

Telecom Handel

DIE ZEITUNG FÜR DEN TELEKOMMUNIKATIONS-FACHHANDEL



Distribution
Value Added Services
sind wichtiger denn je S. 16

Gigaset Retter gesucht

Nachdem Gigaset Insolvenz anmelden musste, geht es um die Neuaufstellung des traditionsreichen Herstellers und die Suche nach einem Investor. Dabei soll das vielversprechende B2B-Geschäft stärker in den Fokus rücken. S. 19



Marktübersicht
Tablets: Der zweite Frühling ist vorüber S. 20

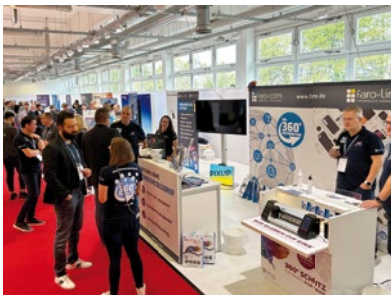


Best Practice Awards
Das sind die Preisträger des Jahres 2023 S. 10

Communicate!

Am 12. Oktober traf sich die Telco-Branche in München zur vierten Communicate!.

Mehr als 40 Partner und erneut über 600 Besucher machten die Communicate! in der vierten Auflage wieder zu einem großen Erfolg – nicht nur für das Team der Telecom Handel, das das Event mit Herzblut organisierte, sondern auch für die gesamte Branche. Die Expert Talks waren gut besucht. Bei den Workshops von Händlern für Händler wurde rege diskutiert und in den Masterclasses der Industrie informierten sich viele Teilnehmer über Trends und Vertriebsthemen. Mehr **ab Seite 6**.



Zeit zum Netzwerken auf der diesjährigen Communicate!

Zwei Könige, weniger Bauern

Auf dem deutschen Smartphone-Markt nimmt die Dominanz von Apple und Samsung zu

Noch vor wenigen Jahren tummelten sich mehr als 20 Hersteller von Smartphones auf dem deutschen Markt, doch die Zahl ging zuletzt deutlich zurück, während die Dominanz durch die beiden Marktführer Samsung und Apple zunahm.

In Westeuropa machen sie fast 70 Prozent des Marktes aus, in Deutschland lag der Anteil in den ersten Quartalen des Jahres in ähnlichen Bereichen. Als einziger Herausforderer konnte Xiaomi zeitweise noch mehr als zehn Prozent erreichen, doch zuletzt schwächelten auch die Chinesen. Dahinter gibt es zwischen Google, Honor, Motorola und Nokia einen harten Kampf um die Plätze – allerdings bei den Marktanteilen auf sehr niedrigem Niveau, denn keiner kommt dauerhaft auf mehr als fünf Prozent.

Ganz abgemeldet aus Deutschland haben sich OnePlus, Oppo, Realme und Vivo, die vor wenigen Jahren noch mit großen Ambitionen und durchaus attraktiven Geräten gestartet waren – verantwortlich dafür ist ein Patentstreit mit dem Netzwerkausrüster Nokia, der ein Verkaufsverbot für die Smartphones der Hersteller erwirkt hat.

Zwei Trends verstärken noch die Entwicklung zur Konzentration auf die beiden



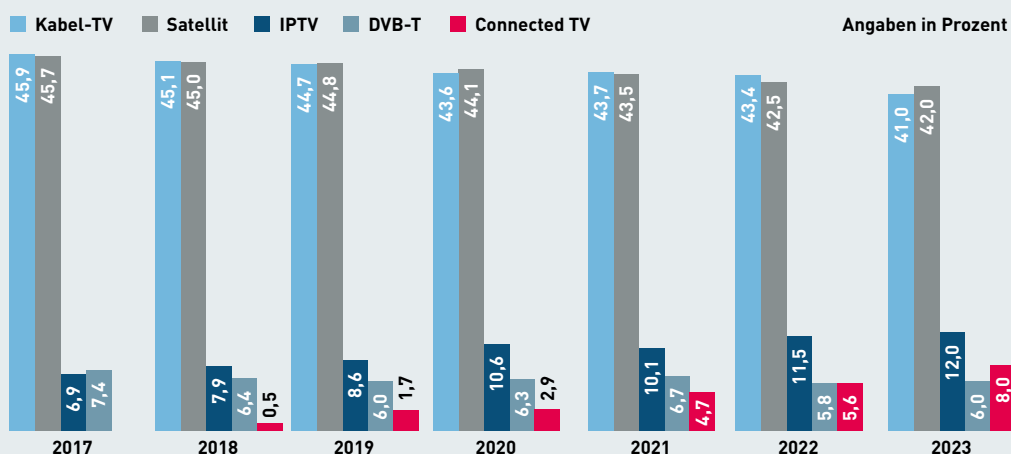
Samsung und Apple bestimmen die Partie, die anderen Hersteller spielen in Deutschland immer mehr eine Nebenrolle oder ziehen sich zurück

Platzhirsche: die Tendenz zu teuren Smartphones und der wachsende Markt für refurbished Smartphones. Laut GfK wächst derzeit nur noch das Preissegment über 1.000 Euro, in dem Apple und Samsung aufgrund der starken Marken und des hohen Prestiges noch stärker sind.

Auch den expandierenden Refurbished-Markt dominieren die Flaggschiffe von App-

le und Samsung nicht zuletzt wegen der Langlebigkeit der Hardware und zuverlässiger Updates. Vor allem alte iPhones sind bei den Endkunden höchst begehrt, erlauben sie doch den Einstieg in die Apple-Welt zu deutlich günstigeren Preisen. Darauf setzt inzwischen auch Apple selbst und verkauft ältere Geräte. Mehr zu den Perspektiven der einzelnen Hersteller **ab Seite 12**. ■

Anteile verschiedener TV-Übertragungswege in die Haushalte



Beim TV-Empfang dominieren noch Kabel und Satellit, webbasierte Zugänge nehmen zu

Telecom Handel 12-13/23

Quelle: Kantar

Telecom Handel Shop

UNSERE *Services* FÜR SIE!

News, Analysen und
detaillierte Reports, Events,
Jobbörse & mehr:
Telecom Handel ist der
unentbehrliche Wegbegleiter
für Ihr tägliches Business
in der ITK-Branche – sowohl
Print als auch Digital.

JETZT IM TH SHOP INFORMIEREN!



shop.telecom-handel.de

Inhalt

SPECIAL

So war die Communicate!
Barcamp, Masterclasses, Expert Talks und Best Practice Awards – das waren die Highlights 6



SPOTLIGHT

Verkehrte Welt
Der Smartphone-Markt erlebt einen starken Einbruch, zwei Hersteller dominieren 12

DISTRIBUTION

Die Aufgaben ändern sich
Cloud und Services werden für die Distributoren immer wichtiger 16

CONSUMER COMMUNICATIONS



Ein kleiner Titan
Das iPhone 15 Pro Max überzeugt unter anderem mit seiner verbesserten Kamera 18

Retter gesucht
Der Hersteller Gigaset sucht nach der Insolvenz einen neuen Investor 19

Nur ein Zwischenhoch
Der kurze Boom der Tablets ist vorbei, die Auswahl an Modellen bleibt aber üppig 20

BUSINESS SOLUTIONS

Verordnete Sicherheit
Ab Oktober 2024 gelten mit NIS2 erweiterte Cybersicherheitsvorgaben 22



Risiken und Chancen
Starface-CEO Florian Buzin sieht vor allem durch KI neue Chancen für Reseller 24

Huawei nimmt Händler ins Boot
Mit der Marke „Huawei eKit“ gibt es künftig Lösungen für den Mittelstand 25

RUBRIKEN

Events & Termine 26
Impressum 26
Anbieterverzeichnis 28
Aufgelegt 30
Vorschau 30

Braucht es eine neue ITK-Leitmesse?

Die Gitex ist die größte B2B-Technologiemesse der Welt. In diesem Oktober kamen mehr als 6.000 Aussteller aus über 100 Ländern zur Veranstaltung nach Dubai. Sie ist also durchaus ein Schwergewicht in der Tech-Branche.



Waltraud Ritzer
Redakteurin
Telecom Handel

Mit einer eigenen Veranstaltung kommt sie jetzt ab 2025 nach Berlin, darauf haben sich der Veranstalter Kaoun International und die Messe Berlin geeinigt und dafür ein Joint Venture gegründet. Deutschland hat also künftig wieder eine ITK-Leitmesse für den B2B-Bereich – sieben Jahre nach dem Ende der CeBit. Dieser trauern immer noch viele nach, auch wenn die letzten Ausgaben der Messe in Hannover eher ein Trauerspiel waren. Daran änderte auch die neue Strategie – die CeBit sollte ein Mix aus Festival und Messe sein – nichts.

Für ein ähnliches Konzept hatte sich übrigens auch die Telekom mit der Digital X entschieden, mit deutlich mehr Erfolg als die CeBit. Die Veranstaltung hat sich als Digitalmesse durchaus etabliert. Allerdings ist ihre Zukunft offen, nachdem der frühere B2B-Chef und Initiator der Messe, Hagen Rickmann, die Telekom verlassen hat. Es ist also durchaus Platz für eine neue Leitmesse, zumal die Digital X ja sehr auf Deutschland und die Telekom fokussiert ist.

Für Berlin ist die Gitex eine gewaltige Chance. Schließlich ziehen Fachmessen auch im Digitalzeitalter viele Besucher an, und der Gitex-Ableger könnte durchaus zu einem wichtigen Treffpunkt für die Branche werden, auch über Europa hinaus. Dafür müssen die Messe Berlin und Kaoun International allerdings auch liefern. Ein traditionelles Messekonzept mit Ausstellern, Konferenz und einigen Promis, die als Besuchermagnet auf die Bühne geholt werden, reicht für eine erste Veranstaltung sicherlich aus – aber um die Messe dauerhaft zu etablieren, muss die Gitex mehr bieten und den Vorsatz, eine „B2B-Plattform für das gesamte Tech-Ökosystem“ zu sein, auch mit Leben füllen.

Menschen in diesem Heft



Nico Kutschenreuter
Wie man Warteschleifen am besten für das Marketing im eigenen Unternehmen einsetzt, erklärte der Inhaber von Kutschenreuter Communications auf der Communicate!. 8



Bernd Rücker
Immer mehr Unternehmen nutzen MS Teams auch für die Telefonie. Der IT-Leiter von Tesleys diskutierte auf der Communicate! über die Chancen, die sich daraus ergeben. 9



Daniel Brosend
Der Geschäftsführer der NTB in Bielefeld strebt aktuell die ISO-27001-Zertifizierung an, um als Managed Security Provider mehr Services für Kunden bieten zu können. 23

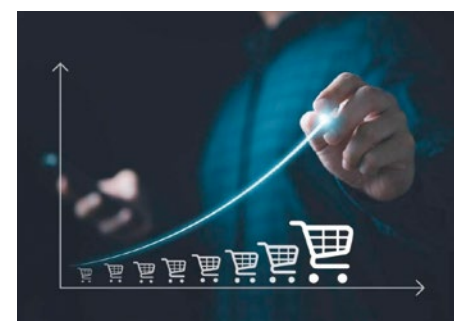


Magnus Ekerot
Der CEO und Vorstandsvorsitzende der Gigaset AG ist auf der Suche nach einem Investor, um den traditionsreichen Hersteller aus der Insolvenz zu retten. 19

telecom-handel.de

So tickt der Handel in Deutschland

Auf welche Vertriebskanäle setzt der Handel in Deutschland, welche Innovationen sind in Zukunft zu erwarten – und welche Rolle spielt dabei Künstliche Intelligenz? Antworten auf diese Fragen liefert eine aktuelle Umfrage des Branchenverbands Bitkom. Die Ergebnisse im Detail lesen Sie im Internet unter www.telecom-handel.de/bitkom.



Xiaomi-13T-Serie:

Die neue Serie besteht aus dem 13T für 649,90 Euro und der Pro-Version mit schnellerem Prozessor und höherem Ladetempo, die ab 799,90 Euro erhältlich ist. Beide haben rückwärtige Dreifachkameras, die zusammen mit Leica entwickelt wurden.



Das 13T Pro lädt den Akku in knapp 20 Minuten

Mittelklasse-Tablets:

Samsung bringt das Galaxy Tab A9 mit 8,7-Zoll-Display und das A9+ mit 11,0 Zoll. Die Preise liegen zwischen 179 und 349 Euro. Beide sind gegen Aufpreis mit Mobilfunkmodulen erhältlich.



Das Galaxy Tab A9+ hat vier Lautsprecher

JETZT verfügbar

Beim Pixel 8 und der Pro-Variante erhöht Google die Preise deutlich.

Das neue Smartphone Pixel 8 von Google kostet mit 8 GB RAM und 128 GB Datenspeicher 799 Euro, das sind 150 Euro mehr als beim Pixel 7. Für das Pixel 8 Pro mit größerem 6,7-Zoll-Display werden mit 1.099 Euro bei 12 und 128 GB sogar 200 Euro mehr fällig. Bei beiden Modellen, die mit Android 14 ausgeliefert werden, soll es erstmals sieben Jahre lang Software-Updates geben.



Das Pixel 8 Pro hat eine Dreifachkamera mit Zoom

EUROPÄISCHES PARLAMENT**Wunsch nach „Recht auf Reparatur“**

Der Binnenmarktausschuss des Europäischen Parlaments hat sich für ein sogenanntes Recht auf Reparatur für Geräte wie Waschmaschinen oder Smartphones ausgesprochen. So sollen Hersteller etwa verpflichtet werden, bestimmte Produkte wie Waschmaschinen, Staubsauger, Smartphones oder Fahrräder auch dann zu reparieren, wenn sie nicht unter die gesetzliche Garantie fallen. Innerhalb dieser Frist sollen die Hersteller zu einer kostenlosen Reparatur verpflichtet werden – es sei denn, sie ist teurer als ein Austausch, faktisch unmöglich oder für den Verbraucher unbequem. Dies ist ein erster Vorschlag, über den noch abgestimmt werden muss. **(red)**

MEDIAMARKTSATURN**Kooperation mit Waipu.tv**

Kunden können sich ab sofort in den rund 400 Media- und Saturn-Märkten zum Streaming-Angebot des IPTV-Anbieters Waipu.tv beraten lassen und dieses direkt vor Ort ausprobieren und buchen. Je nach Haushaltsgröße und individuellen Wünschen stehen verschiedene Produktpakete zur Auswahl: Im monatlichen Abo-Modell gibt es dabei mindestens 150 Sender in HD-Qualität, zeitversetztes

Fernsehen mit Programmier- und Aufnahme-Features sowie TV-Unterhaltung auf mehreren Geräten zugleich. „MediaMarktSaturn erweitert sein Innovations- und Service-Portfolio kontinuierlich. Mit der Vertriebs-Kooperation brin-



Waipu.tv gibt es jetzt auch in den Media- und Saturn-Märkten

gen wir das Zukunftsthema TV-Streaming zu unseren Kunden“, so Sascha Mager, CEO von MediaMarktSaturn Deutschland. **(sv)**

CHIPSET**Qualcomm bringt Snapdragon 8 Gen 3**

Wie jeden Herbst zeigt Qualcomm die neue Generation seines Flaggschiff-Prozessors für hochwertige Smartphones: Der Snapdragon 8 Gen 3 soll laut Hersteller 30 Prozent schneller und 20 Prozent effizienter sein als der Vorgänger. Für die GPU verspricht man 25 Prozent mehr Tempo und Effizienz. Der im 4-nm-Verfahren produzierte Achtkern-Prozessor hat

einen Cortex-X4-Kern mit 3,3 GHz, fünf Leistungskerne mit 3,2 GHz und zwei Effizienz-Kerne mit 2,3 GHz. Unterstützt werden bis zu 24 GB RAM, Wi-Fi 7 und das hauseigene 5G-Modem X75. Eine zentrale Rolle spielen KI-Funktionen, unter anderem für die Kameras, wo Bilder in Echtzeit geschärft oder aufgehellt werden können. Erste Smartphones mit Snapdragon 8 Gen 3 sollen bald vorgestellt werden, zum Beispiel in der 14er-Serie von Xiaomi. Als weitere Partner nennt Qualcomm Asus, Honor, iQOO, Meizu, Nio, Nubia, OnePlus, Oppo, Realme, Redmi, RedMagic, Sony, Vivo und ZTE. **(bb)**

1N**Erfolg gegen die Deutsche Telekom**

Im Streit um unklar formulierte Werbeflächen eines Konkurrenten hat die Deutsche Telekom einen Dämpfer hinnehmen müssen. Im August hatte das Düsseldorfer Landgericht dem Magenta-Konzern noch recht gegeben, die nächste Instanz stärkte nun hingegen dem Wettbewerber 1N Telecom den Rücken. Wie aus einem Beschluss des Oberlandesgerichts Düsseldorf hervorgeht, wird eine Zwangsvollstreckung ausgesetzt. Die Telekom muss daher künftig wieder Telefonnummern freigeben, wenn Kunden zu 1N wechseln und die Nummer mitnehmen wollen. **(red)**

LEBARA GERMANY**Katja Schumacher ist Managing Director**

Lebara verstärkt sein Führungsteam und ernennt Katja Schumacher zur Managing Director Germany. In ihrer neuen Position verantwortet die 43-Jährige ab sofort das gesamte Deutschland-Geschäft des Mobilfunkanbieters und soll die Unternehmenstransformation nach der Migration ins Telefonica-Netz weiter vorantreiben. Schumacher wechselte Anfang des Jahres zu Lebara, um als Commercial Director die Optimierung des Produkt- und Leistungsportfolios zu forcieren. Zuvor war sie 19 Jahre bei der Metro AG beschäftigt, wo sie verschiedene Finanzpositionen innehatte, zuletzt als Head of Retail Franchise. Schumacher will den Kundenstamm insbesondere in den digitalen und nationalen Wachstumskanälen verbreitern und dabei das Postpaid-Geschäft als starken Wachstumstreiber bei Lebara etablieren. **(cb)**



Lebara: Katja Schumacher ist neue Deutschland-Chefin

Foto: Anton 27 / Shutterstock

GADGET der Woche**Huawei Watch Ultimate Design:**

Satte 2.999 Euro kostet die Smartwatch, die 18-karätiges Gold in Applikationen auf der Lünette, die sonst aus Nanokristall-Keramik besteht, und der Krone sowie den Knöpfen trägt.

**Nachgezählt****Smart-City-Index in Deutschland**

Platz	Tendenz	Stadt	Index
1	+1	München	84.5
2	-1	Hamburg	83.9
3	+1	Köln	83.2
4	+2	Nürnberg	80.1
5	+2	Aachen	79.3
6	-3	Dresden	78.5
7	+8	Osnabrück	77.6
8	-3	Stuttgart	77.2
9	+7	Ulm	76.8
10	+4	Karlsruhe	76.6

Quelle: Bitkom



Telekommunikationsunternehmen sind zu Anbietern von leeren Versprechen geworden. Sie buhlen um Neukunden, aber behandeln Bestandskunden schlecht.

Philippe Rogge,
CEO
Vodafone Deutschland

Quelle: rnd

Für professionelle Einsätze:

Das Rugged RG880 ist ein sehr robustes Android-Smartphone, das eine große seitliche Push-to-Talk-Taste, eine SOS-Taste für den Alleinarbeiter-Einsatz und einen Umschaltknopf für Einzel- oder Gruppen-Push-to-Talk-Anrufe mitbringt.



Notfalldienste sind eine Zielgruppe für Rugged

Premiere für OnePlus:

Das erste Foldable des Herstellers kommt wegen des Verkaufsverbots wohl nicht nach Deutschland. In Österreich kostet das üppig ausgestattete Gerät mit einem 7,8-Zoll-Innen-display 1.799 Euro.



Das OnePlus Open nutzt den Snapdragon 8 Gen 2

FÜR WEBEX**Cisco mit neuer KI-Strategie**

Auf der WebexOne, der Collab-Veranstaltung von Cisco, hat der Hersteller unter anderem die neue KI-Strategie sowie neue Funktionalitäten präsentiert. Die größte Neuerung ist: Cisco wird künftig auch generative KI für Video und Audio nutzen. Damit sollen auch bei geringer Bandbreite Anrufe und Meetings möglich sein. Zusätzlich soll für Videos der Personalfokus verbessert werden – auch hier mit einer KI-Optimierung. Im



Cisco setzt auf mehr KI in seinen Collab-Lösungen

vierten Quartal dieses Jahres wird der Webex AI Assistant kommen. Er soll bei der Texterstellung unterstützen, indem er zum Beispiel Antworten in Chats dank alternativer Vorschläge professioneller wirken lässt. Zudem wird er Übersetzungen in Echtzeit durchführen. Im Hardware-Segment baut Cisco die Kooperationen mit Nvidia und Bang & Olufsen aus. Mit Nvidia bringt der Hersteller ein neues All-in-one-Konferenzsystem. Das Room Kit EQX soll auf

Basis von KI-optimierten Chips von Nvidia das neue Flaggschiff für die Konferenzsysteme von Cisco sein. Es unterstützt Features wie die automatische Verfolgung des Sprechers und die Auswahl des besten Kamerawinkels. Von Bang & Olufsen soll, neben den bestehenden Headset-Spitzenmodellen der 980-Serie als Over-Ear-Variante, mit der B&O-950-Serie nun auch ein In-Ear-Headset auf den Markt kommen. (wr)

AVM**Neue Strukturen bei den Apps**

Der Berliner Hersteller AVM überarbeitet seine Apps: Die My-FritzApp, die bisher verschiedene FritzBox-Funktionen abdeckte, wird sich auf ihre Kernfunktionen konzentrieren. Dies umfasst beispielsweise den schnellen Zugang zu Alltagsaufgaben, wie etwa das Teilen des WLAN-Passworts per QR-Code mit Gästen, das Abhören von Sprachnachrichten und den Zugriff auf den USB-Speicher. Darüber hinaus informiert die App die Nutzer über verpasste Anrufe und neue Ereignisse in ihrem Heimnetzwerk. Die FritzApp Smart Home wird darüber hinaus die zentrale Anlaufstelle für die Steuerung von intelligenten Fritz-Geräten. Mit dieser App können die Benutzer ihre smarten Geräte zu Hause und unterwegs steuern.

Sie können damit beispielsweise Lampen ausschalten, die Heizungstemperatur anpassen oder den Ladezustand ihres E-Bikes überprüfen. Die App bietet laut AVM eine Übersicht über alle Fritz-Geräte und ermöglicht die Steuerung von in der FritzBox hinterlegten Szenarien. (wr)

4MOTIONS**AR in der Energieberatung**

4Motions erweitert sein Angebot für den stationären Handel in puncto Energieberatung. Mit der neuen Yona-App können Händler



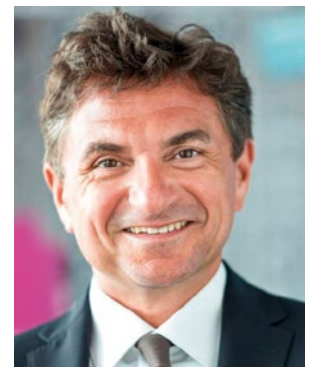
Die Yona-App unterstützt Händler am PoS

ihre Kunden bei der Auswahl der geeigneten Photovoltaik-Anlage unterstützen, die Kunden können ihrerseits mit der App verschiedene Augmented-Reality-Dienste zu Hause nutzen. Die für Android und iOS erhältliche App zeigt verschiedene PV-Lösungen mit den einzelnen technischen Details an

und ermöglicht es, Leistungsfähigkeit, Größe, Gewicht et cetera leicht zu vergleichen. Über Augmented Reality kann man beispielsweise ein Balkonkraftwerk auf sein Haus projizieren, diese Platzierung kann dann fotografiert und als Ansicht noch vor dem Kauf an den Vermieter gesendet werden. Wie viel Geld der Staat beziehungsweise die Gemeinde zur Anlage dazugibt, verrät die App ebenfalls, indem sie via GPS auf den Standort zugreift und die entsprechenden Informationen im Web sammelt. (cb)

LANGSAMER INTERNET**Verbraucherschützer fordern Preisnachlass**

Knapp zwei Jahre nach der Einführung eines sogenannten Minderungsrechts, auf dessen Basis Internet-Kunden bei schlechtem Festnetz weniger Geld zahlen müssen, werten Verbraucherschützer die Regelung als Papiertiger. Durch die damalige Gesetzesänderung seien Verbraucher nicht besser geschützt und die theoretisch hinzugewonnenen Kundenschutzrechte seien in der Praxis nur schwer umsetzbar, heißt es in einem Schreiben des Verbraucherzentrale Bundesverbandes (vzbv). Um die Situation für die Nutzer zu verbessern, fordert der Verband eine pauschale Reduktion des Tarifes um 15 Euro pro Monat. (red)

PERSONALIE

Ferri Abolhassan wurde vom Aufsichtsrat der Deutschen Telekom zum neuen Vorstand von T-Systems berufen. Der 59-Jährige wird dieses Amt zum 1. Januar 2024 antreten. Bisher verantwortete er als Geschäftsführer Sales und Service die deutschen Vertriebsaktivitäten des Netzbetreibers. Über seinen Nachfolger wird laut einer Mitteilung der Telekom „demnächst entschieden“. Der bisherige Vorstand von T-Systems, Adel Al-Saleh, verlässt nach fünf Jahren den Konzern und wird im Februar 2024 neuer CEO des luxemburgischen Satellitenbetreibers SES.

TOP**Messe Gitex kommt nach Berlin**

Die großen B2B-IT-Messen in Deutschland sind eigentlich Geschichte: Die letzte CeBit fand vor sieben Jahren statt – und an die Systems erinnern sich höchstens noch die Veteranen der Branche. Im Jahr 2025 – vom 21. bis 23. Mai – feiert allerdings eine wichtige Messe ihre Premiere in Deutschland, die „Gitex Europe“ wird erstmals in Berlin stattfinden. Dies wurde auf einer Pressekonferenz während der Gitex Global in Dubai von Kaoun International, dem Veranstalter, und der Messe Berlin bekannt gegeben. Sie bilden dafür ein Joint Venture.

FLOP**Nokia streicht massiv Jobs**

Der Telekommunikationsausrüster Nokia setzt ein neues Sparprogramm auf und will dazu bis zu 14.000 Stellen abbauen. Aktuell hat Nokia 86.000 Beschäftigte. Bis Ende 2026 will Konzernchef Pekka Lundmark zwischen 800 Millionen und 1,2 Milliarden Euro weniger ausgeben, um das Langfristziel einer operativen Marge von 14 Prozent zu schaffen. Für das laufende Jahr schraubte er erneut die Erwartungen herunter: Im dritten Quartal brach der Nettoerlös von Nokia gegenüber dem Vorjahr um ein Fünftel auf knapp fünf Milliarden Euro ein.

RANGEZOOMT

Eine Studie von Motorola zeigt ein Android-Telefon mit flexiblem 6,9-Zoll-Poled-Display, das auch aufrecht stehen kann



Das Networking-Event der Branche



Die Communicate! war auch in diesem Jahr wieder eine der wichtigsten Plattformen für Händler, Systemhausbetreiber und die Industrie, um sich zu informieren, zu diskutieren und zu netzwerken

Mehr Partner als 2022 und erneut über 600 Besucher machten die diesjährige Communicate! in der vierten Auflage wieder zu einem großen Erfolg – nicht nur für das Team der **Telecom Handel**, das das Event mit Herzblut organisiert hatte, sondern auch für die gesamte Branche.

„Wir bei Myswooop waren mit voller Begeisterung vor Ort und möchten uns herzlich bei all unseren großartigen Partnern

Mayerhanser von Deltacon und Oliver Markowitz von Freenet: „Wenn Ex-Talkliner sich nach Jahren wieder treffen, dann muss das auf einem sehr guten Branchentreffen sein. Vielen Dank nochmal für die Einladung!“

„Danke für euren Besuch, die guten Gespräche und die vielen netten Kontakte bei uns am Stand auf der Communicate!“, freute sich das Team von Michael Telecom. Komsa und Aetka posteten vom Event: „Die **Telecom Handel** hat alle Branchengrößen zu diesem Mega-Event eingeladen und die Stimmung ist wirklich super!“ Am Ende konnten sich die „Smartmannsdorfer“ über mehrere Best Practice Awards freuen, die von Komsa und Aetka nominierte Händler von Chefredakteur Roland Bernhard überreicht bekamen.

rend der Kongressteil wie im Vorjahr im zweiten Obergeschoss stattfand, hatten sowohl die Aussteller als auch die Besucher in der Messehalle in der ersten Etage deutlich mehr Platz und Luft für intensive Gespräche.

„Wir bedanken uns bei all unseren Partnern, die mit ihren tollen Messeständen und den großen Teams vor Ort ganz wesentlich zum Erfolg der Communicate! 2023 beigetragen haben, und freuen uns auf Communicate! Nummer 5 – im Oktober 2024“, so Christopher Bertele, Projektleiter des Events. Die Vorbereitungen laufen bereits, die ersten Aussteller haben schon zugesagt. „2024 werden wir vor allem die Themen Repair/Refurbishment, Unified Communications & Collaboration sowie mit einem neuen Kooperationspartner erstmals auch spannende Aussteller und Workshops aus den Consumer Electronics präsentieren.“ Zusätzlich wird die Communicate! 24 mehr Zeit bieten, die komplett für den Messebesuch reserviert ist. Gleichzeitig können sich die Besucher auf ein noch umfangreicheres Programm an Workshops, Masterclasses, Panel-Diskussionen und Expertenvorträgen freuen.



Christopher Bertele
telecom-handel.de/cb

Fotos: Qaqadou Web x Media



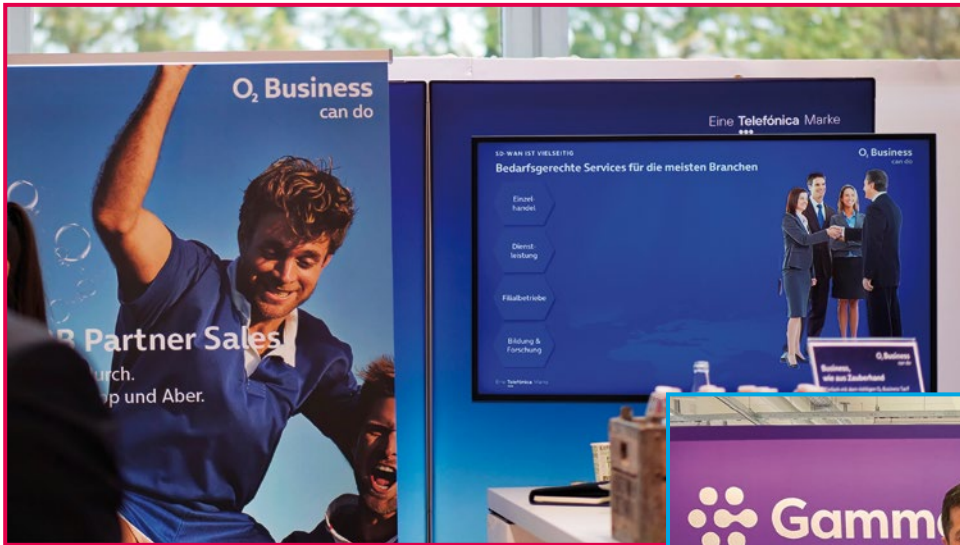
Communicate! 24

und bei der **Telecom Handel** bedanken! Das überwältigende positive Feedback, das wir erhalten haben, erfüllt uns mit Freude“, sagte beispielsweise Benjamin Gabriel, CEO und Gründer von Myswooop.

„Danke an die **Telecom Handel** für die tolle Veranstaltung“, postete das Team von Brodos und SCC auf LinkedIn. Sven Pohl, Strategic Alliance Manager bei Gen, teilte auf dem Business-Netzwerk ein Selfie mit Klaus



Hier finden Sie Bilder und das Aftermovie des Events zum Download.



In diesem Jahr war Telefónica mit der Sparte O2 Business vertreten



Alexander Schwer (Ebner Media Group, li.) mit Telecom-Handel-Chefredakteur Roland Bernhard



Dimitrios Nikolaidis (Epsilon, li.) mit Mark Schulze (Social Selling Club)

Bei Enreach gab es neben interessanten Gesprächen auch etwas zu gewinnen



Viele nutzten das Event wieder, um alte und neue Kontakte zu treffen



Bei Michael Telecom war unter anderem Vertriebsleiter Valon Kuci (li.) anzutreffen



René Götz (li.) und René Bechtold, (beide Vodafone)



Sven Pohl (Gen, li.) mit Klaus Mayerhanser (Deltacon, Mitte) und Oliver Markowitz (Freenet)



Netzwerken am Stand von Brodos und SCC

Gute Gespräche am Stand von Mobilezone Handel und Eno Telecom



Roland Hennig (li.) und Katja Förster von Aetka mit Roland Bernhard



KI: So können Reseller profitieren

Das Thema Künstliche Intelligenz bewegt Fachhändler und Systemhäuser gleichermaßen. Tipps aus dem Workshop

Als Ralf Mühlenhöver, Head of Product Strategy & Marketing beim KI-Experten Vier, den Workshop zum Thema: „KI ist in aller Munde – aber wie profitieren Integratoren und Fachhändler davon?“ eröffnete, strömten immer noch Teilnehmer in den Raum. Das Thema Künstliche Intelligenz zieht mehr denn je und interessiert sowohl Systemhäuser als auch Fachhändler, spätestens seit der Veröffentlichung von ChatGPT von OpenAI vor knapp einem Jahr. Gemeinsam mit Daniel Pohlmann, Gründer und CEO der PMG AG, erklärte Mühlenhöver die Grundlagen von Künstlicher Intelligenz – und was heute möglich ist und morgen möglich sein wird.

In einer angeregten Diskussion informierten sich die Betreiber von Mobilfunk-Shops, wie sie mit KI beispielsweise ihr Webseitenangebot verbessern – oder auch die Mitarbeiter am Telefon entlasten können. Die beiden Experten gaben dabei praktische Tipps, wobei auch klar wurde, dass die Möglichkeiten für einen einzelnen Shop-Betreiber (noch) begrenzt sind. Doch vielleicht gibt es bald Angebote von den Kooperationen und Distributoren? Pohl-



mann wiederum erklärte, wie er bei seinen Kunden aus dem Medizinbereich mit einer digitalen Rezeption den Service verbessern möchte. Weitere Beispiele folgten, so etwa wie man mit Hilfe von KI die Customer Journey bei einer Autovermietung deutlich verbessern kann. Immer wieder wiesen die

Experten darauf hin, dass die sogenannten Prompts – also Anweisungen, die KI-Systemen helfen, Ideen oder Inhalte zu erstellen – möglichst genau sein müssen. Pohlmanns Rat: Man solle einfach einmal die verschiedenen

Tools testen, dann würde man die Unterschiede selbst erkennen. Dabei kamen auch zentrale Themen wie Datenschutz und Urheberrecht zur Sprache. Allerdings gibt es in diesen Bereichen noch einige Unwägbarkeiten, auch in juristischer Hinsicht, die noch geklärt werden müssen. Weitgehende Einigkeit herrschte am Ende, dass KI die



Daniel Pohlmann und Ralf Mühlenhöver moderierten den KI-Workshop (v.li.)

Welt, in der wir leben und arbeiten, dramatisch verändern werde: Sie erhalte mit KI neue Chancen, aber auch Gefahren. ■

Waltraud Ritzer

Die wertvolle Wartezeit

Wie man mit Warteschleifen-Marketing seine Kunden bei Laune hält, erklärte Nico Kutschenreuter in seinem Workshop

Eigentlich wartet niemand gerne, schon gar nicht in einer Warteschleife am Telefon. Wie man die Verweildauer bis zum nächsten Mitarbeiter sogar als Marketing-Instrument nutzen kann, demonstrierte Nico Kutschenreuter in seinem Workshop „Marketing in der Warteschleife – So macht

das Warten Spaß!“ auf der Communicate! in München. „Sie rufen auf einer Hotline an und haben ganz schnell nur mal eine Frage – aber Sie landen in der Warteschleife. Und die kann lang sein. Noch schlimmer wird es, wenn eine nervige Dudel-Musik oder immer wiederkehrende ‚Please hold

the line“-Sprüche zu hören sind“, stieg der Inhaber von Kutschenreuter Communication in seinen Workshop ein, und an den Gesichtern mancher Teilnehmer war zu erkennen, dass der eine oder andere seine eigene Warteschleife wiedererkannte.

Doch wie geht man beim Besprechen des Anrufbeantworters oder bei der Gestaltung der Ansage am besten vor? „Überlegen Sie, welche Informationen am häufigsten erfragt werden“, so Kutschenreuter. Wichtig seien in erster Linie Informationen zu Leistungen, Produkten, Öffnungszeiten, aber auch eine Möglichkeit zur Kontaktaufnahme gehöre in jede Ansage. Er empfiehlt wöchentlich, monatlich oder dynamisch wechselnde Informationen, etwa mit immer neuen Aktionen, die Kunden ins Ladengeschäft locken oder auch dazu bringen, immer mal wieder anzurufen. Man könne die Warteschleife oder den AB aber auch nutzen, um gezielt Kundenmeinungen oder Feedback einzuholen. Eine weitere Idee: Im Zusammenspiel mit anderen Unternehmen aus der Umgebung gegenseitig auf die Services des jeweils anderen verweisen.

„Halten Sie Ihre Anrufer bei Laune und erzählen Sie gleichzeitig etwas über Ihre Leistungen und Produkte. Wie ist Ihr Unternehmen das geworden, was es heute ist? Warum sind Ihre Produkte und Leistungen so einzigartig? Das soll natürlich nicht aufdringlich sein und Ihre Anrufer im besten Falle sogar unterhalten“, so Kutschenreuter.

Der Inhalt ist die eine Sache – ein wesentlicher Punkt ist laut Kutschenreuter aber auch die Art und Weise, wie der Text auf Band gesprochen wird. Professionelle Speaker – etwa die Synchronstimme von Bruce Willis – kann man schon für wenige Hundert Euro „mieten“ und so seiner Ansage eine professionelle Note geben. Auf der anderen Seite kann es aber auch gerade sehr charmant sein, wenn der Chef selbst zu hören ist, sagt Kutschenreuter. „Wichtig ist, dass man eine Geschichte erzählt – und die muss nicht zwanghaft witzig sein, sondern vor allem authentisch“, meint der Experte.

Die technische Umsetzung ist laut Kutschenreuter heutzutage denkbar einfach, da jede noch so kleine Anlage über einen entsprechenden Dienst verfügt. ■

Christopher Bertele



„Lernen, damit umzugehen“

Immer mehr Kunden nutzen MS Teams auch für die Telefonie. **Bernd Rücker** ist IT-Leiter beim Systemhaus Telesys – und integriert im Teams-Umfeld viele weitere Lösungen. Sein Rat: „Seid selbstbewusster!“

Telefonie mit Teams – viele Systemhäuser verstehen das als Gefahr für ihr Kerngeschäft, andere bieten es aktiv an. Auf der Communicate! diskutierten Teilnehmer mit Bernd Rücker von Telesys über Vor- und Nachteile.

Ihr Workshop auf der Communicate! hatte den Titel: ‚Telefonie in Teams: Gefährdet das mein Geschäft?‘ – und er war wirklich sehr gut besucht ...

Bernd Rücker: Ich fand das sehr schön, hat es doch gezeigt, dass das Thema alle Systemhäuser betrifft – vor allem die mit dem Schwerpunkt Telekommunikation. Wir müssen uns damit beschäftigen und lernen, damit umzugehen.

Können Sie die verschiedenen Möglichkeiten, um mit Teams zu telefonieren, bitte noch einmal kurz zusammenfassen?

Rücker: Man kann entweder einen im Unternehmen oder von einem Partner bereitgestellten SBC (Session Border Controller) nutzen, damit die Unternehmenstelefonnummern mit Teams verbunden werden. Alternativ kann man Microsoft selbst als Provider nutzen oder einen Partner aus Microsofts Operator-Connect-Programm, der direkt im Admin-Tool dazugeschaltet werden kann.

Dazu gibt es ja noch die Möglichkeit, eine PBX mit Teams zu verheiraten. Das bieten ja mittlerweile alle Hersteller an.

Rücker: Da gibt es verschiedene Möglichkeiten. Man kann beispielsweise am SBC einstellen, dass die Anrufe an die Teams-User auch direkt geroutet werden, alle anderen Anrufe gehen an das vorhandene TK-System. Die meisten Hersteller haben eine App für die Integration in Teams entwickelt, mit der die Verbindung sehr einfach ist. Wirtschaftlich betrachtet ist dies meist günstiger, wenn der Kunde aber entscheidet ‚Teams first‘, dann nimmt er auch die höheren Preise in Kauf.

Warum ist das so?

Rücker: Das ist eine rein politische Entscheidung, eine kaufmännische kann es nicht ein.

Machen das überwiegend die großen Kunden?

Rücker: Das ist bunt gemischt, anfangs haben das überwiegend die großen Unternehmen gemacht, aber auch kleinere Unternehmen haben sich während Corona dafür entschieden. Teilweise sind auch nur einzelne Gruppen angeschlossen.



Consulting gehört zu jedem Angebot, das wollen die Kunden und sie sind auch bereit, das zu bezahlen.

Bernd Rücker,
IT-Leiter beim Systemhaus Telesys

Nun hat Microsoft ja Teams von den Office-Paketen entkoppelt, auf Druck einer drohenden Untersuchung der EU. Wird das zu mehr Wettbewerb führen – denn bislang sind die Redmonder ja der Platzhirsch?

Rücker: Ich glaube, da wird sich wenig verändern. Das Office-Paket wird ja nicht günstiger, sondern mit der Funktion Teams zwei Euro teurer. Die Kunden haben sich in den vergangenen Monaten auch daran gewöhnt, dass Microsoft regelmäßig die Lizenzgebühren erhöht.

Kritiker von Teams-Telefonie führen ja immer ins Feld, dass Microsoft eine ganze Reihe von Funktionen nicht anbietet. Das scheint sich aber sukzessive zu ändern ...

Rücker: In der Tat hat Microsoft in den vergangenen Monaten einige Neuerungen eingeführt, beispielsweise die Einbindung von ausgewählten DECT-Schnittstellen, oder auch die Möglichkeit, Endgeräte ohne Teams-Schnittstelle über SIP anzubinden. Am Ende entscheidet Microsoft, was sie anbieten wollen.

Und gibt es Funktionen, die die Anwender wirklich vermissen?

Rücker: Häufig wünschen sich Nutzer eine Pick-up-Lösung, also die Anrufübernahme. Was am Ende aber kommt, hängt davon ab, welches Potenzial Microsoft darin sieht. Und es wird schon deutlich, dass die Redmonder die Wünsche der europäischen Nutzer jetzt stärker beobachten.

Viele TK-Systemhäuser berichten auch, sie hätten Kunden an einen Microsoft-Partner verloren, weil der Teams-Telefonie einfach mitgemacht habe. Ist Ihnen das auch passiert?

Rücker: Auch uns hat das eine oder andere Systemhaus überrannt, auch wenn die Lösung am Ende vielleicht etwas holprig war und wir als ‚Telefon-Experten‘ sicherlich einen besseren Weg gefunden hätten. Am Ende steht in der Mitte aber ein System und außen herum alle Möglichkeiten wie DECT, Fax, Contact Center und so weiter. Wir haben also einen ganzen Baukasten von Lösungen, die wir anbieten können und auch sollen. Eigentlich sollte es für ein Systemhaus gleichgültig sein, ob in der Mit-

te eine traditionelle PBX oder Microsoft Teams steht.

Das ist aber auch ein dringender Aufruf an Kollegen, sich mit Teams zu beschäftigen.

Rücker: Auf jeden Fall, man kommt daran nicht vorbei. Und wir haben auch bei vielen Kundenprojekten sehr positives Feedback bekommen, wie professionell wir als Kommunikationsexperten Telefonie in Teams realisieren – viele IT-Reseller machen das so mit, für uns ist es der Fokus.

Sollen Systemhäuser auch die Teams- und Office-Lizenzen anbieten?

Rücker: Das ist nicht so wichtig, rundet das Angebot aber ab. Wir machen das auch, aber noch nicht so lange. Der Vorteil ist: Wir können Kunden beim Onboarding besser unterstützen. Und letztendlich haben alle größeren Distributoren ein entsprechendes Programm, auch mit Schulungen.

Eine kontroverse Diskussion im Workshop drehte sich ja auch um die Frage, wie komplex das Lizenzsystem von Microsoft ist ...

Rücker: Ich bin immer noch der Meinung, dass es gar nicht so komplex ist (*lacht*). Bei Microsoft können Lizenzen ja nur gemietet werden, da bin ich als Systemhaus viel flexibler. Am Ende kommen drei oder vier Pakete in Frage, die aufeinander aufbauen. Da ist die Entscheidung relativ einfach.

Sie haben auch darauf hingewiesen, TK-Experten sollten sich die Beratung und das Consulting endlich bezahlen lassen ...

Rücker: Auf jeden Fall, viele machen das nach wie vor nicht – während das in der IT einfach Usus ist. Davon können wir lernen. Consulting gehört heute zu jedem Angebot, das wollen die Kunden und sie sind auch bereit, das zu bezahlen. Es gibt ja immer noch die Möglichkeit, bei einer Auftragsvergabe das Consulting dann gegenzurechnen.

Unter den Teilnehmern in München machen das aber erstaunlich wenige. Überrascht Sie das?

Rücker: Leider nicht, deshalb sollte hier dringend ein Umdenken stattfinden. Viele sagen immer noch, das gehört zu unserem Service. In einem IT-Haus wird das nicht als Service, sondern als Consulting bezeichnet, das auch bezahlt werden muss. Das sollten wir auch dringend so sehen. Wir alle müssen in diesem Bereich einfach selbstbewusster werden. ■

Interview: Waltraud Ritzer

Awards für die besten Ideen

Bereits zum vierten Mal hat Telecom Handel die „Best Practice Awards“ verliehen. Prämiert wurden ausgezeichnete Konzepte von Fachhändlern, Shopbetreibern und Systemhaus-Inhabern

Mehr als 150 Nominierungen erreichten **Telecom Handel** für die diesjährigen Best Practice Awards. Erneut konnten Hersteller, Distributoren, Netzbetreiber und andere Unternehmen der Telekommunikationsbranche ihre Handelspartner für einen der begehrten Awards nominieren,

mit denen eine Expertenjury die besten Shop- und Systemhaus-Betreiber des Jahres 2023 auszeichnete. Einreichungen gab es dabei in den sieben Kategorien Web-Präsenz, Local Hero, Personalführung, Shopgestaltung, Marketing, Service und Innovation. 23 engagierte Unternehmer konnten sich

über einen oder mehrere der 26 Awards freuen, die auf der Communicate! in München überreicht wurden. Fünfmal vergab die Jury einen Platin-Award, achtmal Gold und 13-mal Silber. Die **Telecom Handel**-Redaktion gratuliert allen Preisträgern und wünscht weiterhin gute Geschäfte. ■



Michél Alsleben,
Talk & Phone, Berlin
(SILBER)



Kai Mosner,
Highspeed Media,
Remscheid
(GOLD)

SERVICE



Oliver H. Schäfer,
Smart Mobile
Solutions, Ettlingen
(SILBER)



Jury

Die Jury setzte sich zusammen aus Henning Gajek (teltarif.de), Björn Habenschaden (Vocatus AG), Ingrid Lommer (Internet World Business), Alexander Schwer (Ebner Media Group) und Stephan von Voithenberg (Telecom Handel).

Kategorien

Die Händler konnten in sieben Kategorien nominiert werden: Innovation, Service, Shopgestaltung, Local Hero, Web-Präsenz, Marketing und Personalführung.



INNOVATION



Kai Smetana,
Smetana Mobilfunk,
Schwarzenberg
(SILBER)

Ohne Bild:
Michael Falterer,
fonland GROUP, Markt
Schwaben (GOLD)

Bernd Marlow,
SOS DOC Service,
Wittenburg (GOLD)



PERSONALFÜHRUNG



Bernd Marlow,
SOS DOC Service,
Zarrentin
(PLATIN).
Im Bild: Ulrike
Janzon und Genia
Spann (Mitte)

Ohne Bild:
Michael Falterer,
fonland GROUP,
Markt Schwaben (SILBER)



Ahmed Basyigit,
Mobile and More,
Morsbach
(PLATIN)



Martin Kiekbusch,
MAKI-Agentur,
Lübz
(GOLD)



Torsten Pietsch,
Der Handyman,
Arnstadt
(GOLD)
Im Bild:
Marvin Pietsch



Zia Kodja,
Telnet, München
(SILBER)



SHOPGESTALTUNG

LOCAL HERO



Christopher Preisinger,
Handybörse Rosenheim,
Rosenheim
(PLATIN)



Mathias Netzhammer
und Matthias Müller,
APM, Waldshut-Tiengen
(GOLD)



Sezayi Er,
SE-Center, Mitterteich
(SILBER)



Tommy Krüger,
TechnikFuchs, Zingst
(SILBER)



Perry Rodewald,
COM2PERO, Wismar
(SILBER)



WEB-PRÄSENZ



Michael Falterer,
fonland GROUP,
Markt Schwaben
(PLATIN)



Stefan Georges,
TALK-POINT,
Eilenburg
(GOLD)

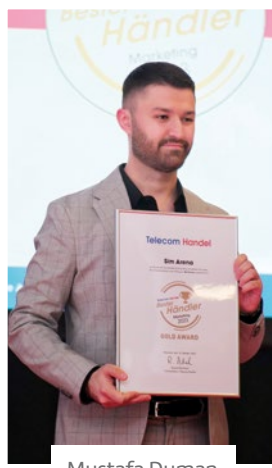


Gürol Alpay,
Anadol
Kommunikation,
Nürnberg
(SILBER)



Boris Djuras, Fabian Leinhos, Darko Djuras,
BCS Mobile, München (SILBER)

Hubert Mayr,
Handy-Insel Miesbach,
Miesbach (PLATIN)



Mustafa Duman,
Sim Arena, Berlin
(GOLD)



Sven Liebert, Versus Marketing,
Leipzig (SILBER). Im Bild:
Andreas Steps und Martin Müller



Igor Gerecke,
Pirates4Mobile,
Potsdam (SILBER).
Im Bild: Christian Filipic

John-Charles Simon und Uwe Otto,
Clever Group, Heidenheim
(SILBER)



MARKETING





Verkehrte Welt

Der Smartphone-Markt erlebt einen starken Einbruch, dafür werden immer hochwertigere Geräte gekauft. Das hat Einfluss auf die Marktanteile der Hersteller

Die Smartphone-Verkäufe erleben dieses Jahr einen bisher so nicht erlebten Einbruch. Auf dem Weltmarkt sollen sie gegenüber dem auch schon schwachen Vorjahr laut IDC um 4,7 Prozent auf 1,15 Milliarden Geräte zurückgehen, das wäre der niedrigste Wert seit zehn Jahren. Der Absatz im deutschen Markt ging laut der GfK in den ersten drei Quartalen im Jahresvergleich um 15,9 Prozent auf zwölf Millionen Geräte zurück. Für Europa rechnen Analysten erst für das nächste Jahr wieder mit einer Erholung.

Nicht so stark wie der Absatz sinkt zumindest der Umsatz mit Smartphones: Laut der GfK stieg der durchschnittliche Verkaufspreis in den ersten drei Quartalen dieses Jahres um 10,4 Prozent auf einen Höchstwert

von 688 Euro – vor vier Jahren waren es gerade mal 481 Euro. Von Januar bis September stieg zudem als einziges das Preissegment über 1.000 Euro im Volumen.

So werden die Smartphones immer hochwertiger, damit steigt aber auch die Nutzungsdauer an. Wer heute ein iPhone kauft, erhält mindestens fünf Jahre lang Updates und eine leistungsfähige Hardware, die auch in einigen Jahren noch mit den meisten Apps klarkommen dürfte. Laut der GfK nutzen inzwischen 37 Prozent der Deutschen ihre Smartphones länger als drei Jahre, 2019 waren es nur 29 Prozent. Wechsel im früher aufgrund der Subventionierung üblichen Rhythmus von zwei Jahren oder kürzer gibt es dagegen immer seltener.

Wertiger und länger nutzbar scheinen also wichtige Kaufkriterien zu werden: Von diesem Trend zu Premium-Modellen profitieren vor allem Apple und Samsung, die in dieser Klasse klar dominieren. Andere Hersteller wie Xiaomi, Sony oder Motorola sind zwar präsent, verkaufen aber nur kleine Stückzahlen. „Da der Wettbewerb im High-end-Segment intensiv ist und von Apple und Samsung dominiert wird, sollten andere ambitionierte Anbieter andere Segmente ins Visier nehmen, um sich zu etablieren. Chancen ergeben sich im Segment unter 200 US-Dollar, da Samsung diesem weniger Priorität einräumt und andere Anbieter es verlassen, weil sie mit der Profitabilität kämpfen“, rät etwa Runar Bjorhovde von Canalys.

Foto: vovidzha / Shutterstock

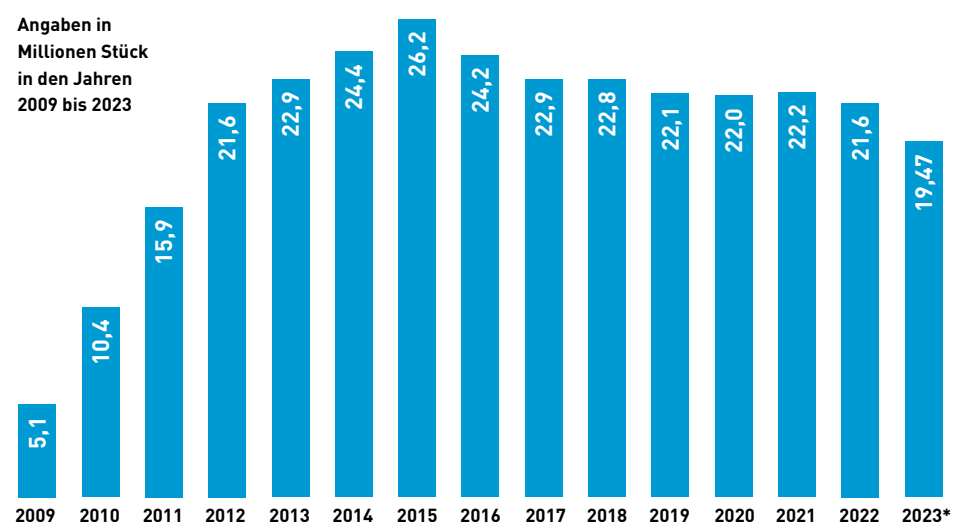
Absatz, Marktanteile und Umsätze



Den Start seiner neuen Foldables der Z-Serie hat Samsung im Sommer in seinem Flagship-Store in Seoul sowie weltweiten Pop-up-Stores zelebriert

Absatz von Smartphones in Deutschland

Angaben in Millionen Stück in den Jahren 2009 bis 2023



Seinen Höhepunkt erlebte der Smartphone-Boom in Deutschland im Jahr 2015

Telecom Handel 12-13/23 Quelle: Counterpoint Research *: Prognose

Samsung

In Deutschland sind die Koreaner seit vielen Jahren Marktführer und können diese Position auch aktuell verteidigen. Auf dem Weltmarkt gingen die Verkäufe dieses Jahr zwar zurück, doch mit einem Marktanteil von 20 Prozent lag der Hersteller auch im dritten Quartal vorne. Samsung ist einer von wenigen verbliebenen Vollsortimentern, die bis auf die Preisklasse unter 100 Euro und die Feature Phones den gesamten Markt bedienen. Die A-Klasse ist im Einstiegs-Segment und der Mittelklasse erfolgreich, während in der Oberklasse sowohl die konservativen Käufer mit der S-Klasse und die Tech- oder Fashion-Fans mit den inzwischen ausgereiften Foldables der Z-Serie abgeholt werden.

Auch wenn die absoluten Verkaufszahlen der Falter noch gering sind, dominiert Samsung – auch wegen schwacher Konkurrenz – diese Nische in Deutschland und kann offenbar zunehmend auch Apple Käufer abjagen. Ein weiterer Vorteil der Koreaner ist die Immunität gegenüber den Sicherheitsdebatten bei Produkten aus China, denn die Smartphones werden in der Heimat sowie anderen Ländern wie Indien oder Vietnam hergestellt.

Fazit: ➡

Samsung hat eine breite Modellpalette und profitiert von seiner breiten Aufstellung im Markt. Damit dürfte der erste Platz weiter gesichert bleiben.

Apple

Auch wenn die Kultmarke immer wieder versucht, ihr Geld nicht nur primär mit dem iPhone zu verdienen, will das nicht so recht gelingen: Rund 50 Prozent des Apple-Umsatzes kommen weiterhin von dem Smartphone. Damit ist jede neue Generation zum Erfolg verdammt, was aber aktuell kein Problem ist, denn das iPhone 15 hat sich laut Counterpoint Research zumindest im wichtigen Heimatmarkt USA zum Start besser verkauft als der Vorgänger.

In China, dem drittgrößten Markt für Apple nach den USA und Europa, ließ das Käuferinteresse allerdings schneller nach,

was unter anderem an der starken Konkurrenz der Foldables einheimischer Hersteller im Premium-Segment liegen dürfte. Im Reich der Mitte kämpft der Konzern zudem mit politischen Problemen, denn die Regierung hatte im Sommer einigen Behörden aus Sicherheitsgründen untersagt, iPhones zu nutzen – offenbar um das bereits länger bestehende US-Embargo gegenüber heimischen Herstellern wie Huawei zu kontern.

Solche Querelen kann Apple kaum gebrauchen, zumal ein großer Teil der iPhones in China bei Auftragsfertigern wie Foxconn gebaut wird. Die dortigen Arbeitsbedingungen haben das Image der Marke bisher immer wieder gestört, ein Rückzug aus dem Land könnte aber noch mehr politischen Druck bringen, der konkret bei patriotischen chinesischen Käufern Auswirkungen haben dürfte.

Eine positive Perspektive auch auf dem deutschen Markt ist dagegen der immer stärkere Verkauf refurbished iPhones durch Apple selbst, mit dem man neue Preispunkte nach unten erschließen und gleichzeitig ein „grünes“ Image pflegen kann.

Fazit: ➡

Apple profitiert noch vom Boom im Premium-Segment, doch langsam müssen mal wieder Innovationen wie ein Foldable für die anspruchsvolle Kundschaft kommen.

Xiaomi

Noch ist Xiaomi komfortabler Dritter auf dem Weltmarkt und auch in Deutschland. Doch die Verkäufe gingen dieses Jahr stärker zurück als der Gesamtmarkt. Vor allem in der lukrativen Oberklasse fehlt es der Marke weiter an Prestige, was auch daran liegt, dass wirklich innovative Flaggschiffe wie die Foldables gar nicht hierzulande verfügbar sind oder wie das 13 Ultra viel später als in der Heimat auf den Markt kommen. Stückzahlen macht Xiaomi in Süd- und Osteuropa vor allem mit den günstigen Redmi-Serien, die oft sehr preisaggressiv vermarktet werden.

Auch die angestrebte breite Präsenz im deutschen Fachhandel scheint momentan nur noch eine Nebenrolle zu spielen, denn hier erreichten uns in den vergangenen Mo-

naten Berichte über reduzierte Aktivitäten. Der Fokus scheint auf anderen, weniger anspruchsvollen Märkten und möglicherweise auch neuen Produktkategorien wie dem ersten eigenen Elektroauto zu liegen, das jetzt in China vorgestellt wurde.

Unberührt war Xiaomi dagegen bisher von den politischen Debatten um chinesische Hersteller, hier versucht man sich klar als Anbieter für Consumer zu positionieren und so kritischen Fragen zur Sicherheit zu entgehen. Allerdings sorgt das anhaltende Engagement in Russland inzwischen in manchen Ländern für schlechte Schlagzeilen, etwa in Finnland, wo große Netzbetreiber Xiaomi öffentlichkeitswirksam aus dem Portfolio genommen haben.

Fazit: ➡

Dem starken Start folgt nun ein Kater, das Xiaomi-Management muss entscheiden, wie wichtig der deutsche Markt für die Strategie überhaupt ist.

Google

Der vierte Platz ist sowohl auf dem Weltmarkt als auch in Deutschland hart umkämpft. Während global Oppo (mit der Tochter OnePlus), Realme und Vivo hier hart kämpfen, sind diese Hersteller wegen des Verkaufsverbots hierzulande nicht mehr vertreten. Genutzt hat diese Lücke unter anderem Google, wo die eigenen Pixel-Smartphones – darunter auch das erste Foldable – inzwischen umfassender als in den Vorjahren vermarktet werden. Dabei kommt nicht mehr nur primär der Online-Handel beim Vertrieb zum Einsatz, sondern auch stationäre Geschäfte. Global ist der Web-Riese, der seit 2016 seine Pixel-Smartphones anbietet, noch ein Zwerg mit rund zehn Millionen verkauften Smartphones. Viele Märkte werden gar nicht beliefert, stark ist Google vor allem in Japan und Nordamerika.

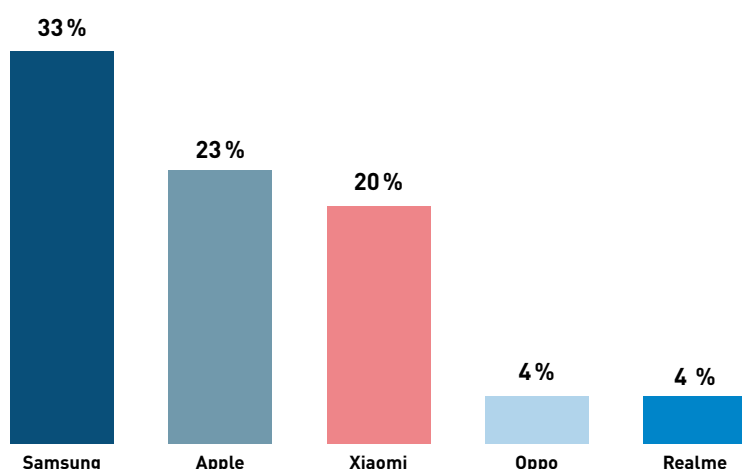
Fazit: ➡

Google legt gegen den Trend zu und wird damit zum ernsthaften Konkurrenten – man darf gespannt sein, wie die anderen Hersteller, die Android nutzen, diese Konkurrenz aufnehmen.



Die Marke Tecno der chinesischen Transsion-Gruppe könnte den sehr günstigen Falter Phantom V Flip bald auch nach Europa bringen

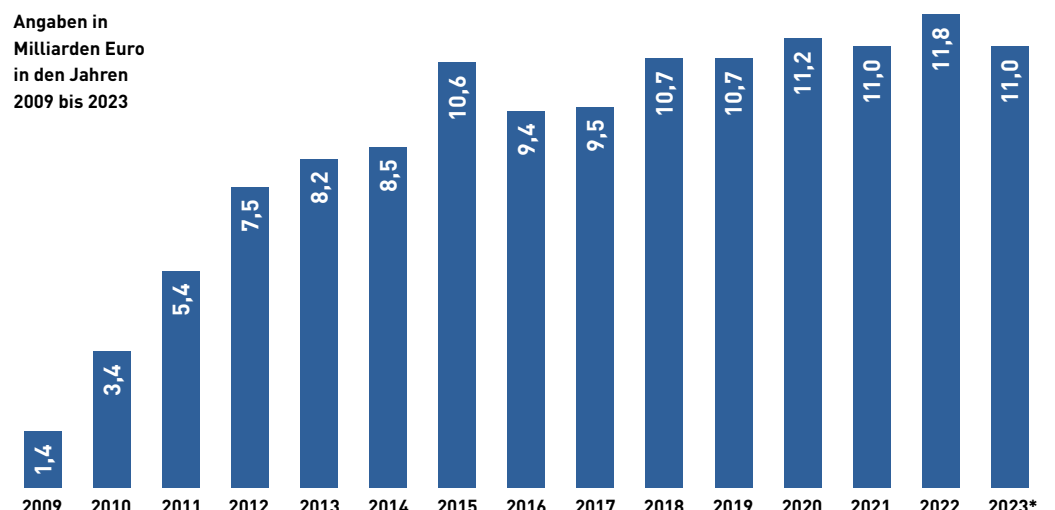
Marktanteile der führenden Hersteller am Absatz von Smartphones in Europa im 2. Quartal 2023



In Europa machen die drei größten Hersteller drei Viertel der Verkäufe aus
Telecom Handel 12-13/23 Quelle: Counterpoint Research

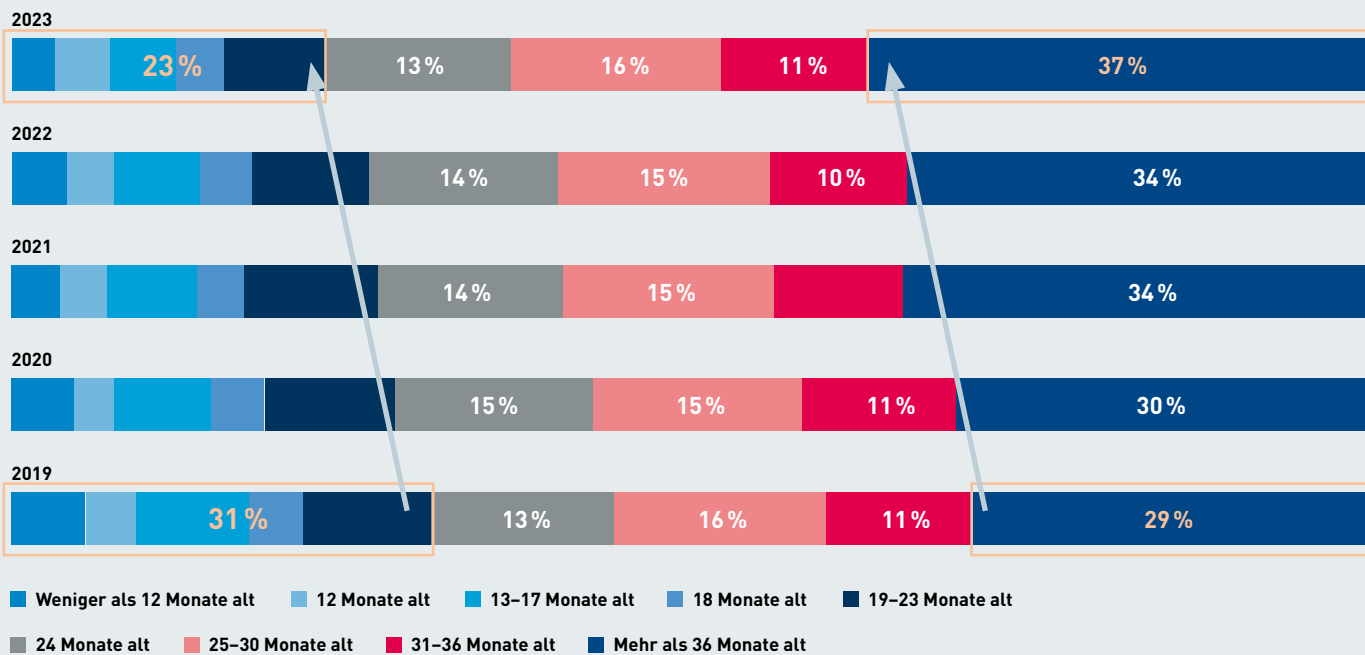
Umsatz mit Smartphones in Deutschland

Angaben in Milliarden Euro in den Jahren 2009 bis 2023



Da Smartphones immer teurer werden, ist der Einbruch beim Umsatz weniger dramatisch
Telecom Handel 12-13/23 Quelle: Bitkom; IDC; EITO *: Prognose

Verbraucher nutzen ihr Smartphone länger als jemals zuvor



37 % behalten ihr Smartphone länger als sechs Monate, 2019 waren es nur 29 % der Konsumenten

Telecom Handel 12-13/23

Quelle: gfknewron Consumer 2019 und Q2 2023

Huawei

Während die fehlenden Google-Dienste und 5G-Modems in Europa den einstigen Herausforderer bei Smartphones nur noch eine Nebenrolle spielen lassen, gelingt gerade in der chinesischen Heimat ein Comeback unter den Top-Playern. Denn dort spielen die US-Dienste ohnehin keine Rolle und das neue eigene Chipset Kirin 9000S ist offenbar 5G-fähig, auch wenn die Details dazu noch nebulös erscheinen. Zudem sind die Smartphones bei den Kameras immer noch weit vorne, und auch schicke Foldables kann Huawei. Das selbst entwickelte Betriebssystem HarmonyOS, das es hierzulande bisher nur in Tablets gibt, könnte in der Heimat tatsächlich gerade den Durchbruch erleben.

Fazit: ➔

Solange die Probleme bei den Smartphones für den deutschen Markt nicht gelöst sind, sind die Perspektiven begrenzt. In der Heimat zeigt Huawei dagegen gerade wieder sein Potenzial.

Honor

Die ehemalige Tochter von Huawei bemüht sich seit fast drei Jahren wieder mit Google-Diensten und 5G um Marktanteile und ist damit vor allem in der Heimat zeitweise als Marktführer erfolgreich. Nach Europa kamen bisher nicht alle Modelle, und wenn, dann teilweise mit langer Verzögerung wie das Foldable Magic V2, das fast ein halbes Jahr nach dem Verkaufsstart in China hierzulande aufschlagen soll. Auch deshalb stellt sich die Frage, wie wichtig Europa wirklich für die Marke ist, zumal die Vermarktungsaktivitäten eher verhalten sind.

Fazit: ➔

Mit einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis könnte Honor hierzulande viele Smartphones verkaufen, doch es bleibt fraglich, wie stark das Engagement wirklich ist.

Motorola

Als einer von wenigen Herstellern tritt die Lenovo-Tochter auf dem deutschen Markt mit einem breiten Sortiment von der 100-Euro-Einsteigerklasse bis zu hochwertigen Foldables an. Mit dem seit diesem Jahr verfügbaren ThinkPhone werden zudem Synergien mit der Mutter im B2B-Bereich genutzt.

Inzwischen wurde auch die Vermarktung über den Handel intensiviert, so dass der angepeilte Angriff auf den dritten Platz auf dem deutschen Markt mittelfristig möglich erscheint. Vor allem das Foldable Razr 40 Ultra, das viel positive Reaktionen bewirkte, bringt einen Image-Schub für die Marke.

Fazit: ➔

Motorola ist wieder stärker auf dem deutschen Markt unterwegs und wird damit zur Alternative zu den Platzhirschen.

Nokia

HMD Global hält offenbar noch bis 2026 die Lizenz, Handys und Smartphones unter der

Marke Nokia zu produzieren. Kürzlich überraschte der CEO Jean-Francois Baril mit der Ankündigung, künftig auch Smartphones unter der Marke HMD auf den Markt bringen zu wollen. Ob dann die – wahrscheinlich kostspielige – Nokia-Lizenz noch einmal verlängert wird, ließ er offen. Der Schritt folgt einer modifizierten Strategie, bei der ein stärkerer Fokus auf dem Thema Nachhaltigkeit liegen soll. Auch werden verstärkt B2B-Kunden angesprochen, hier ist man beispielsweise als Lieferant der Deutschen Bahn bereits erfolgreich unterwegs.

Fazit: ➔

Das Consumer-Geschäft schwächelt bei Nokia, deshalb ist der Fokus auf B2B der richtige Schritt. Der Umstieg auf die wenig bekannte Marke HMD wäre allerdings gewagter.

Die Anderen

In den vergangenen Jahren gab es immer wieder neue Herausforderer, zuletzt griffen OnePlus, Oppo, Vivo und Realme auf dem deutschen Markt an. Sie sind aber seit einigen Monaten von Verkaufsverboten betroffen, die aus einem Patentstreit mit dem Netzwerkausrüster Nokia resultieren. Ein Comeback wird zwar nach einer Einigung offiziell noch immer angestrebt, doch in der Realität haben alle betroffenen Hersteller ihre deutschen Vertriebsorganisationen abgewickelt und die Aktivitäten eingestellt.

Es gäbe also Raum für neue Player: 2022 startete etwa Nothing, hinter dem der OnePlus-Gründer Carl Pei steht, mit einem ungewöhnlich gestalteten Smartphone. Inzwischen ist die zweite Generation auf dem Markt, das Interesse scheint aber etwas nachgelassen zu haben.

Sony ist dagegen schon seit dem Beginn der Handy-Ära dabei. Die Xperia-Smartphones sind aber in dem Elektronikkonzern nur noch ein kleiner Bereich, der die Nische der Foto- und Video-Fans mit hochwertigen und teuren Geräten bedient. Große Fortschritte sind angesichts der geringen Priorität nicht zu erwarten.

Bei Gigaset kämpft man aktuell mit der Restrukturierung in der Insolvenz – welche Rolle die Smartphones künftig im Portfolio spielen werden, ist noch unklar.

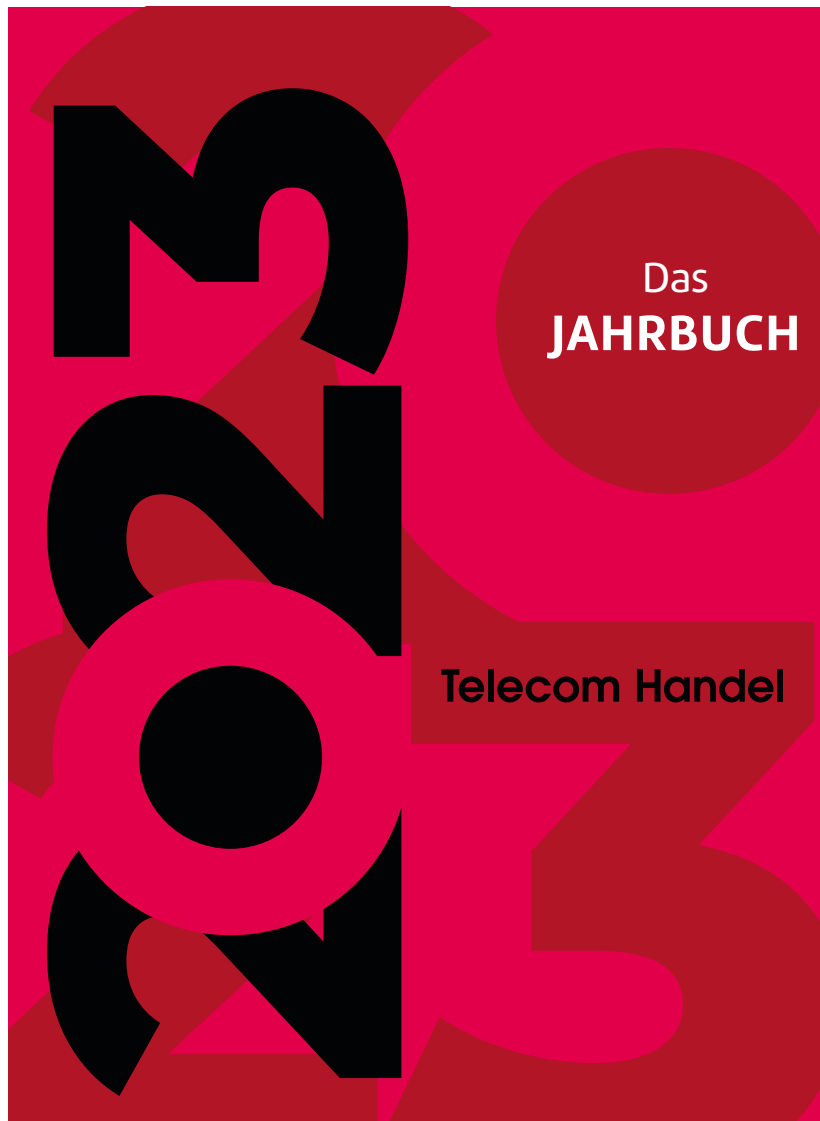
Ein potenzieller Newcomer wäre die chinesische Gruppe Transsion, die unter den Markennamen iTel, Tecno und Infinix Smartphones vor allem in Afrika und Indien erfolgreich vermarktet und damit dieses Jahr in die weltweiten Top Five vorstoßen konnte. Die Marke Tecno, von der es im September erstmals ein Smartphone für 100 Euro bei Aldi gab, scheint bereit für den Schritt nach Europa mit einer weiteren Präsenz. Ein solcher Preisbrecher – Tecno hat auch schon ein kompaktes Foldable für weniger als 700 Euro gezeigt – wäre sicher eine Bereicherung für diesen Markt, auf dem sich in den vergangenen zwei Jahren ein halbes Dutzend Anbieter vor allem im unteren Segment zurückgezogen haben.

China ist für Apple einer der wichtigsten Märkte, doch die Konkurrenz durch einheimische Hersteller ist stark



Boris Boden
telecom-handel.de/bb

COMING



SOON

Mehr Infos: sales@telecom-handel.de

Die Merkmale der Broadline-Distribution

Broadline-Distribution ist eine Geschäftsstrategie, bei der ein Unternehmen oder Distributor eine breite Palette von Produkten und Lösungen aus verschiedenen Kategorien anbietet. Diese Kategorien können vielfältig sein und reichen von ITK-Hardware und -Software über Elektronik, Bürobedarf und Konsumgüter bis hin zu industriellen Komponenten und mehr. Die Hauptmerkmale der Broadline-Distribution sind:

- **Umfassendes Produktsortiment:** Ein Broadline-Distributor zeichnet sich durch die Bereitstellung einer großen Auswahl an Produkten aus, die die Bedürfnisse verschiedener Branchen und Kunden abdecken.
- **Kundenorientierung:** Broadline-Distributoren legen Wert darauf, eine große Kundengruppe zu bedienen, von kleinen Unternehmen bis hin zu großen Konzernen. Sie bieten Lösungen für eine Vielzahl von Anforderungen, um eine breite Kundenbasis zu erreichen.
- **Effiziente Logistik und Beschaffung:** Um die Lieferung eines breiten Produktsortiments zu ermöglichen, investieren Broadline-Distributoren in leistungsstarke Logistiksysteme und effiziente Beschaffungsprozesse, um die Bedürfnisse ihrer Kunden zu erfüllen.
- **Kundenberatung und Support:** Viele Broadline-Distributoren bieten umfassende Beratung und Unterstützung für Kunden, um ihnen bei der Auswahl der am besten geeigneten Produkte und Lösungen zu helfen.
- **Einsparungen und Effizienz:** Die Konzentration auf einen einzigen Distributor kann für Unternehmen Kosteneinsparungen und Effizienzsteigerungen bedeuten, da sie von Mengenrabatten und einer vereinfachten Lieferkette profitieren.

Die Aufgaben ändern sich

Cloud und Services werden für die Distributoren immer wichtiger



Unkenrufe, dass die Distribution am Scheideweg sei, gibt es schon seit vielen Jahren. Doch in der jüngsten Vergangenheit wurde die Branche in der Tat kräftig durchgerüttelt, und das hat durchaus Spuren hinterlassen. Erst Corona, dann die Lieferengpässe – und als man glaubte, Erholung sei in Sicht, folgte der Ukrainekrieg sowie vor kurzem auch die Eskalation des Nahostkonflikts.

Dabei steht die ITK-Branche insgesamt unter Druck – einige Bereiche sogar besonders stark: So hat die Talfahrt der PC-Verkäufe auch im dritten Quartal kein Ende gefunden. Im Juli, August und September lieferten Hersteller den Analysten von Gartner zufolge weltweit 64,3 Millionen Einheiten aus. Das entspricht einem Rückgang von neun Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Damit schrumpfte der Markt für Desktops und Laptops im achten Quartal in Folge. Die Marktforscher gehen jedoch inzwischen von einem leichten Wachstum im vierten Quartal aus. Das ist zumindest ein Hoffnungsschimmer, denn das PC-Geschäft war jahrelang einer der Hauptumsatzbringer in der Distribution – vor allem bei den Broadlinern wie Also, Ingram Micro oder TD Synnex, ehemals Tech Data.

Ein weiteres Beispiel: Auch die Smartphone-Verkäufe stehen in diesem Jahr unter Druck. Weltweit sollen sie gegenüber dem auch schon schwachen Vorjahr laut IDC um 4,7 Prozent auf 1,15 Milliarden Geräte zurückgehen. Deutschland ist besonders betroffen. Hierzulande ging der Absatz laut der GfK in den ersten drei Quartalen im Jahresvergleich um 15,9 Prozent auf zwölf Millionen Geräte zurück. Für Europa rechnen Analysten erst für das nächste Jahr wieder mit einer Erholung (siehe Seite 12). Dies trifft vor allem die TK-Distributoren hart, für die der Smartphone-Verkauf viele Jahre lang der Goldesel war.

Unterm Strich, und das ist schon lange klar, muss sich die Distribution neu erfinden – das gilt vor allem für den B2B-Bereich, die Zusammenarbeit mit Systemhäusern und Integratoren. Denn die GK-Reseller entwickeln sich immer mehr zu Managed Service Providern und stellen ihre Geschäftsmodelle sukzessive vom Projekt- auf das On-Prem-Geschäft um – was vermehrt den Verkauf von Cloud-Lösungen zur Folge hat.

Handel im Wandel

Durch die Pandemie wurde diese Entwicklung noch einmal deutlich beschleunigt: Großunternehmen, die bereits seit Jahren gewohnt waren, Private wie Public Cloud zu nutzen, bauten diese Nutzung weiter aus. Über 80 Prozent der Großunternehmen nutzen die Public Cloud laut verschiedenen Studien mittlerweile auch für unternehmenskritische Anwendungen. Hauptzielgruppe für den Channel ist aber der Mittelstand – und mittlerweile nutzen knapp 50 Prozent

der Mittelständler die Cloud für unternehmenskritische Anwendungen. Im Bereich UCC liegt dieser Anteil zwar noch bei knapp 13 Prozent, wird in den kommenden Jahren aber ebenfalls deutlich ansteigen.

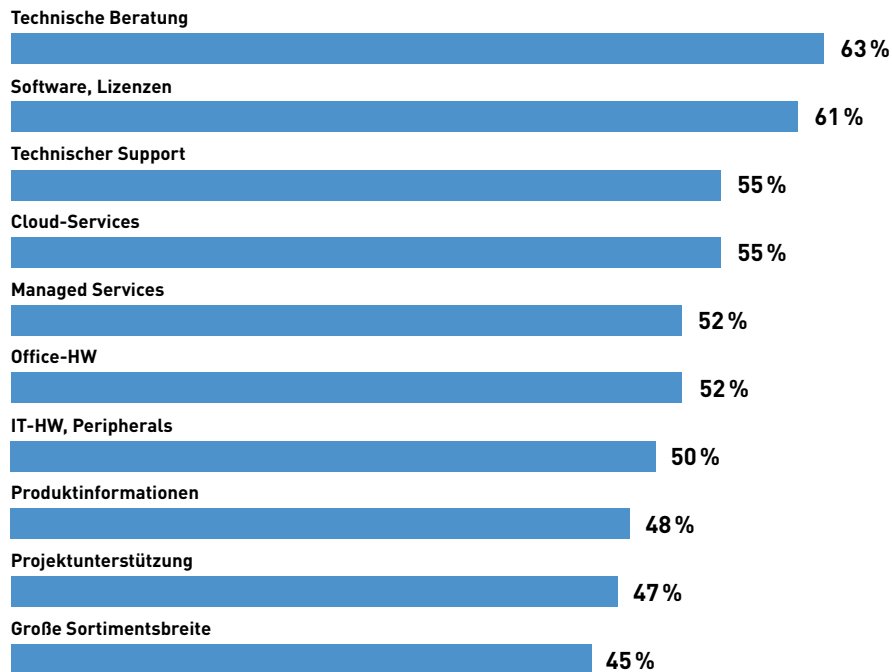
Der Mittelstand, die Hauptklientel Tausender von Systemhäusern, hat Lockdownbedingt und in Ermangelung von Alternativen innerhalb sehr kurzer Zeit eine Trendwende vollzogen. Der früher weit verbreitete Ansatz „On-Premises First“ wurde aufgegeben. Als Folge wurden der Channel und die Distribution mit einer gestiegenen Nachfrage an Hardware konfrontiert, um mobiles, Cloud-zentriertes Arbeiten zu ermöglichen. Parallel aber wurden bestehende Prozesse in die Cloud verlagert und neue begonnen mit der Prämisse, „Cloud First aufzubauen“. Damit verändern sich aber auch die Aufgaben der Distributoren.

Einerseits gibt es bezogen auf die Hardware ein Auf und Ab bei den verschiedenen Warengruppen: Headsets, Webcams und Co. werden immer noch gut nachgefragt – auch



Die Logistik spielt seit jeher eine gewichtige Rolle in der Distribution. Bei den Broadlinern ist sie allein aufgrund der Menge noch wichtiger

Anforderungen: Distribution, Beratung und Support



63 Prozent geben an, dass das Angebot von „guter technischer Beratung“ durch den Distributor für sie wichtig oder sehr wichtig ist

Telecom Handel 12-13/23

Quelle: ISCM, Mehrfachnennungen möglich

weil die Ansprüche der Mitarbeiter im Homeoffice gestiegen sind. Auch die Ausstattung kleiner Konferenzräume, sogenannter Huddle Rooms, erlebt eine Renaissance – ein Bereich, der während der Homeoffice-Pflicht weitgehend zum Erliegen kam.

Im Gegenzug geht der Absatz von Festnetztelefonen seit Jahren zurück, das gilt auch für die Geschäfte mit Druckern und anderen Peripheriegeräten.

Eine Herausforderung für die Distributoren. Auf der einen Seite müssen sie entspre-

chende Hardware vorrätig halten, auf der anderen Seite kann es aber sein, dass Modellgruppen längere Zeit im Lager liegen. Das ist kostenintensiv. Auf der anderen Seite gilt es, die Cloud-Geschäfte voranzutreiben. Die Broadliner haben sich in dem Bereich bereits gut aufgestellt und bauen ihre Cloud-Marktplätze beständig aus. Komsa wiederum hat ebenfalls einen eigenen Marktplatz am Start, der allerdings von Beginn an stark darauf zugeschnitten wurde, dass Reseller den Vertrag mit ihren Kunden halten können – das war und ist bei den Broadlinern nicht immer der Fall. Andere Distributoren wie beispielsweise ADN konzentrieren sich dabei zunehmend auf ausgewählte Bereiche und bauen eine MSP-Plattform für das Security-Umfeld auf. Diese Entwicklung ist auch nötig, denn die Bedürfnisse der Systemhäuser haben sich geändert. Das zeigt auch eine Umfrage des iSCM-Instituts. Reseller wünschen sich von ihren Distributionspartnern vor allem Value Added Services wie technische Beratung, Software und Lizenzen, technischen Support, Cloud-Services und Managed Services (siehe Chart).

Allerdings müssen diese Services auch finanziert werden, und hier sind die Hersteller ebenfalls gefragt. ■



Waltraud Ritzer
telecom-handel.de/wr

Klartext

Der Kostendruck in der Distribution ist enorm, auch aufgrund sinkender Margen. Gleichzeitig erwarten Hersteller und auch Reseller, dass die Distributoren ihre Services beständig ausbauen, sowohl bei der technischen Beratung als auch in der Cloud. Das alles kostet Geld – und muss sich für die Distributoren auch rechnen. Und hier stoßen viele an ihre Grenzen: Viele Reseller erwarten, dass diese Services kostenlos sind oder zum Selbstkostenpreis angeboten werden. Hier wäre es gut, wenn die Anbieter und Hersteller diese Services auch finanziell besser unterstützen würden.



White Label Billing: Minimieren Sie Ihren Rechnungsaufwand

Entwickeln Sie neue Geschäftsfelder mit dem White-Label-Modell.

Unsere Plattform bietet die Schnittstelle, um Telekommunikations- und Clouddienste für Ihre Kunden zu schalten und abzurechnen. Dabei behalten Sie das Vertragsverhältnis zum Endkunden in der eigenen Hand. Neben Sewan-Lösungen können auch eigene Leistungen abgerechnet werden. So können Sie sowohl Ihre Produktpakete als auch Ihre Preise individuell gestalten. Die Plattform ermöglicht es, Rechnungen automatisiert zu erstellen und zu versenden. Zusätzlich können Sie Ihren Kunden Zugang zu Customer-Self-Care-Portalen im eigenen Look-and-Feel gewähren.

Internetzugang

DSL, Glasfaser & mehr

Telefonie

SIP Trunk, Rufnummern, Cloud-Telefonanlage

Billing as a Service

eigene Dienste abrechnen





Ein kleiner Titan



Der Rahmen aus Titan
wirkt sehr hochwertig und reduziert das Gewicht der beiden Pro-Versionen des iPhone 15 deutlich

Das iPhone 15 Pro bringt einige Änderungen bei den Materialien und der Hardware.
Wir haben die Top-Variante Pro Max mit Fokus auf die Neuerungen unter die Lupe genommen

iPhone 15 Pro Max	
Hersteller	Apple
Modell	iPhone 15 Pro Max
Web	www.apple.com/de
Preis	ab 1.449 Euro
Maße (L x B x H)	160x77x8
Gewicht in Gramm	221
Geschütztes Gehäuse	IP68
Betriebssystem	iOS 17
Prozessor	Apple A17 Pro, 3,8 GHz Hexacore*
Arbeitsspeicher	8 GB
Datenspeicher	256/512/1.024 GB
Speichererweiterung	○
Akku Kapazität in mAh	4.422*
Drahtloses Laden	●
4G	●
5G	●
SIM-Karten	1 Nano + 1 eSIM
Fingerabdrucksensor	○
Bluetooth	5.3
NFC	●
Display Diagonale in cm	17
Display Auflösung	2.796 x 1.920
Display Typ	OLED
Display Bildwiederholrate	max. 120 Hz
Frontkamera	12
Auflösung Foto	
Hauptkameras	
Auflösung Foto	48+12+12
Hauptkamera	
Auflösung Video	4K

Testergebnis	
Gehäuse/Materialien	14 (max. 15 Punkte)
Display	15 (max. 15 Punkte)
Ausstattung	16 (max. 20 Punkte)
Hauptkamera	14 (max. 15 Punkte)
Preis-Leistung	13 (max. 20 Punkte)
Bedienbarkeit	14 (max. 15 Punkte)
Gesamtpunkte	86
Note	Sehr gut

Fazit: Der Fortschritt gegenüber dem Vorgänger fällt nicht allzu groß aus, ist aber erkennbar. Das geringere Gewicht verbessert die Nutzung im Alltag, und der neue Zoom der Kamera, den es nur in der Pro-Max-Version gibt, dürfte für manche Smartphone-Fotografen ein echter Zugewinn sein.

* keine Herstellerangabe
● vorhanden; ○ nicht vorhanden

Wenn das meistverkaufte Smartphone der Welt einen Nachfolger bekommt, sind die Erwartungen groß. Das iPhone 15 muss bei Apple für den Hauptteil der Umsätze sorgen, vor allem die teureren Pro-Modelle werden entsprechend gepusht. Wir haben das Flaggschiff, das iPhone 15 Pro Max, besonders im Hinblick auf die Neuerungen gegenüber dem Vorgänger unter die Lupe genommen.

Eine gute Nachricht ist, dass Apple ausnahmsweise mal nicht die Preise erhöht hat. Ein Schnäppchen sind die 1.449 Euro, die für die kleine Speichervariante – mit immerhin gegenüber dem Vorgänger verdoppelten 256 GB – fällig werden, trotzdem nicht. Das Top-Modell mit einem Terabyte kostet 500 Euro mehr.

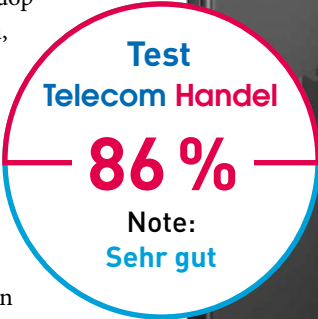
Den Abstand zu den beiden Einstiegs-iPhones sollen die Pro-Modelle unter anderem durch die erstmalige Verwendung von Titan für den Rahmen herstellen. Das Material soll widerstandsfähiger sein, zudem reduziert es das Gewicht merklich: Das Pro Max ist immerhin 19 Gramm oder knapp zehn Prozent leichter als der Vorgänger, was man deutlich spürt. Nicht geändert haben sich die rund vier Millimeter aus der Glasrückseite herausragenden Kameralinsen, die die Nutzung einer Hülle eigentlich unumgänglich machen. Wenigstens liegt das große Smartphone wegen der stärker abgerundeten Kanten besser in der Hand.

Eine weitere Neuerung für die Pro-Modelle ist der Wegfall des seit dem ersten iPhone bestehenden Stummschalters an der linken Seite, der durch den „Action Button“, einen kleinen Knopf, ersetzt wurde. Dieser kann vom Anwender mit einer von neun verschiedenen Funktionen belegt werden – darunter auch die Stummschaltung. Eine mehrfache Belegung – etwa durch doppeltes Drücken – ist aber nicht möglich und vielleicht ein Thema für ein Software-Update.

Von der EU gezwungen wurde Apple zu einer anderen „Innovation“: Der hauseigene Lightning-Stecker wird durch einen Anschluss im industrieweiten Standard USB-C ersetzt. Damit passt vieles Zubehör nicht mehr und erfordert einen Adapter, der bei Apple „bescheidene“ 35 Euro kostet. Doch

dafür sind jetzt auch Ladekabel anderer Smartphones sowie externe Datenträger nutzbar und im Pro auch Datenübertragungsraten von bis zu 10 GBit/s dank USB 3.2 möglich – beigelegt ist aber nur ein Kabel für das langsamere USB 2.0.

Hitzeentwicklung auf der Rückseite konnten wir bei unserem Testgerät nicht bestätigen – es wurde zwar vor allem beim Einrichten sehr warm, bewegte sich damit aber im Rahmen mancher Android-Smartphones etwa mit dem Snapdragon-8-Gen-1-Chipsatz.



Bei den Pro-Modellen des iPhone 15 verzichtet Apple zunächst auf knallige Farben und bietet stattdessen Beige, Blau, Dunkelgrau und Weiß

Mit schnellerem Laden ist der neue Anschluss allerdings nicht verbunden: Mit einem passenden – natürlich nicht enthaltenen – Ladegerät sind maximal 20 Watt möglich, was in etwa zwei Stunden für eine Füllung sorgt und viel langsamer ist als das, was die Konkurrenz aus China bietet. Das drahtlose Laden funktioniert über den hauseigenen MagSafe-Standard mit 15 Watt schneller als mit dem herstellerübergreifenden Qi-Standard mit nur 7,5 Watt. Im normalen Betrieb hält der Kraftspender des Max-Modells rund zwei Tage durch, damit ist er besser als die meisten Konkurrenten.

Traditionell wird auch der Prozessor in jeder iPhone-Generation schneller, diesmal ist es der A17 Pro mit sechs Kernen, der in Benchmarks etwa zehn bis 15 Prozent rasanter war als sein schon nicht langsamer Vorgänger – und damit das iPhone wieder zum schnellsten Smartphone macht. Dazu trägt auch der Arbeitsspeicher bei, der von sechs auf acht Gigabyte gewachsen ist. Erste Berichte von Anwendern über eine extreme

Bei der rückwärtigen Dreifachkamera bleiben die 48-Megapixel-Hauptlinse und die 12-Megapixel-Weitwinkellinse weitgehend unverändert. Nur im Pro Max kommt eine neue Telelinse zum Einbau, die maximal einen fünffachen optischen Zoom ermöglicht, der scharfe und viel bessere Aufnahmen als ein digitaler Zoom bietet. Hierfür wurde die Brennweite auf 120 Millimeter erhöht, was laut Apple nur im größeren Gehäuse der Max-Version möglich war. Ein neuer Modus ermöglicht es zudem, bei Bildern auch nachträglich noch den Fokus und die Tiefenschärfe zu verstellen.

Wenig geändert hat Apple am ohnehin schon erstklassigen Display, was die Größe und die Auflösung betrifft. Lediglich der Rahmen ist etwas geschrumpft und die Helligkeit ist gestiegen, was die Ablesbarkeit bei starkem Lichteinfall noch einmal verbessert. Weiterhin arbeitet das OLED-Display mit einer variablen Bildwiederholrate von bis zu 120 Hertz.

Retter gesucht

Der deutsche Hersteller Gigaset musste Insolvenz anmelden. Jetzt läuft die Suche nach einem Investor für das traditionsreiche Unternehmen



Ein deutsches Tech-Unternehmen ist in seiner Existenz gefährdet: Der Vorstand der Gigaset AG hatte Ende September beschlossen, wegen Zahlungsunfähigkeit einen Antrag auf Eröffnung eines Regelinsolvenzverfahrens für die Gigaset AG sowie einen Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens in Eigenverwaltung für die Tochtergesellschaft Gigaset Communications GmbH beim zuständigen Amtsgericht Münster zu stellen.

Magnus Ekerot, seit Anfang des Jahres CEO und Vorstandsvorsitzender der Gigaset AG, erklärte dies so: „Gigaset ist es während der letzten Jahre nicht gelungen, den Rückgang im Kerngeschäft mit DECT-Schnurlos-telefonen durch die richtigen Weichenstellungen in den neuen Geschäftsbereichen zu kompensieren. Diese ungesunde und einseitige Geschäftsausrichtung und der nunmehr eingetretene unerwartete und erhebliche Umsatzrückgang im zweiten Halbjahr 2023 haben zur aktuellen Lage geführt.“

Nachdem der Fokus der letzten Wochen auf den operativen Themen lag, setzt nun die strategische Phase der Restrukturierung des Unternehmens ein. Magnus Ekerot: „Wir liegen gut im Zeitplan. Nach rund einem Monat können wir den Investorenprozess starten, um den bestmöglichen zukünftigen Partner für Gigaset zu finden. Clearwater International begleitet uns bei diesem Prozess.“ Die Finanzberater hatten bereits viele andere Unternehmen als Kunden.

Wie sich Gigaset aufstellen wird, ist noch nicht bekannt. In der Branche kursierten Gerüchte über eine Einstellung des B2C-Geschäfts mit Smartphones und Schnurlos-telefonen, denen der Sprecher des Unternehmens auf Anfrage von **Telecom Handel** klar ent-

gegentritt: „Wir sind im B2C-Segment fest verankert und streben zusätzlich eine Ausweitung im B2B-Bereich an, ohne das B2C-Segment zu vernachlässigen. Gerüchte dieser Art könnten gezielt gegen unser Unternehmen gestreut worden sein, und es ist wichtig, solchen Fehlinformationen entgegenzutreten.“

Sowohl im B2C- als auch im B2B-Bereich liefen Entwicklung, Produktion und Vertrieb weiter. Gigaset beschäftigt in seinem Werk in Bocholt sowie den anderen Standorten rund 850 Mitarbeiter, deren Löhne und Gehälter bis Ende November durch die Bundesagentur für Arbeit im Rahmen des Insolvenzausfallgelds getragen werden.

Das Unternehmen hat eine lange Tradition: Gigaset war ursprünglich der Name für Festnetztelefone von Siemens. Nach der Ausgliederung der TK-Bereiche aus dem Konzern entstand aus Siemens Home and Office Communication Devices im Jahr 2008 die Gigaset Communications, deren Hauptanteile Arques Industries übernahm. Ab 2013 hielt dann der chinesische Investor Sutong Pan mit seiner Goldin Financial Holdings die Mehrheit an Gigaset. Er war nun offenbar nicht bereit, weiteres Kapital zu investieren.

Dabei ist Gigaset in Europa als Marktführer bei schnurlosen Festnetztelefonen nicht schlecht positioniert. Dieser Markt schrumpft allerdings stetig und leidet unter dem Zufluss von Billiggeräten aus Asien. Im seit 2015 aktiven Smartphone-Bereich konnte Gigaset trotz wechselnder Strategien keine großen Erfolge erringen, sie tragen aktuell zu weniger als zehn Prozent zum Gesamtumsatz bei. Zuletzt hieß es, dass insgesamt eine stärkere Ausrichtung auf das B2B-Geschäft erfolgen sollte. ■



Magnus Ekerot, CEO und Vorstandsvorsitzender der Gigaset AG

Boris Boden

Ihre Cloud-Kommunikation ist am besten abgesichert.

Eingebaute Sicherheitskontrollen

2FA

Verschlüsselung

SBC

Firewalls

UCaaS-Infrastruktur der Unternehmensklasse

99,99% Betriebszeit

N+1 Hochverfügbarkeit

Notfallwiederherstellung

24/7 Überwachung

Erfüllen Sie globale Standards für Compliance und Datensicherheit



Die Cloud-Telefonanlage, der Sie vertrauen können

Yeastar P-Serie Cloud-Telefonanlage

In der **Cloud**, verwaltet von Yeastar auf Deutsch



Bereitstellung auf Ihrem **eigenen Server**



www.yeastar.de



sales@yeastar.de



+49 30 - 95 99 99 637

Kostenloser Test





Nur ein Zwischenhoch

Der kurze Boom der Tablets ist schon wieder vorbei, die Auswahl an Modellen bleibt aber üppig

Vor den Corona-Lockdowns schien der Markt für Tablets gesättigt, die Verkaufszahlen stagnierten mehrere Jahre auf niedrigem Niveau. Doch der plötzliche Druck, im eigenen Heim zusätzliche Geräte für Bildung und Entertainment vorhalten zu müssen, ließ den Absatz 2020 und 2021 in die Höhe schnellen, manche Modelle waren temporär sogar ausverkauft. Dieser kurze Boom ist nun schon wieder vorbei: Laut dem CE-Index Hemix gab es in Deutschland in den ersten sechs Monaten 2023 im Jahresvergleich einen Rückgang bei den verkauften Stückzahlen um 14,7 Prozent auf rund 1,7 Millionen Geräte. Zumindest stieg aber im gleichen Zeitraum der Durchschnittspreis eines Tablets von 443 auf 458 Euro, was wohl vor allem den Preiserhöhungen beim Marktführer Apple geschuldet sein dürfte.

Neue Player im Markt

Die Anzeichen deuten darauf hin, dass der Markt weitgehend gesättigt ist, zumal die Haltedauer von Tablets deutlich länger ist als die von Smartphones. Denn die dort erzielten Fortschritte zum Beispiel bei Kameras oder dem schnellen Laden spielen für Tablet-Nutzer eine geringere Rolle. Wenn diese zu Hause vor allem als Plattform zum Surfen und zum Betrachten von Videos dienen, reicht schließlich auch eine ältere, schwache Hardware über viele Jahre. Zudem sind Tablets, die nicht unterwegs genutzt werden, weniger anfällig für Schäden.

Trotz des wieder schwierigen Marktes ist die Auswahl an Modellen in den vergangenen Jahren gewachsen: Neben den Marktführern Apple und Samsung bieten auch an-

dere Hersteller wie Xiaomi, Lenovo oder Google inzwischen attraktive Modelle an. Auch die Marktnische der Tablets für die ältere Zielgruppe bedienen mit Beafon, Doro und Emporia inzwischen alle drei Spezialisten für Seniorenhandys und -Smartphones. Gerade für deren Kunden kann ein Tablet mit dem großen Bildschirm und entsprechend einfach zu bedienenden Menüs für den Zugang zum Internet eine echte Alternative zu viel komplexeren Notebooks und PCs darstellen.

Die Seniorenmodelle sind meist im mittleren Preissegment angesiedelt, wobei die Spanne im Gesamtmarkt sehr groß ist: Sie reicht von einigen Fire-Modellen von Amazon, die es schon für unter 100 Euro gibt, bis zu Highend-Produkten wie dem iPad Pro oder Galaxy Tab S9, die sich in puncto Leistung nicht hinter Notebooks verstecken müssen. Dafür beginnen die Preise dieser Flaggschiffe auch erst bei 900 Euro.

Hinsichtlich der Technik gibt es weniger Fortschritte als bei Smartphones: Die Prozessoren sind bis auf wenige Ausnahmen im Highend-Bereich langsamer oder älter, die Kameras mit weniger Linsen versehen und ein Mobilfunkmodul ist für viele Modelle auch gegen Aufpreis nicht zu bekommen oder noch nicht 5G-fähig. Von hoher Qualität sind dagegen oft die Displays und auch die Lautsprecher, so dass Filme auf den Tablets viel Spaß machen. Die großen Gehäuse bieten zudem ausreichend Platz für ausdauernde Akkus.



Boris Boden
telecom-handel.de/bb

Die Tablets auf dem deutschen Markt					
Hersteller	Modell	Betriebssystem	Display-Diagonale ¹⁾	Display-Auflösung	
Amazon	Fire 7 (2022)	Fire OS	7	1.024x600	
Amazon	Fire HD 8 (2022)	Fire OS	8	1.280x800	
Amazon	Fire HD 8 Plus (2022)	Fire OS	8	1.280x800	
Amazon	Fire HD 10 (2023)	Fire OS	10,1	1.920x1.200	
Amazon	Fire HD 10 Plus (2021)	Fire OS	10,1	1.920x1.200	
Amazon	Fire Max 11	Fire OS	11	2.000x1.200	
Apple	iPad (9)	iOS	10,2	2.160x1.620	
Apple	iPad (10)	iOS	10,9	2.360x1.640	
Apple	iPad Air (2022)	iOS	10,9	2.360x1.640	
Apple	iPad mini (2021)	iOS	8,3	2.266x1.488	
Apple	iPad Pro 11 (2022)	iOS	11	2.388x1.668	
Apple	iPad Pro 12.9 (2022)	iOS	12,9	2.732x2.048	
Beafon	Tab-Lite	AND 11	10,1	1.280x800	
Beafon	Tab-Pro	AND 11	10,1	1.920x1.200	
Doro	Tablet	AND 12	10,4	2.000x1.200	
Emporia	emporiaTablet	AND 11	10,1	1.920x1.200	
Google	Pixel Tablet	AND	11	2.560x1.600	
Huawei	MatePad	HarmonyOS 2	10,4	2.000x1.200	
Huawei	MatePad Paper	HarmonyOS	10,3	1.872x1.404	
Huawei	MatePad Pro 11	HarmonyOS 3	11	2.560x1.600	
Huawei	MatePad Pro 12.6	HarmonyOS	12,6	2.560x1.600	
Huawei	MatePad 11 (2023)	HarmonyOS 3.1	11	2.560x1.600	
Huawei	MatePad 11.5	HarmonyOS 3.1	11,5	2.200x1.440	
Huawei	MatePad SE	HarmonyOS 3	10,4	2.000x1.200	
Lenovo	Smart Paper	AND 11	10,3	1.872x1.404	
Lenovo	Tab Extreme	AND	14,5	3.000x1.876	
Lenovo	Tab M8 (4th Gen)	AND 12	8	1.280x800	
Lenovo	Tab M9	AND 12	9	1.340x800	
Lenovo	Tab M10 (3rd Gen)	AND 11	10,1	1.920x1.200	
Lenovo	Tab M10 Plus (3rd Gen)	AND 12	10,6	2.000x1.200	
Lenovo	Tab M10 5G	AND 13	10,6	2.000x1.200	
Lenovo	Tab P11 (2nd Gen)	AND 12	11,5	2.000x1.200	
Lenovo	Tab P11 Plus	AND 11	11	2.000x1.200	
Lenovo	Tab P12	AND 13	12,7	2.944x1.840	
Microsoft	Surface Go 3	WIN 11 Home	10,5	1.920x1.280	
Microsoft	Surface Go 4	WIN 11 Pro	10,5	1.920x1.280	
Microsoft	Surface Pro 7+	WIN 11 Home	12,3	2.736x1.824	
Microsoft	Surface Pro 9	WIN 11 Home	13	2.880x1.920	
Nokia	T10	AND 12	8	1.280x800	
Nokia	T20	AND 11	10,4	2.000x1.200	
Nokia	T21	AND 12	10,4	2.000x1.200	
Realme	Pad	AND 11	10,4	2.000x1.200	
Samsung	Galaxy Tab Active4 Pro	AND	10,1	1.920x1.200	
Samsung	Galaxy Tab A7 Lite	AND	8,7	1.340x800	
Samsung	Galaxy Tab A8	AND	10,5	1.920x1.200	
Samsung	Galaxy Tab S6 Lite (2022 Edition)	AND	10,4	2.000x1.200	
Samsung	Galaxy Tab S9	AND	11	2.560x1.600	
Samsung	Galaxy Tab S9+	AND	12,4	2.800x1.752	
Samsung	Galaxy Tab S9 Ultra	AND	14,6	2.960x1.848	
Samsung	Galaxy Tab S9 FE	AND	10,9	2.304x1.440	
Samsung	Galaxy Tab S9+ FE	AND	12,4	2.560x1.600	
Xiaomi	Pad 6	AND 13	11	2.880x1.800	
Xiaomi	Redmi Pad SE	AND 13	11	1.920x1.200	
Xiaomi	Redmi Pad	AND 12	10,6	2.000x1.200	

	Prozessor	Taktung	Arbeits-speicher ²⁾	Datenspeicher ²⁾	Mobilfunkmodul	Akku (mAh)	Gewicht ³⁾	Abmessungen (LxBxH)	Preis (Euro)	Sonstiges
	MT8168V	2,0 GHz Quadcore	2	16/32	○	3.750	282	181x118x10	ab 54,99	auch als Kids Edition
	MT8169A	2,0 GHz Hexacore	2	32/64	○	4.850	337	202x137x10	ab 64,99	auch als Kids Edition
	MT8169A	2,0 GHz Hexacore	3	32/64	○	4.850	342	202x137x10	ab 88,99	drahtloses Laden, auch als Kids Edition
	k.A.	2,0 GHz Octacore	4	32/64	○	k.A.	434	246x165x9	ab 164,99	auch als Kids Edition
	MT8183	2,0 GHz Octacore	4	32/64	○	6.500	468	247x166x9	ab 114,99	drahtloses Laden
	MT8188J	2,2 GHz Octacore	4	64/128	○	7.500	490	259x164x8	ab 189,99	drahtloses Laden
	Apple A13	2,7 GHz Hexacore*	3*	64/256	opt. (170 Euro)	8.557*	487	251x174x8	ab 429	
	Apple A14	3,0 GHz Hexacore*	4*	64/256	opt. (200 Euro)	7.606*	477	249x180x7	ab 579	
	Apple M1	3,2 GHz Octacore*	8*	64/256	opt. (200 Euro)	7.544*	461	248x179x6	ab 769	
	Apple A15	2,9 GHz Hexacore*	4*	64/256	opt. (200 Euro)	5.124*	293	195x135x6	ab 649	
	Apple M2	3,2 GHz Octacore*	8/16	128/256/512/1.024/2.048	opt. (200 Euro)	7.538*	466	248x179x6	ab 1.049	
	Apple M2	3,2 GHz Octacore*	8/16	128/256/512/1.024/2.048	opt. (200 Euro)	10.533*	682	281x215x6	ab 1.449	
	k.A.	1,8 GHz Quadcore	3	32	○	5.000	505	245x164x10	179	
	k.A.	2,0 GHz Octacore	3	32	●	6.000	555	245x164x10	229	
	Unisoc T618	2,0 GHz Octacore	4	32	○	6.000	477	247x156x8	339	
	k.A.	k.A.	4	32	●	5.000	560	244x160x9	299,99	
	Google Tensor 2	2,9 GHz Octacore	8	128/256	○	7.020	493	258x169x8	ab 679	
	Kirin 710A	2,0 GHz Octacore	4	64/128	○	7.250	450	245x155x7	ab 299	
	Kirin 820E	2,2 GHz Octacore	4	64	○	3.625	360	225x183x7	449	E-Ink-Display
	Snapdragon 870	3,2 GHz Octacore	8	128	○	8.300	449	249x160x6	649	
	Kirin 9000E	3,1 GHz Octacore	8	256	○	10.050	609	287x185x7	799	
	Snapdragon 865	2,8 GHz Octacore	6	128	○	7.250	480	254x165x7	349	
	Snapdragon 7 Gen 1	2,4 GHz Octacore	6	128	○	7.700	499	261x177x7	ab 299	
	Snapdragon 680	2,4 GHz Octacore	4	64/128	○	5.100	440	247x157x8	ab 149	
	RK3566	2,0 GHz Quadcore	4	64	○	3.500	408	226x195x6	499	E-Ink-Display
	MT Dimensity 9000	2,9 GHz Octacore	12	256	○	12.300	740	328x211x7	1299	
	MT Helio A22	2,0 GHz Quadcore	4	64	○	5.100	320	200x120x9	149	
	MT Helio G80	2,0 GHz Octacore	3	32	○	5.100	344	215x137x8	139	
	Unisoc T610	1,8 GHz Octacore	3	32	opt.	5.100	460	240x159x9	179	
	MT Helio G80	2,0 GHz Octacore	4	64/128	opt. (40 Euro)	7.700	465	251x159x8	ab 199	
	Snapdragon 695	2,2 GHz Octacore	4	128	●	7.700	490	253x160x8	399	
	MT Helio G99	2,2 GHz Octacore	6	128	○	7.700	520	269x169x7	299	
	MT Helio G90T	2,1 GHz Octacore	4/6	128	○	7.500	490	258x163x8	ab 219	
	MT Dimensity 7050	2,0 GHz Octacore	8	128	○	10.200	615	293x191x7	399	
	Pentium 6500Y/Core i3	k.A.	4/8	64/128	opt. (100 Euro)	k.A.	544	245x175x8	ab 439	
	Intel N200	3,7 GHz Quadcore	8	64/128/256	○	k.A.	521	245x175x8	ab 629	
	Core i3/i5	k.A.	8	128	○	k.A.	770	292x201x9	ab 929	
	Core i5/i7	k.A.	8/16/32	128/256/512/1.024	opt.	k.A.	879	287x209x9	ab 1.189	
	Unisoc T606	1,6 GHz Octacore	3/4	32/64	opt.	k.A.	375	208x123x9	ab 169	
	Unisoc T610	1,8 GHz Octacore	4	64	○	8.200	465	248x158x8	179	
	Unisoc T612	1,8 GHz Octacore	4	64	opt. (30 Euro)	8.200	471	248x157x8	ab 249	
	MT Helio G80	2,0 GHz Octacore	3/4	32/64	opt.	7.100	440	246x156x7	ab 239	
	Snapdragon 778G	2,4 GHz Octacore	4	64	opt. (50 Euro)	7.600	674	243x170x10	579	
	MT Helio P22T	2,3 GHz Octacore	3	32	opt. (30 Euro)	5.100	371	213x125x8	149	
	Unisoc T618	2,0 GHz Octacore	3	32	opt. (50 Euro)	7.040	508	247x162x7	183	
	Snapdragon 720G	2,3 GHz Octacore	4	64/128	opt. (80 Euro)	7.040	465	245x154x7	ab 299	
	Snapdragon 8 Gen 2	3,4 GHz Octacore	8/12	128/256	opt. (150 Euro)	8.400	498	254x166x6	ab 899	
	Snapdragon 8 Gen 2	3,4 GHz Octacore	12	256/512	opt. (150 Euro)	10.090	581	285x185x6	ab 1.119	
	Snapdragon 8 Gen 2	3,4 GHz Octacore	12/16	256/512/1.024	opt. (150 Euro)	11.200	732	326x209x6	ab 1.339	
	Exynos 1380	2,4 GHz Octacore	8/12	128/256	opt. (100 Euro)	8.000	523	254x166x7	ab 599	
	Exynos 1380	2,4 GHz Octacore	8/12	128/256	opt. (100 Euro)	10.090	627	285x185x7	ab 799	
	Snapdragon 870	3,2 GHz Octacore	6/8	128/256	○	8.840	490	254x165x7	ab 399	
	Snapdragon 680	2,4 GHz Octacore	4	128	○	8.000	478	256x167x7	199	
	MT Helio G99	2,2 GHz Octacore	3/4	64/128	○	8.000	445	250x158x7	ab 299	



Verordnete Sicherheit

Von NIS2 betroffene Branchen

Die Betreiber kritischer

Infrastrukturen in Deutschland (auch bekannt als „KRITIS“) sind bereits jetzt gesetzlich verpflichtet, ab bestimmten Schwellenwerten spezielle Maßnahmen zur Informationssicherheit zu ergreifen. Seit 2015 gilt hierfür das IT-Sicherheitsgesetz, das im Jahr 2021 mit dem „IT-Sicherheitsgesetz 2.0“ erheblich erweitert wurde. Die Schwellenwerte sind für jeden Sektor definiert. NIS2 erweitert nun nicht nur die bestehenden Sektoren, sondern fügt auch weitere hinzu:

Sektoren mit hoher Kritikalität

- Energie
- Transport
- Bankwesen
- Finanzmärkte
- Gesundheit
- Trinkwasser
- Abwasser
- Digitale Infrastruktur
- IT/ICT-Dienste (B2B)
- Öffentliche Verwaltung
- Weltraum

Sonstige kritische Sektoren

- Post- und Kurierdienste
- Abfallwirtschaft
- Chemikalien
- Lebensmittel
- Industrie (z.B. Maschinenbau)
- Digitale Dienste
- Forschung

Ab Oktober 2024 gelten mit NIS2 erweiterte Cybersicherheitsvorgaben, die auch Systemhäuser und einen Teil ihrer Kunden betreffen können. Das sind die wichtigsten Veränderungen

Cybersicherheit wird immer wichtiger – auch, weil die Anzahl der Attacken förmlich explodiert und die Angriffe der Kriminellen immer ausgefeilter werden. Schon in der Vergangenheit, genauer im Jahr 2016, hat sich auch die Europäische Union mit dem Thema beschäftigt und die sogenannte NIS-Verordnung (Network Information Service) verabschiedet. Ziel war, die Resilienz gegenüber Cyberbedrohungen in der Europäischen Union durch eine Vereinheitlichung der Sicherheitsmaßnahmen zu erhöhen.

Am 16. Januar 2023 ist nun die sogenannte NIS2-Richtlinie in Kraft getreten, um die allgemeine Cybersicherheit in der EU nochmals zu verstärken. Sie erweitert die bisherige NIS-Richtlinie erheblich und verpflichtet nun auch viele kleine und mittlere Unternehmen zu Cybersicherheitsmaßnahmen ab dem Oktober 2024. Die Vorgaben sind allerdings noch nicht finalisiert, die EU-Mitgliedstaaten arbeiten aktuell an Entwürfen, wie die Vorgaben umgesetzt werden können. Einige Bereiche sind aber bereits jetzt weitgehend klar.

Dazu gehört die bereits erwähnte erhebliche Ausweitung des Adressatenkreises. Ab Oktober 2024 müssen alle Unternehmen aus 18 verschiedenen Branchen (Sektoren) mit mindestens 50 Mitarbeitern und zehn Millionen Euro Umsatz die Cybersicherheitsmaßnahmen umsetzen (siehe Kasten). Ausgenommen von dieser Regel sind nur sehr kleine Unternehmen.

Zu den Hauptpflichten zählen Risikomanagementmaßnahmen, die Meldung von

Cybersicherheitsvorfällen und Registrierungspflichten beim Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI). Besonders kritische Einrichtungen müssen zusätzlich Systeme zur Angriffserkennung implementieren. Und: Die Geschäftsleitung eines Unternehmens haftet für die Einhaltung dieser Pflichten, die Bußgelder bei Verstößen können bis zu 20 Millionen Euro betragen. Alle Länder der Europäischen

Union müssen die Regelungen bis zum Oktober 2024 in die nationale Gesetzgebung einbringen. In Deutschland wird dafür vermutlich ein „IT-Sicherheitsgesetz 3.0“ entstehen.

So viel zu den Rahmenbedingungen und Zielen. Aktuell sind allerdings einige Details zur Umsetzung noch nicht abschließend geklärt. Hierzulande gibt es aber bereits drei sogenannte Referentenentwürfe, die richtungsweisend sind. Sie zeigen die Entschlossenheit, signifikante gesetzliche Änderungen vorzunehmen. Die erhebliche Ausweitung des Adressatenkreises und der Fokus auf den Energiesektor sind beispielhaft für diese Neuerungen. Es bleibt spannend zu beobachten, wie diese Gesetze letztlich in der Praxis umgesetzt werden. Jedoch steht fest, dass deutsche Unternehmen in den kommenden Jahren deutlich mehr in Cybersicherheit investieren müssen.

Dazu gehört unter anderem der Aufbau von Cybersicherheit nach einschlägigen internationalen Normen wie zum Beispiel ISO/IEC 27001. Weiterhin sind Unternehmen angehalten, regelmäßige Risikobewertungen und Audits durchzuführen. Kommt

es zu einem Sicherheitsvorfall, so muss dieser den zuständigen Behörden gemeldet werden. Ebenso müssen regelmäßige Trainings der Mitarbeiter zum Thema „Cyberhygiene“ durchgeführt werden. Und: Die Informationssicherheit muss voraussichtlich auch in der Lieferkette – also bei Dienstleistern und Herstellern – sichergestellt sein.

Große Chance für Systemhäuser

Für Reseller heißt dies, sie müssen gegebenenfalls selbst die NIS2-Richtlinien erfüllen, falls ihre Kunden in einer der betroffenen Branchen aktiv sind. Ansonsten besteht die Gefahr, dass sie diese Kunden verlieren.

Sie haben aber auch die Chance, als Dienstleister deutlich höhere Umsätze beim Thema Security zu machen – denn NIS2 wird die ITK-Branche erheblich beeinflussen. Vor allem kleinere Unternehmen können die Vorgaben meist aus eigener Kraft nicht stemmen – und werden vermehrt auf Beratung und auch Services von externen Dienstleistern zurückgreifen. Daniel Brosend, Geschäftsführer von NTB in Bielefeld, bereitet sein Systemhaus deshalb schon heute für NIS2 vor – indem er beispielsweise die ISO-Zertifizierung 27001 vorbereitet. „Wir ziehen das durch, denn wir wollen einer der Anbieter werden, die für diese Kunden dann in Frage kommen – denn momentan gibt es nicht so viele. Ich sehe ein riesiges Potenzial“, erklärt er im Interview. ■



Waltraud Ritzer
telecom-handel.de/wr

25.000

Unternehmen sind
Schätzungen zufolge von
NIS2 betroffen

„Ich sehe vor allem ein riesiges Potenzial“

NIS2 soll kommendes Jahr in Kraft treten – ist das Fluch oder Segen für Systemhäuser?

Daniel Brosend: Momentan gibt es den dritten Referentenentwurf in Deutschland, ganz in Stein gemeißelt ist das Thema also nicht. Wir haben aktuell rund 2.000 KRITIS-Unternehmen, die strengere Sicherheitsvorkehrungen beachten müssen. Bei NIS2 werden es deutlich mehr sein, wobei die Zahlen schwanken – aber es kommen wohl gut 25.000 Unternehmen dazu. NIS2 wird dann auch für den Salatproduzenten mit 50 Mitarbeitern gelten, um nur ein Beispiel zu nennen.

Aber ist das diesem Salatproduzenten denn bewusst?

Brosend: In der Regel nicht, die meisten Unternehmen beschäftigen sich nicht mit dem Thema. Und das ist unsere Chance, wir entwickeln gerade ein Konzept für eine ganzheitliche Sicherheitsbetrachtung für unsere Kunden, dazu gehört beispielsweise ein Fragenkatalog, über den wir alle Aspekte individuell analysieren können – und vor allem feststellen, wer von NIS2 betroffen ist. Die Eingruppierung ist ja noch etwas schwammig.

Aber wie gehen Sie bei der Akquisition vor? Gehen Sie mit dem Thema NIS2 in die Gespräche?

Brosend: Nein, das wäre der falsche Ansatz – das wollen die Unternehmen gar nicht hören. Wir gehen über die Beratung und das Angebot, das Unternehmen sicherer zu machen. NIS2 kommt erst viel später als Argument.

NIS2 gilt ja auch für die Kommunen? Wird das die Digitalisierung im öffentlichen Bereich endlich vorantreiben?

Brosend: Ich glaube, dass die Kommunen dadurch einen großen Schritt nach vorne gehen werden und auch müssen. Denn sowohl bei der IT-Sicherheit als auch bei der Digitalisierung gibt es noch massiven Nachholbedarf.

Auch Systemhäuser müssen sich darauf vorbereiten – schließlich gilt das Regelwerk auch für sie ...

Brosend: Alle Anbieter von TK-Dienstleistungen und Managed Service Provider für IT sind auch betroffen, und zwar womöglich unabhängig von Umsatz und Größe. Vielen ist das noch gar nicht bewusst, aber da kommt einiges auf uns zu.

Zum Beispiel?

Brosend: Es klingt jetzt banal, aber ein wichtiges Thema ist die Außensicherung des Geländes. Da sind Zutrittskontrollen nötig, die genau festhalten, wer wann das Gelände betritt und wann er es wieder verlässt. Natürlich sind auch die Regeln für die IT-Sicherheit schärfer.

Wenn ein Unternehmen in NIS2 eingruppiert ist, darf es dann nur noch Lieferanten und Dienstleister engagieren, die die Vorgaben auch erfüllen?

Brosend: Das ist noch nicht final geklärt, aber sehr wahrscheinlich. Wir streben deshalb die ISO-27001-Zertifizierung an, obwohl das extrem aufwendig ist. Wir ziehen das aber durch, denn wir wollen einer der Anbieter werden, die für diese Kunden dann in Frage kommen – denn momentan gibt es nicht so viele. Ich sehe vor allem ein riesiges Potenzial.

Gibt es auch Parallelen zur Datenschutz-Grundverordnung? Diese ist ja 2016 in Kraft getreten, 2018 endete die Übergangsfrist. Damals wurde viel diskutiert, am Ende hatte man aber den Eindruck, dass es lange gedauert hat, bis sie wirk-



Daniel Brosend
Geschäftsführer der NTB GmbH

lich griff. Und heute noch gibt es den Vorwurf, sie sei ein Bürokratiemonster. Kann das auch bei NIS2 so kommen?

Brosend: Sicher hat es bei der DSGVO gedauert, aber mittlerweile haben 80 Prozent unserer Kunden einen Vertrag mit uns – und eben auch einen Datenschutzbeauftragten bestellt. Die Einführung war sicherlich etwas schleichend, aber mittlerweile haben die meisten das Thema gut umgesetzt – auch mit externer Beratung. Bei NIS2 gibt es keine Übergangsfrist wie bei der DSGVO, sondern diese Verordnung tritt direkt am 17. Oktober 2024 in Kraft.

ADVERTORIAL: TELE COLUMBUS

Rekordergebnis mit stärkstem Zuwachs an IP-Neukunden

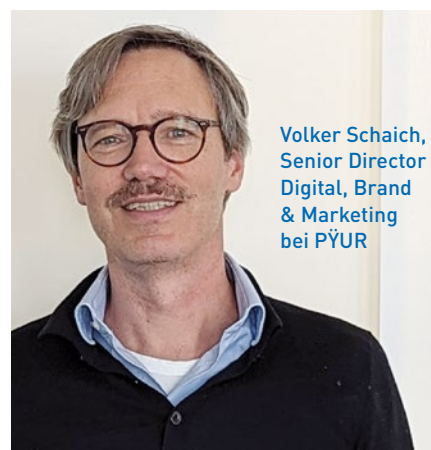
PYUR
Internet • TV • Telefon

telecolumbus

Die Nachfrage nach leistungsfähigeren Internet-Anschlüssen und der Glasfaserausbau haben 2023 für Tele Columbus und seine Marke PYUR zum erfolgreichsten Vertriebsjahr aller Zeiten gemacht. Durch die Fiber-Strategie sind weitere Städte und Wohnareale mit Gigabit erschlossen oder auf FTTH-Anschlüsse umgestellt worden. Unter den rund drei Millionen Haushalten, die Tele Columbus erreicht, stehen nun der Mehrheit in den eigenen Netzen von Tele Columbus 1.000-Mbit-Anschlüsse zur Verfügung.

Glasfaserkabel sticht Telefondraht und vor allem die Nachfrage nach Downloadgeschwindigkeiten über 250 Mbit/s zieht weiter an. Es ist keine Momentaufnahme mehr: Seit zwei Jahren liegt die Marke PYUR beim IP-Neukundenwachstum ununterbrochen vorn. Im zweiten Quartal 2023 wuchs der IP-Kundenstamm auf

Basis der versorgbaren Haushalte um 6,6 % im Vergleich zum Vorjahresquartal. Erstmals machen die schnellsten Anschlüsse mit 400, 500 und 1.000 Mbit/s mehr als 30 Prozent aller IP-Neukunden von PYUR aus. 90 Prozent der Neukunden wählen einen Tarif der 200 Mbit/s oder mehr bietet.



Volker Schaich,
Senior Director
Digital, Brand
& Marketing
bei PYUR

Die Kundschaft macht ihre Kaufentscheidung nicht alleine am Preiskriterium fest, sondern bewertet auch, ob der neue Anschluss mit den künftigen Leistungsanforderungen Schritt halten kann. Der Leistungsvorsprung von gigabitfähigen DOCSIS-Kabelanschlüssen wird dabei von den Kundinnen und Kunden zunehmend anerkannt und lenkt so die Anbieterauswahl.

Der Erfolg im Projektgeschäft hängt dabei in hohem Maße vom Door-to-Door-Vertrieb in den Liegenschaften ab. Hier wurden zahlreiche neue PYUR Partner gewonnen und die IP-Neukundengewinnung in diesem Kanal sensationell gesteigert.

Die Fachhandelspartner von PYUR haben in 2023 nach den schweren Corona-Jahren wieder deutlich zugelegt. Im freien Fachhandel wurde mit Unterstüt-

zung eines Dienstleisters der Absatz weiter kräftig gesteigert. In den eigenen PYUR Shops, die ebenfalls von Partnern betrieben werden, wird in diesem Jahr angestrebt, die Verkaufsleistung der Vor-Corona-Jahre wieder deutlich zu übertreffen.

„Durch das sehr gute Serviceverhalten und die kompetente Beratung unserer PYUR Partner konnte im vergangenen Jahr die Conversion respektabel erhöht werden“, sagt Volker Schaich, Senior Director Digital, Brand & Marketing bei PYUR.

Beide Bereiche, Door-to-Door und stationäres POS-Geschäft, wird Tele Columbus strategisch weiterentwickeln und in den kommenden Jahren erheblich ausbauen.

Kontakt: partner@pyur.com

Risiken und Chancen

Starface-CEO Florian Buzin stimmt seine Partner auf ein schwierigeres Marktumfeld ein – betont aber auch, dass vor allem durch Künstliche Intelligenz neue Möglichkeiten entstehen

Die Roadmap für die nächsten Monate

Starface-App

Auf dem Partnertag von Starface wurde eine Reihe von Neuigkeiten des Herstellers vorgestellt. So gibt es nun auch eine Mac-Version der Starface-App, die Telefonie, Chat, Videomeetings und weitere Dienste zusammenführt. Die Windows-Version ist seit Mai nutzbar.

Release 8.1

Darüber hinaus ist das Release 8.1 der PBX verfügbar, das eine Reihe von Neuerungen mit sich bringt. Zu diesen gehört die Quick-Access-Bar-Funktion, mit der Anwender ihre Starface-App zu einer schlanken Leiste am Bildschirmrand zusammenfallen können. Die neue Version wartet aber auch mit zwei neuen vorkonfigurierten Workspaces, neuen Telefonintegrationen und weiteren Detailverbesserungen auf.

Apple CarPlay

Weiterhin unterstützt Starface jetzt auch Apple CarPlay. Anwender haben damit die Möglichkeit, über das Display ihres Fahrzeugs per Touch Anrufe zu initiieren, Anruflisten einzusehen und auf das persönliche und zentrale Starface-Adressbuch zuzugreifen. Eine Android-Version wird es laut Hersteller auch geben, sie muss nur noch von Google freigegeben werden.

MS Teams Connector

In diesem Monat kommt der MS Teams Connector mit SBC (Session Border Controller) auf den Markt: Anwender können damit auch in der Teams-Oberfläche auf die Telefonie-Features der Starface-Anlage zugreifen.



CEO Florian Buzin demonstriert, wie die Starface-Lösungen in Apple CarPlay integriert werden können

Der Starface-Kongress fand Ende September bereits zum 16. Mal statt – wie seit Jahren schon im Europapark in Rust. Zu dem zweitägigen Event kamen in diesem Jahr mehr als 500 Starface-Reseller aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Erstmals veranstaltete die Schwester Estos parallel dazu ihren Partnertag. Ein Publikumsmagnet war sicherlich die Box-Legende Henry Maske, der in seiner Keynote darüber sprach, warum man im Leben „Austeilen, Einstecken und Durchboxen“ können müsse.

Ein Thema übrigens, das auch CEO Florian Buzin aufgriff: Sein Tenor war, dass die wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen sicherlich alles andere als ideal seien – dennoch biete der Markt gute Wachstumsmöglichkeiten, vor allem durch das Thema Künstliche Intelligenz. „KI ist eine riesige Marktchance, wer sich nicht damit beschäftigt, bleibt stehen“, so sein Resümee und zugleich ein eindringlicher Appell an die Partner, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen. Starface wird seine Reseller dabei unterstützen, etwa durch die Gründung einer KI-Partner-Group, die gemeinsam Applikationen und Themen entwickeln soll.

Darüber hinaus arbeitet der Hersteller beispielsweise mit Mediform zusammen. Das Unternehmen hat eine KI-basierte Digitale Rezeption für Arztpraxen entwickelt, Starface ergänzt diese um VoIP-Systeme. Künstliche Intelligenz, so viel ist sicher, wird Starface und seine Reseller auch noch die kommenden Monate und Jahre beschäftigen. Eine Schlüsselrolle kommt dabei aber

auch nach wie vor der Cloud zu: Ein Großteil der deutschen Unternehmen wird in den kommenden Jahren seine On-Prem-Lösungen sukzessive in SaaS-Lösungen überführen, was der UCC-Branche sehr relevante Sondereffekte verspricht. Das Potenzial dazu ist auf jeden Fall vorhanden.

Cloud und On-Prem im Schulterschluss

Laut einem Marktreport der Cavell Group nutzten im Jahr 2022 lediglich 12,9 Prozent der deutschen Unternehmen Telefonie aus der Cloud. Damit liegt die Bundesrepublik in Europa auf einem der hinteren Ränge. Andere Länder wie Spanien mit 40,4 Prozent oder UK mit 38,9 Prozent sind hier weiter. Der Prognose zufolge soll der Cloud-Anteil im deutschen TK-Markt im Jahr 2027 bei rund 87 Prozent liegen – ein Anteil, den Buzin für zu hoch hält. Er geht davon aus, dass die Cloud-Telefonie in den nächsten fünf Jahren einen Anteil von 45 Prozent am deutschen Gesamtmarkt ausmacht. Starface selbst vermarktet mittlerweile 54 Prozent seiner Systeme in der Cloud. Allerdings wird es auch in Zukunft immer noch viele Unternehmen geben, die auf On-Prem-Lösungen setzen, Partner sollten diesen Markt nicht vernachlässigen, mahnte Buzin.

Weiterhin gab Buzin noch einen Ausblick auf die Unternehmensstrategie: So nimmt

die Integration von Starface, Estos und Teamfon klarere Formen an. Auf dem Kongress präsentierte Buzin zusammen mit dem neuen Estos-Geschäftsführer Alexander Seyferth, der auf dem Partnertag sein Debüt feierte, eine Vision davon, wie das Miteinander der drei Schwestern künftig aussehen soll: Die Single-Tenant-Plattformen von Starface und die Multi-Tenant-Systeme der früheren Teamfon sollen künftig unter der Marke Starface zusammengeführt werden. Die Marke Teamfon wird damit eingestellt. Der Brand

Estos soll aber auch künftig erhalten bleiben, mit Fokus auf Multi-Vendor-Lösungen. Trotz der klaren Abgrenzung der Produkte wollen die Schwestern aber auch künftig von Synergien in der Verwaltung profitieren – und etwa die HR- und Einkaufsprozesse eng miteinander abstimmen.

In Sachen Internationalisierung wiederum hat Buzin offenbar seine Meinung geändert: Im Frühjahr betonte er noch im Gespräch mit **Telecom Handel**, man konzentriere sich auf die DACH-Region – Estos-Niederlassungen im europäischen Ausland wurden geschlossen. Nun aber möchte sich Starface mit der Schwester Estos doch zum paneuropäischen Anbieter entwickeln. ■

54 %

seiner Lösungen verkauft Starface aktuell in der Cloud. 2019 waren es noch 31 Prozent



Waltraud Ritzer
telecom-handel.de/wr

Huawei nimmt Händler ins Boot

Mir der Marke „Huawei eKit“ will der Hersteller Kommunikationslösungen für KMU über Distributoren anbieten

Bisher verkaufte die Enterprise Business Group von Huawei ihre Kommunikationslösungen mit Routern und Access Points vor allem direkt an Großkunden, doch nun will der Hersteller auch kleine und mittlere Unternehmen (KMU) ansprechen. Der Weg zu diesen Kunden soll über die Distribution und Fachhändler oder Systemhäuser führen. Dazu startet jetzt auch in Deutschland für das Distributionsgeschäft die weltweit genutzte Submarke „Huawei eKit“. Dabei sind drei „Gold Distribution Partner“, über die Reseller die Produkte beziehen können. Dies sind Acondistec, Komsa und Also Deutschland. Alle drei Partner, mit denen die Chinesen schon länger zusammenarbeiten, wurden entsprechend mit dem Gold Distribution Partner Award beim Kick-off in München ausgezeichnet. Gearbeitet wird auch an einem Status für „Elite Distribution Partner“, den registrierte Händler erhalten sollen, die bei den Distributoren einkaufen. „Das Huawei eKit bietet marktfähige Vertriebsprodukte und IT-Tools, die speziell für KMU einen Mehrwert schaffen – von Campus-Netzwerken bis hin zu Datenspeiche-



Es gibt zwei Demokoffer für die Handelspartner

Beim Kick-off in München stellte Tommy Zhou von Huawei das eKit vor

rung“, erklärte Tommy Zhou, CEO Huawei Deutschland, beim Kick-off-Event. Und weiter: „Wir sehen in dieser Zielgruppe einen starken Bedarf für Digitalisierung, den wir mit unseren Angeboten erfüllen wollen.“ Im Portfolio sind Produkte aus vier verschiedenen Gruppen: Lösungen für die intelligente Zusammenarbeit, kabelgebundene und drahtlose Netzwerkprodukte, optische Zugangsnetze sowie künftig auch Storage. Bis Ende des Jahres soll eKit mehr als 50 Ver-

triebsprodukte umfassen, die zu Lösungen für über 30 typische Szenarien zusammengestellt werden können. Dazu gehören Lösungen für SOHO, Hotels, Gastronomie, Gewerbeimmobilien und den Einzelhandel. Für Collaboration etwa gibt es zwei Hubs in unterschiedlichen Leistungsklassen, mit denen zum Beispiel smarte Klassenzimmer ausgestattet werden können. Bei den optischen Netzwerklösungen kombiniert Huawei PoF-Kabel aus Kupfer

für Strom und Glasfaser für Daten, so dass etwa Firmengelände einfacher versorgt werden können. Besonders breit und gut skalierbar ist das Portfolio bei Netzwerklösungen, für die sieben Router und fünf Access Points sowie Controller verfügbar sind. Huawei will diese Produkte für Reseller und Nutzer so einfach wie möglich gestalten, damit auch Partner, die keine absoluten Netzwerkexperten sind, partizipieren können. Dafür gibt es zum Beispiel einen fertigen Demokoffer mit einem Router und zwei Access Points, aus dem beim Kunden gezeigt werden kann, wie eine Lösung aussehen kann. Huawei will Vertriebspartner zudem mit Roadshows oder bei der Bereitstellung von Showrooms unterstützen. Zur Einrichtung, der Netzwerkoptimierung und den Leistungstest dient die eKit-App für Smartphones mit Android, iOS oder HarmonyOS. ■ Boris Boden

Telecom Handel Jobs

Der Stellenmarkt für die Telekommunikations-Branche

Die aktuellsten JOBS für die Telekommunikations-Branche

Ihr Job-Angebot fehlt?

Sie suchen geeignete Mitarbeiter? Dann sollten auch Sie unser Online-Jobportal mit Bewerbung in unseren 2 Branchen-Newslettern sowie auf Social-Media (Facebook und Twitter) sowie weiteren Möglichkeiten wie zum Beispiel Reichweiten PLUS oder vorteilhaften Kombinationen nutzen. Ihr Stellenmarkt-Team berät Sie gern.

Sabine Vockrodt, Tel.: +49 (0)731/88005-8222 / Reinhold Fritsch, Tel.: +49 (0)731/88005-8285
oder per E-Mail an: jobs@telecom-handel.de

Diese und viele weitere aktuelle Job-Angebote finden Sie auf jobs.telecom-handel.de

Herweck Aktiengesellschaft	Key Account Manager (m/w/d)	Sankt Ingbert
estos GmbH	Inside Sales Manager (m/w/d)	München, Starnberg
ASVG GmbH	Account Manager/in (m/w/d)	Region Süd-West, Rastatt
Brodos AG	Vertriebsmanager (m/w/d) Telekom	Baiersdorf
Michael Telecom AG	Vertriebsmitarbeiter/in (m/w/d) Salesmanager/in B2B	Bohmte
4Motions GmbH	Key Account Manager (m/w/d) Glasfaser Außen- oder Innendienst	Leipzig
Enreach Germany GmbH	Account Manager Hunting (all genders)	Dortmund, Ratingen
ENO Telecom GmbH	Vertriebsprofi, Verkaufstalent, Beratungsheld, Verkaufsguru (m/w/d)	Nordhorn

Gerne können Sie Ihre Stellenausschreibung zu jederzeit online selbst einbuchen unter jobs.telecom-handel.de



Foto: Shutterstock/fizes



01

Netzwerken in Bohmte

Die 21. Hausmesse von Michael Telecom war ein großer Erfolg

Die Herbstmesse am 23. September sei ein voller Erfolg und sehr gut besucht gewesen, freute sich Oliver Hemann. Der Vorstand von Michael Telecom zog ein durchweg positives Resümee zur 21. Hausmesse des Distributors, besonders auch mit Blick auf „die vielen neuen Gesichter“, die unter den 840 Besuchern waren. Auf der Messefläche von 2.400 Quadratmetern präsentierten sich mehr als 40 Aussteller dem Publikum, zudem gab es insgesamt 14 Workshops und

Vorträge. Die Messe wurde durch ein vielfältiges Rahmenprogramm mit einer Live-Band und einem DJ abgerundet. ■



02

01 Die Stimmung auf der Messeparty war ausgelassen wie immer

02 Mehr als 840 Besucher kamen in diesem Jahr zur Hausmesse

Zwei Wochen unterwegs

Zur Mittel-Roadshow kamen über 250 Teilnehmer

Vier Standorte in zwei Wochen, über 1.600 Kilometer unterwegs: Die Mittel Connect 2023 zog in diesem Jahr mehr als 250 Teilnehmer an. Diese erfuhren vor Ort, welche Produktinnovationen der Hersteller plant, wie Branchenlösungen am besten vermarktet werden können und warum wiederum maßgeschneiderte Kundenlösungen so wichtig sind: Letztere reduzieren die Vergleichbarkeit, erhöhen den Mehrwert für den Kunden und damit auch die Kundenbindung. ■



Gruppenbild vom Finale der Roadshow am 14. September in Hannover

Am Cannstatter Wasen

Aurenz feierte auf dem Volksfest sein rundes Jubiläum

Traditionell lädt der Call-Analytics-Spezialist Aurenz im September seine Partner zum Cannstatter Wasen ein – vorher gibt es noch eine Verköstigung mit Weißwurst und Bier in den Büros. In diesem Jahr nutzte Aurenz den Tag, um sein 40. Jubiläum zu feiern, und die Geschäftsführer Jürgen Dagutat sowie York Hauser nahmen die Gelegenheit wahr, die vier Jahrzehnte Revue passieren zu lassen – mit allen Höhen und Tiefen. Es sei ein Jubiläum voller Stolz und Visionen gewesen, erinnerte sich Dagutat. Denn in den kommenden Monaten hat das Unternehmen viel vor: Dazu gehören unter anderem Call-Analytics-Lösungen für den Healthcare-Bereich sowie in der Cloud mit Microsoft Teams. ■



Das Aurenz-Jubiläum wurde auch im Bierzelt gebührend gefeiert

In die Business Class

Peoplefone will das Netzwerken seiner Reseller forcieren

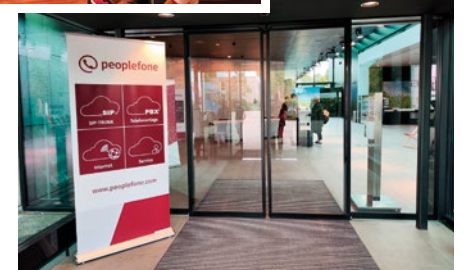
Der VoIP-Provider Peoplefone informierte auf seinem Partnertag im September seine Reseller über die kommenden Neuerungen im Bereich Provisionen und Tarife – und lud sie in seine neue Online-Plattform „Business Class“ ein. Ziel sei es, so Geschäftsführer Felix Pflüger, das Netzwerken der Partner untereinander zu forcieren – etwa um gemeinsam Projekte zu realisieren –, aber auch den Austausch mit Herstellern und dem Peoplefone-Team zu verbessern. Jedes Mitglied kann zudem Gruppen eröffnen, die öffentliche Foren sein können oder geschlossene (Projekt-)Gruppen. Zudem sind in dem Portal Informationen in Form von Wikis hinterlegt. Die Zeit der Einzelkämpfer sei vorbei, so Pflüger. Kunden wünschten sich zunehmend einen Ansprechpartner als ITK-Dienstleister, nur

die wenigsten Reseller könnten das aber abbilden. Deshalb werde die Kooperation der Reseller immer wichtiger. ■



Die Aussteller auf dem Peoplefone-Partnertag

Das Event fand in der Schwanenhalle statt



Impressum

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: +49 731 88005-8000
Fax: +49 731 88005-5203
www.telecom-handel.de

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

Geschäftsführer
Marco Parrillo

Chefredakteur

Roland Bernhard (verantw.), rb
Telefon: +49 731 88005-8151
bernhard@telecom-handel.de

Stellv. Chefredakteur

Boris Boden, bb
Telefon: +49 731 88005-8152
boden@telecom-handel.de

Redaktion

Christopher Bertele, cb
Telefon: +49 731 88005-8170
bertele@telecom-handel.de

Waltraud Ritzer, wr
Telefon: +49 731 88005-8176
ritzer@telecom-handel.de

Stephan von Voithenberg, sv
Telefon: +49 731 88005-8237
voithenberg@telecom-handel.de

Freie Mitarbeiter dieser Ausgabe

Sabine Block

Art Directorin

Maria-Luise Steinkühler

Gestaltung

EMG DESIGN UNIT
Dagmar Breitenbach,
Simone Köhnke,
Petra Reichensperner

Mediaberatung, Content-Marketing-Lösungen

Klaus Ahlering
Telefon: +49 731 88005-8125
klaus.ahlering@telecom-handel.de

Client Success (Disposition)

Anja Büttner
Telefon: +49 731 88005-8932
clientsuccess@ebnermedia.de

Stellenmarkt / HR Solutions

Sabine Vockrodt
Owner of HR Solutions
Telefon: +49 731 88005-8222
jobs@ebnermedia.de

Reinhold Fritsch
Telefon: +49 731 88005-8285
jobs@ebnermedia.de

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 27 vom 1.1.2023

Leitung Herstellung / Vertrieb / Kundenservice

Thomas Heydn

Abo-Vertrieb / Händlerbetreuung

Gabi Wullrich
wullrich@telecom-handel.de

Kundenservice

Telefon: +49 731 88005-8205
Fax: +49 731 88005-5203
kundenservice@ebnermedia.de

Druck

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

Telecom Handel ist die Fachzeitung für den Telekommunikations- und Mobilfunkhändler und erscheint dreiwöchentlich am Dienstag.

Der jährliche Bezugspreis für das Standard-Abo beträgt D: 144,30 Euro, AT und Welt: 144,30 Euro, CH: 179,40 Franken inklusive Versandkosten und Mehrwertsteuer. Weitere Informationen zu unserem Angebot erhalten Sie unter www.telecom-handel.de. Das Abo gilt für ein Jahr, anschließend bis zur Kündigung zum jeweils geltenden Jahresbezugspreis. Ihr Jahresabo ist ab dem Folgejahr auch monatlich kündbar. Bei vorzeitiger Kündigung Ihres bereits abgerechneten Bezugszeitraumes erhalten Sie den Betrag der Restlaufzeit zurückerstattet.

Telecom Handel
www.telecom-handel.de

**HIER FINDEN SIE
NICHT JEDEN.**

**SONDERN GENAU
WEN SIE SUCHEN.**

**JETZT
ANZEIGE
SCHALTEN!**



jobs.telecom-handel.de

Dirk Ohlsen-Kressing, Tel.: +49 (0)731/88005-8227 | Sabine Vockrodt, Tel.: +49 (0)731/88005-8222

oder per E-Mail an: jobs@telecom-handel.de

AGENTUREN

**HIER
KÖNNTE
IHR EINTRAG
STEHEN!**

Infos unter
anbieter.telecom-handel.de

BUSINESS-
DIGITALISIERUNGPLZ
4

eb2a DIGITAL
CRM DIGITAL-APP
SEO - MARKETING
SHOP & WEBSITES
TELEFONANLAGEN
AI IT-SICHERHEIT

LOKAL DIGITAL
ÜBERALL
GEFUNDEN WERDEN!
easydigitalisierung.de

BUSINESS-
VERMARKTUNGPLZ
4

ENO

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.

DECT-LÖSUNGEN

PLZ
8

freeVoice
freeVoice USB Headset
Höchster Tragekomfort



Office Corded Contact Center
info@freevoice.biz
tel. +49 89 12503389
www.freevoice.biz

DISPLAYSCHUTZ

PLZ
8

DISPLEX
**DISPLAYSCHUTZ
MONTAGE**

Die Schutzglas-Montage
war noch nie so einfach



Eco-Montagerahmen
ENGINEERED
IN GERMANY
www.displex.com

DISTRIBUTION
GROSSHANDELPLZ
3

WORTMANN
TELECOM GMBH

WORTMANN TELECOM GmbH
www.wortmann-telecom.de
Hankamp 2
32609 Hüllhorst
Tel.: 05744 944 - 4500
info@wortmann-telecom.de
Ihr Partner für Industrie & Handel
• Smartphones
• Tablets
• Unterhaltungselektronik
• Smart Home
• Zubehör
• Mobile Device Management
• Finanzierung & Leasing
• uvm.

FESTNETZTELEFONIE

**HIER
KÖNNTE
IHR EINTRAG
STEHEN!**

Infos unter
anbieter.telecom-handel.de

HEADSETS

PLZ
8

freeVoice
freeVoice Space Headset
Für's Büro und unterwegs



Mobile Office Cordless
info@freevoice.biz
tel. +49 89 12503389
www.freevoice.biz

HERSTELLER

**HIER
KÖNNTE
IHR EINTRAG
STEHEN!**

Infos unter
anbieter.telecom-handel.de

ITK-
VOLLSORTIMENTERPLZ
4

ENO

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
Vertriebsteam
www.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, Schulungs-
distributor Nr.1 seit 1997 & weiteren
ITK Spezialdienstleistungen – Hohe
Qualität der ITK Beratung seit 1984.

mobilezone
handel

mobilezone handel gmbh
www.mobilezone-handel.de
Bergiusstraße 1a, 48165 Münster
Tel.: 0234 - 95 71 963 950
info@mobilezone-handel.de
• Netzvermarktung
• Mobilfunk-Hardware
• IoT & Smart Home
• Festnetz & Internet
• Individuelle Partnerkonzepte

PLZ
5

ALSO
THE TECHNOLOGY PROVIDER

ALSO Deutschland GmbH
www.also.de
Lange Wende 43, 59494 Soest
Tel.: +49 2921 99 0
Fax: +49 2921 99 1199
info@also.com
Ihr ITK Partner für Mobilfunk, Fest-
netz, Netzvermarktung, TK-Anlagen
und -Systeme, Navigation, Audio und
Video Conferencing, Gebäudeauto-
mation u.v.m.

PLZ
6

herweck
Zuverlässig. Preiswert. Schnell.

Herweck AG
www.herweck.de
Geistkircher Straße 18
66386 St. Ingbert-Rohrbach
Tel.: 06894/3883- 0
vertrieb@herweck.de
Leistungsfähige und zuverlässige
ITK-Distribution, Netzvermarktung
aller Netze, Unified Communication,
Schulungen, umfangreiche Fachhan-
delsunterstützung, hohe Warenver-
fügbarkeit und schnelle Lieferung.

KONFERENZLÖSUNGEN

**HIER
KÖNNTE
IHR EINTRAG
STEHEN!**

Infos unter
anbieter.telecom-handel.de

M2M/IOT/VOLTE

**HIER
KÖNNTE
IHR EINTRAG
STEHEN!**

Infos unter
anbieter.telecom-handel.de

MOBILFUNK/
MOBILTELEFONEPLZ
0

faro-com
competence in communication

www.faro.de
faro-com GmbH & Co. KG
Gewerbeparkstraße 21
DE - 03099 Kolkwitz
Telefon: +49 (0)355 49491-300
Telefax: +49 (0)355 49491-310
E-Mail: info@faro-com.de
• hohe Warenverfügbarkeit
• großzügige Sortimentstiefe
• extrem funktionaler Webshop
mit Beratungsfunktion uvm.
• Produkte mit 3 Klicks auffindbar
• attraktive Preise

PLZ
2

eLink Distribution AG

Ihr Distributor für
• Smartphones
• Tablets
• Laptops

Hohe Verfügbarkeit &
tagesaktuelle Preise

Große Elbstr. 49
22767 Hamburg
040 180 424 7400
info@elink-distribution.com
www.elink-distribution.com

PLZ
4**mobilezone**
handel

mobilezone handel gmbh
www.mobilezone-handel.de
Bergiusstraße 1a, 48165 Münster
Tel.: 0234 - 95 71 963 950
info@mobilezone-handel.de
• Netzvermarktung
• Mobilfunk-Hardware
• IoT & Smart Home
• Festnetz & Internet
• Individuelle Partnerkonzepte

PLZ
1

YUKA tel
trustable in mobile

Yukatel GmbH
www.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).

MOBILFUNK UND
FESTNETZPLZ
4**mobilezone**
handel

mobilezone handel gmbh
www.mobilezone-handel.de
Bergiusstraße 1a, 48165 Münster
Tel.: 0234 - 95 71 963 950
info@mobilezone-handel.de
• Netzvermarktung
• Mobilfunk-Hardware
• IoT & Smart Home
• Festnetz & Internet
• Individuelle Partnerkonzepte

PLZ
6

einsA mobile
TK-Distribution

einsA mobile GmbH
Partnerportal: www.pluspos.de
Samerviesen 6
63179 Obertshausen
Tel. 06104 - 40 57 - 300
support@einsamobile.de
• Fachhandelskonzept
• GK & PK Netzvermarktung
• Mobilgeräte & IoT
• Energie
• Fulfillment

YUKA tel
trustable in mobile

Yukatel GmbH
www.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).

MOBILFUNKZUBEHÖR

PLZ
0

faro-line
competence in communication

www.faro.de
faro IMPORT EXPORT GmbH & Co. KG
Gewerbeparkstraße 21
DE - 03099 Kolkwitz
Telefon: +49 (0)355 49491-200
Telefax: +49 (0)355 49491-210
E-Mail: info@faro.de
• Mobilfunkzubehör und Ersatzteile
• über 30.000 Artikel aller
Produktkategorien verfügbar
• extrem funktionaler Webshop
• Produkte mit 3 Klicks auffindbar
• Eigenmarke „anco“ für
Mobilfunk-Accessoires
• nachhaltiges Schutzfolienkonzept
CUT & USE powered by anco®

PLZ
8

DISPLEX

DEUTSCHLANDS NR.1
DISPLAYSCHUTZ



FULL COVER
100%

ENGINEERED
IN GERMANY
www.displex.com

NETZVERMARKTER

PLZ
0

faro-com
competence in communication

www.faro.de
faro-com GmbH & Co. KG
Gewerbeparkstraße 21
DE - 03099 Kolkwitz
Telefon: +49 (0)355 49491-300
Telefax: +49 (0)355 49491-310
E-Mail: info@faro-com.de
• individuelles Fachhandelskonzept
• persönliche Betreuung im
Innen- und Außendienst
• Fachhandels-Hotline
• attraktive Bonusprogramme
• Print- und Digitalmedien durch
eigene Marketingabteilung
• funktionaler Webshop mit
Kalkulations- und Vergleichstool,
IMEI-Picking u. v. m.
• Incentives / Händlerstammische

PLZ
4**MICHAEL TELECOM**

MICHAELTELECOM AG
Vertriebsteam
www.michael-telecom.de
Bruchheide 34, 49163 Bohmte
Tel.: 05471-806-0
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.

NETZWERKTECHNIK

PLZ
4**MICHAEL TELECOM**

MICHAELTELECOM AG
Vertriebsteam
www.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, Schulungs-
distributor Nr.1 seit 1997 & weiteren
ITK Spezialdienstleistungen – Hohe
Qualität der ITK Beratung seit 1984.

**HIER
KÖNNTE
IHR EINTRAG
STEHEN!**

Infos unter
anbieter.telecom-handel.de

TABLETS

PLZ 6



Yukatel GmbH
www.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).

UCC-TELEFONANLAGEN

PLZ 8



TeamFON GmbH
www.teamfon.com
 Stahlgruberring 11
 81829 München
Tel.: 089-42700560
info@teamfon.com
 • Virtuelle Telefonanlage
 • Individuelle Whitelabel-Lösungen
 • Softphone und Apps

WIEDERKEHRENDE EINNÄHMEN

SMARTPAY

Kundenbindung einfach gemacht

- Service als Abo
- Wartungsverträge
- Routermiete
- Hardwarefinanzierung
- Mitgliedschaften
- Jahresbeiträge

... und vieles mehr!

Deine Dienstleistungen als Abo vermarkten für dauerhafte Einnahmen

planbar, einfach, smart
Bring Service aufs nächste Level

Melde dich unter

www.smartpay.software

TELEKOMMUNIKATION

PLZ 0



ITAS AG
www.itas.ag
 Südstraße 1
 DE-09221 Neukirchen Erzg.
Tel.: +49 371 56004-444
vertrieb@itas.ag
 We.Do.IT
 • B2B Distribution - 20 Jahre Branchenerfahrung
 • ITK-Produkte namenhafter Enterprise-Hersteller
 • Cloud TK mit WebRTC
 • UCC
 • Netzvermarktung
 • Trainings in kleinen Gruppen
 • Fulfillment
 • Roll-Out

PLZ 4



**FACHHÄNDLER
WERDEN.**

Kontaktieren Sie uns unter:
deutsche-glasfaser.de/fachhaendler
toppartner@deutsche-glasfaser.de



Deutsche Glasfaser Wholesale GmbH
 Am Kuhn 31 / 46325 Borken

TK-ANLAGEN FÜR KLEINE UNTERNEHMEN

PLZ 8



freeVoice Space Headset
 Für's Büro und unterwegs



**Office
Mobile
Cordless**

info@freevoice.biz
 tel. +49 89 12503389
www.freevoice.biz

ZUBEHÖR

PLZ 4



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.

PLZ 8

DISPLEX

**TESTSIEGER BEIM
DISPLAYSCHUTZ**

DISPLEX Schutzgläser:
Von der Fachpresse
vielfach ausgezeichnet

ENGINEERED
IN GERMANY

www.displex.com

Telecom Handel

Das Anbieterverzeichnis für die ITK-Branche

Sie sind auf der Suche nach neuen Kunden?

Dann präsentieren Sie
Ihre Firma, Ihre Produkte
und Ihre Dienstleistungen
im großen Telecom Handel
Anbieterverzeichnis –
im Heft und online unter
anbieter.telecom-handel.de.



Jetzt eintragen:
<https://anbieter.telecom-handel.de/about>

Kontakt Sales:

Klaus Ahlering • Telefon: +49 731 88005-8125

E-Mail: klaus.ahlering@telecom-handel.de

Leserbriefe / Händlererecho

Firmen-Verzeichnis

1N	4
4Motions	5
Acondistec	25
ADN	16
Aetka	6
Also	16, 25
Amazon	20
Apple	1, 12, 18, 20
Aurenz	26
AVM	5
Beafon	20
Brodos	6
Cisco	5
Deutsche Telekom	4, 5
Doro	20
Emporia	20
Eno Telecom	6
Enreach	6
Epsilon	6
Estos	24
Freenet	6
Gen	6
Gigaset	12, 19
Google	4, 12, 20
Honor	12
Huawei	4, 12, 20, 25
Ingram Micro	16
Komsa	6, 16, 25
Lebara	4
Lenovo	20
MediaMarktSaturn	4
Microsoft	20
Michael Telecom	6, 26
Mitel	26
Mobilezone Handel	6
Motorola	5, 12
MySwooop	6
Nokia	5, 12, 20
Nothing	12
NTB	22
O2 Telefónica	6
Oneplus	5
Peoplefone	26
Qualcomm	4
Realme	20
Ruggear	5
Samsung	1, 4, 12, 20
SCC	6
Sony	12
Starface	24
T-Systems	5
TD Synnex	16
Teamfon	24
Tecno	12
Telesys	9
Transsion	12
Vier	8
Vodafone	6
Waipu.tv	4
Xiaomi	4, 12, 20

Apple veröffentlicht Software-Update gegen heißlaufende iPhones

„Wenn man außer Fine Woven, AKA normales Plastik und einem mehr oder weniger funktionsfähigen USB-C-Anschluss nichts Neues zu bieten hat, dann wundert es mich schon, dass Apple noch nicht auf die Idee gekommen ist, dies als zur Jahreszeit passendes Feature zu bewerben. Die i-Handwärmer-Funktion. Nur echt mit dem Apfel-Logo.“

Openwater



Einige iPhones hatten mit hohen Temperaturen zu kämpfen

„Ist das Hitzeproblem bei den Tests wirklich nicht aufgefallen? Oder sind die Testwerte mit dem Problem besser? Für Apple ganz, ganz schwach.“

Horus

„Warum sollte so was nur anderen Herstellern passieren? Manche Sachen fallen halt erst nach einer gewissen Zeit auf, und manchmal reicht wohl schon ein kleiner Fehler in der Software.“

Twominus

Bündnis fordert Reparatur-Bonus für Elektrogeräte

„Statt einer staatlichen Subventionierung von Reparaturen sollten die Hersteller verpflichtet werden, die Garantiezeit auf fünf Jahre zu verlängern. Somit haben auch die Hersteller ein Interesse, dass die Geräte lange funktionieren. Reparaturfreundlichkeit sollte ebenso Standard sein wie zum Beispiel einfacher Austausch des Akkus und anderer Komponenten (siehe Fairphone). Dass die Waren dann teurer werden, ist klar, aber eine Wegwerfgesellschaft ist langfristig teurer.“

Pedrox

„Also erst mal find ich's ja gut, dass man sich Gedanken macht, wie man den Elektroschrott reduzieren kann. Aber mal ganz ehrlich, warum muss der Staat wieder mal die Kosten übernehmen? Ich weiß genau, wie oft Kunden bei uns ankommen und nach einer Reparatur fragen. Oft ist es schlichtweg günstiger, ein neues Gerät zu kaufen, als das alte zu reparieren, gerade bei den billigen Smartphones. Wäre es da nicht sinnvoller, die Hersteller zu zwingen, langlebigere Geräte herzustellen oder Ersatzteile günstiger zu machen? Ein Zuschuss vom Staat löst doch nicht das Kernproblem.“

Jetta

„Ich versteh ja das Anliegen, und Elektroschrott ist echt ein Problem. Aber 200 Euro Zuschuss? Wer legt fest, wann sich eine Reparatur lohnt und wann nicht? Und woher kommt das Geld? Von uns Steuerzahlern! Wir Händler bieten schon Reparaturservices an, aber wenn ein Gerät nach zwei Jahren veraltet ist, warum sollte man es dann noch reparieren? Das Bündnis sollte

lieber dafür sorgen, dass die Geräte so produziert werden, dass sie von Anfang an länger halten – und nicht alle paar Jahre ersetzt werden müssen.“

Invinoveritas

Deutsche Telekom will mehr als 1.000 Stellen streichen

„Wenn der Stellenabbau, die Insolvenzen und die Arbeitsplatzverlagerungen in Energiebilligländer bei den deutschen Konzernen so weitergehen, dann können wir unsere goldigen Fachkräfte sicher bald heimschicken.“

Seth

Laser-Behandlung der Fenster soll Mobilfunkempfang in der Bahn verbessern

„Ach, da kommt die Bahn jetzt nach ich weiß nicht wie vielen Jahren mal auf die Idee? Klar liegt es auch am miserablen Ausbau der Netzbetreiber an den Strecken, aber wenn dann mal tatsächlich ein Funkturm in Gleisnähe steht, hat er gar keine Chance, die Signale zum Nutzer zu bringen, weil die Scheiben vom ICE nix durchlassen. Großes Kino, liebe Bahn.“

Ping



Der Mobilfunkempfang in der Bahn soll besser werden

Vorschau auf Ausgabe 14 vom 28. November 2023

Das sind die aktuellen Collaboration-Trends

Künstliche Intelligenz wird immer häufiger im Collaboration-Umfeld eingesetzt. Die Hersteller bringen dazu Programme auf den Weg.



Bester Distributor des Jahres

Telecom Handel

LESERWAHL 2023

Wer ist der Top-Distributor des Jahres 2023?

Die Leser von Telecom Handel haben entschieden und den besten Großhändler des Jahres bestimmt. Das sind die Ergebnisse.

Reparatur am PoS als Verdienstchance

Schnelle Reparaturen wie ein Display- oder Akkutauch können Händler auch selbst im Shop ausführen. So gelingt der Einstieg ins Thema.



Telecom Handel | Modern Workplace NEWSLETTER



JETZT KOSTENLOS ABONNIEREN

Der **MODERN WORKPLACE NEWSLETTER**
erscheint immer mittwochs und informiert über die wichtigsten
Neuigkeiten rund um UCC, Cloud, 5G und IoT
WWW.TELECOM-HANDEL.DE/NEWSLETTER

o2.de/surfing



O2 can do

KANN JEDE WELLE NEHMEN.
AUCH DIE UNMÖGLICHEN.

Sebastian Steudtner stellt sich der höchsten Welle aller Zeiten.
Mehr zu unserer gemeinsamen Mission auf o2.de/surfing

O₂ can do

Eine **Telefónica** Marke
...

Telefónica Germany GmbH & Co. OHG, Georg-Brauchle-Ring 50,
80992 München, WEEE-Reg.-Nr. DE 10160685