahme."

Sebastian D.

02 You: Telefónica schafft die Vertragslaufzeit ab

"Hat alles Vor- und Nachteile. Damit können auch Kunden problemlos gekündigt werden, die nicht lukrativ sind. Zum Beispiel bei denen, die in Fremdnetze telefonieren und nicht angerufen werden. Da legt Telefónica schnell drauf. Oder bei Kunden, die öfters im EU-Ausland sind."

Sash B.

Vor 10 Jahren

Letzter Kraftakt von Palm

Der PDA-Pionier Palm hätte eigentlich einer der Profiteure des vor zehn Jahren beginnenden Smartphone-Booms sein können. Doch stattdessen kämpfte er ums Überleben, das neue Smartphone Pre sollte die Rettung bringen. Es nutzte mit webOS ein eigenes Betriebssystem, das auf Linux basierte. Auch das Slider-Design des Gehäuses in schickem Klavierlack konnte

durchaus gefallen. Doch es gab nicht genug Apps und auch Qualitätsprobleme, so dass nach anfänglichen Erfolgen vor allem auf dem US-Heimatmarkt die Verkäufe abstürzten. Palm konnte das Pre so nicht retten, und das Unternehmen wurde 2010 an HP verkauft, wo die Smartphone-Sparte schon ein Jahr später überraschend schnell abgewickelt wurde.





nutzte als eines von wenigen Gerä-

ten web0S