



Das  
**JAHRBUCH**

**Telecom Handel**



# Neue Wege, neue Impulse



Ein bewegtes Jahr liegt hinter uns – und für viele in der Branche war es kein einfaches. 2025 war geprägt von Veränderungen, Umbrüchen und neuen Konstellationen. Manche vertrauten Gesichter haben sich verabschiedet, andere sind neu hinzugekommen. Umso wertvoller waren die Momente, in denen die Branche zusammenkam. Die Communicate! in Mannheim hat mit ihrem B2B-Fokus und der Premiere der „Night of Communicate!“ einen neuen Akzent gesetzt. Viele nutzten die Gelegenheit, sich wiederzusehen, ins Gespräch zu kommen und einen intensiven Konferenztag gemeinsam zu erleben.



Ein Thema, das 2025 zusätzlich an Bedeutung gewonnen hat, ist die digitale Souveränität. In diesem Jahrbuch finden Sie dazu ein Interview mit Christine Knackfuß-Nikolic, Chief Sovereignty Officer von T-Systems. Sie erläutert, warum Wahlfreiheit bei Daten und Infrastruktur künftig eine größere Rolle spielen wird und welche Weichen Unternehmen schon heute stellen sollten.

Zum Jahresende wünsche ich Ihnen Gesundheit, Zuversicht und Erfolg. Nun lade ich Sie ein, gemeinsam mit uns die wichtigsten Ereignisse und Entwicklungen des Jahres 2025 Revue passieren zu lassen.

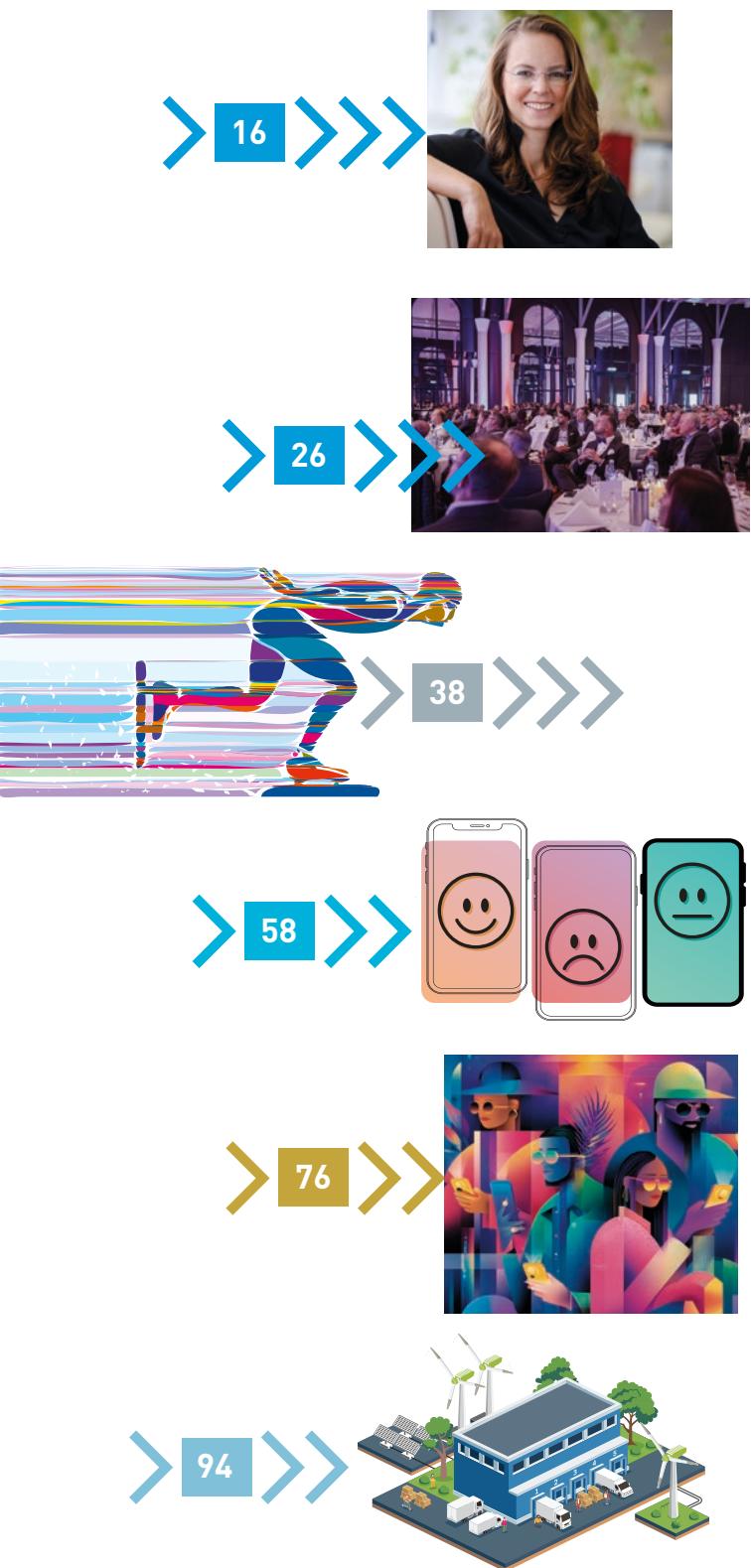
*Roland Bernhard*

**Roland Bernhard**  
Chefredakteur

PS: Sie können dieses Jahrbuch auch als PDF herunterladen unter  
[www.telecom-handel.de/jahrbuch](http://www.telecom-handel.de/jahrbuch)



## Jahrbuch 2025



> 5	<b>Rückblick</b> Das war das Jahr 2025 Nicht nur für die Distribution war es ein Jahr des Übergangs	S. 6
> 26	„Das Thema selbst in die Hand nehmen“ Christine Knackfuß-Nikolic, Chief Sovereignty Officer T-Systems, im Interview	S. 16
> 37	<b>Communicate!</b> Impluse und Ideen fürs Tagesgeschäft Der Branchentreff startete erstmals mit der „Night of Communicate!“	S. 26
> 57	<b>Die besten Händler des Jahres</b> In diesem Jahr zeichnete die Redaktion 11 Händler und Systemhäuser mit den Best Practice Awards aus	S. 30
> 75	<b>Distribution</b> Wer liefert was? Das Portfolio der Großhändler	S. 38
> 93	Leserwahl: Das sind die Besten Herweck gewinnt die Wahl zum „Distributor des Jahres 2025“	S. 40
> 58	<b>Hersteller</b> Wer liefert was? Handys und Smartphones Das Portfolio der Großhändler	S. 58
> 76	Leserwahl: Smartphone-Hersteller Samsung verteidigt den ersten Platz	S. 60
> 94	Leserwahl: TK- & UCC-Hersteller Agfeo und Starface liegen vorn	S. 70
> 16	<b>Netze und Services</b> Die Ergebnisse der Leserwahl Die Telefongesellschaft des Jahres	S. 76
> 26	Wer liefert was? Festnetz und Mobilfunk Das sind die Partner der Distributoren	S. 84
> 38	<b>Anbieterverzeichnis</b> Die ITK-Branche im Überblick	S. 94
> 58	Rückblick / Impressum	S. 98

# Rückblick

## Rückblick 2025

<b>Distribution</b>	S. 6
<b>Smartphones</b>	S. 8
<b>Glasfaser</b>	S. 10
<b>Netzbetreiber und Provider</b>	S. 14
<b>Interview mit Christine Knackfuß-Nikolic, T-Systems</b>	S. 16
<b>UCC</b>	S. 20
<b>Point of Sale</b>	S. 21
<b>Geräte des Jahres</b>	S. 22
<b>Zahlen des Jahres</b>	S. 24
<b>Das war die Communicate!</b>	S. 26
<b>Die Bilder der TH Gala 2025</b>	S. 34

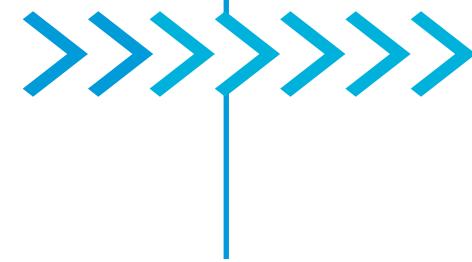
## Die Gewinner der Best Practice Awards

S. 30

# Rückblick



# Krisen, Kurswechsel und neue Köpfe



1

**Bild 1**

Neuer CEO von KOMSA ist Toni Burger, er löste ...

**Bild 2**

... Anfang des Jahres Pierre-Pascal Urbon ab

**Für die Distribution** war 2025 ein Jahr des Übergangs. Führungswechsel, Insolvenzen, Übernahmen und ein massiver Cyberangriff prägten den Markt. Viele Unternehmen nutzten die Phase, um ihre Strukturen zu überprüfen und strategisch neu auszurichten.

Bei KOMSA begann das Jahr mit einem markanten Einschnitt. Nach zwei Jahren an der Spitze kündigte Pierre-Pascal Urbon seinen Rückzug an und übergab die Verantwortung an Toni Burger, der neben seiner Rolle als CFO damit auch die Gesamtführung übernahm. Gemeinsam mit Ronny Tischer, der in den Vorstand aufrückte, und einem erweiterten Managementteam setzte Burger auf Stabilität, Kontinuität und den Ausbau der Service- und SaaS-Geschäfte. Besonders betont wurde die Standortbindung an Hartmannsdorf – ein Signal an Mitarbeiter und Partner nach einer Phase tiefgreifender Veränderungen.

**Abschiede bei KOMSA**

Zu den personellen Umbrüchen gehörte auch der Abschied von Anne Jeck, die den Bereich Supply verließ und als Vice President Endpoint Solutions DACH zu TD Synergex wechselte. Dort verantwortet sie seit-

her den Bereich PC-Systeme, Peripherals sowie Apple und Mobile. Wenig später musste KOMSA weitere Abgänge verkraften: Sven Mohaupt und Katrin Haubold, beide seit Jahrzehnten im Unternehmen, gaben ihren Ausstieg bekannt. Der Aufsichtsrat wurde ebenfalls neu besetzt, an die Stelle von Kerstin Grosse rückte Sunil Madhani vom Mehrheitseigner Westcoast.

**40 Jahre Herweck**

Auch für Herweck war 2025 ein Jahr des Übergangs. Der saarländische Distributor feierte sein 40-jähriges Bestehen und verband das Jubiläum mit einer Standortbestimmung für die kommenden Jahre. Vorstand Dieter Philippi kündigte an, sich 2026 in den Aufsichtsrat zurückzuziehen und damit die operative Verantwortung abzugeben. Nachfolger soll der kaufmännische Leiter Jakob Saga werden. Thematisch standen auf der Haumesse „Herweck Perspectives“ die neuen Mietmodelle für Partner im Fokus, mit denen das Unternehmen Fachhändlern den Einstieg in Device-as-a-Service erleichtern will.

Ein ganz anderes Bild bot Siewert & Kau. Nach anhaltenden wirtschaftlichen Schwierigkeiten musste der Kölner Distributor Insolvenz anmelden. Der Webshop und der Cloud-Marketplace gingen offline, der Betrieb wurde nur eingeschränkt fortgeführt. Ein Teil der Mitarbeiter fand bei Also Deutschland eine neue Heimat: Der Broadliner übernahm ein sechsköpfiges Solution-Sales-Team aus Bergheim und stärkte damit seinen Value-Add-Vertrieb.

Auch Ingram Micro geriet 2025 unter Druck, allerdings aus ganz anderer Rich-



2

tung. Ein Ransomware-Angriff legte Anfang Juli zentrale Systeme des Distributors lahm. Bestellungen, Cloud-Dienste und Logistikprozesse waren weltweit tagelang beeinträchtigt. Nach internen Untersuchungen bestätigte das Unternehmen den Angriff offiziell und konnte die Systeme schrittweise wiederherstellen. Die Attacke führte vielen Marktteilnehmern vor Augen, wie abhängig die gesamte Lieferkette inzwischen von digitaler Infrastruktur geworden ist.

### Aus für Hotphone?

Große Unruhe gab es auch bei Hotphone: Der Mannheimer Discount-Distributor verschwand im Sommer ohne Ankündigung vom Markt. Der Online-Shop wurde abgeschaltet, und die zeitliche Nähe zu einer europaweiten Razzia der Europäischen Staatsanwaltschaft (EPPO) gegen Umsatzsteuerkarusselle im Elektronikhandel sorgte für Spekulationen. Ermittlungen im Umfeld des Unternehmens sollen laufen.

Für positive Schlagzeilen sorgte dagegen ComTeam, das sich mit dem IT-Security-Netzwerk Kiwiko zusammenschloss. Beide Organisationen bündeln ihre Aktivitäten unter dem Dach der ComTeam Systemhaus GmbH. Kiwiko bleibt als Marke bestehen. Ziel ist der Aufbau eines Kompetenzzentrums für Cybersecurity und Managed Services, das Fachhändlern und Systemhäusern Zugang zu Schulungen,



3

Einkaufskonditionen und gemeinsamen Marketingressourcen bietet.

### Mobilezone unter neuer Flagge

Zum Jahresende schließlich sorgte Freenet mit einem großen Zukauf für Bewegung: Der Konzern übernimmt das Deutschlandgeschäft von Mobilezone, inklusive der Marken Sparhandy, Deinhandy und High. Damit zieht sich die Schweizer Mobilezone AG nach einem Jahrzehnt komplett aus dem deutschen Markt zurück. Für Freenet bedeutet die Übernahme eine deutliche Stärkung im Online- und Omnichannel-Vertrieb. Gleichzeitig wurde die Exklusivpartnerschaft mit MediaMarktSaturn um weitere fünf Jahre verlängert. •

### Bild 3

Jörg Herweck (li.) und Dieter Philippi können auf 40 Jahre Herweck zurückblicken

### Bild 4

Mobilezone Deutschland wurde an Freenet verkauft

4



### Bild 5

Siewert & Kau musste im Jahr 2025 Insolvenz anmelden

5



# Apple auf der Überholspur

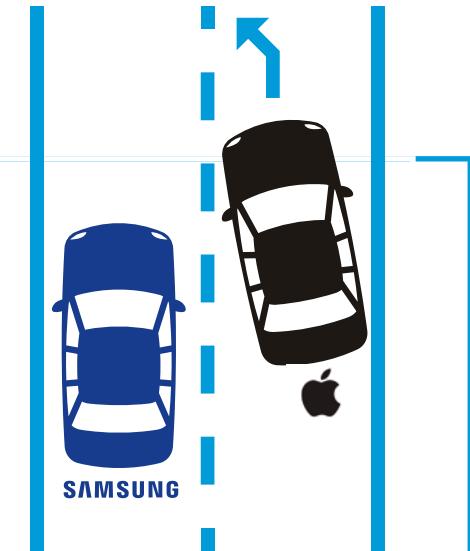
300 Mio.  
Smartphones  
wurden weltweit  
verkauft

**Es kommt nicht immer so schlimm** wie gedacht: Viele Analysten haben auf dem Smartphone-Markt angesichts der Zollstreitigkeiten sowie der schwachen Wirtschaftslage mit deutlichen Einbrüchen für 2025 gerechnet. Doch bei den Zöllen wurden Smartphones teilweise ausgenommen und die Auswirkungen auf die Produktion waren nicht so groß wie erwartet.

Die Marktforscher von Omdia stellten für die ersten zwei Quartale des Jahres kaum Wachstum fest, aber auch keinen Einbruch. Im dritten Quartal wurden mit 320 Millionen Geräten weltweit sogar drei Prozent mehr verkauft als im Vorjahreszeitraum. Für das vierte Quartal schließen sie aber Probleme durch steigende Gerätelpreise vor allem im Einsteigersegment nicht aus, da Bauteile wie Speicherchips knapper und damit teurer geworden sind.

Der deutsche Markt entwickelte sich allerdings nicht so positiv wie der Weltmarkt: Laut dem CE-Index Hemix wurden in den ersten drei Quartalen 12,4 Millionen Geräte verkauft, das waren 5,2 Prozent weniger als im vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Da gleichzeitig aber der Durchschnittspreis von 680 auf 698 Euro stieg, fiel der Umsatzeinbruch mit 2,7 Prozent weniger dramatisch aus.

Beim Trend zu Premium folgt der deutsche Markt der globalen Entwicklung. Diese spielt vor allem Apple in die Karten: Die US-Marke könnte gemäß den Marktforschern von Counterpoint Research 2025 nach mehr als zehn Jahren wieder die Führung im Weltmarkt von Samsung in einem Gesamtjahr übernehmen. Demnach soll Apple beim Absatz um rund zehn Prozent zulegen, während Samsung nur auf ein Plus von 4,6 Prozent kommen soll –



was angesichts der Gesamtentwicklung immer noch überdurchschnittlich ist. Gemäß den Analysten könnte Apple diese Führung bis mindestens 2029 verteidigen.

Der Erfolg in diesem Jahr wird unter anderem auf die Popularität der im September eingeführten iPhone-17-Reihe zurückgeführt. Zudem stiegen viele Menschen, die sich Smartphones zu Beginn der Corona-Pandemie gekauft hätten, aktuell auf neuere Modellgenerationen um.

Vor allem die Expansion der günstigeren e-Serie in weniger kaufkräftigen Märkten und der Start des ersten Foldables könnten Apple 2026 zusätzlichen Schub geben, bevor man dann 2027 mit dem 20. Geburtstag des iPhones ein Neudesign wagen könnte. Zudem könnte das erste Falt-Smartphone von Apple für Schwung in dem immer noch kleinen Segment sorgen, ungeachtet des erwarteten Preises von deutlich mehr als 2.000 Euro. Dass günstig bei den Faltern läuft, belegt der Aufstieg von Motorola mit dem Razr 60, das mit Preisen von deutlich unter 1.000 Euro im ersten Halbjahr in Europa laut Counterpoint erstmals die Spitze im Foldable-Segment erobern konnte.

Mit wenig Wachstum rechnen die Marktforscher dagegen bei den chinesischen Herstellern, die mit dem preisintensiven Wettbewerb in ihrem Heimatmarkt und dem Ausschluss vom US-Markt zu kämpfen haben. Sie haben in diesem Jahr ihr Engagement in Europa im höheren Preissegment verstärkt, doch in Deutschland kommt nur Xiaomi knapp auf zweistellige Marktanteile. Honor kämpft mit Motorola und Google um den vierten Platz.

O<sub>2</sub> can do

o2.de

# ACHTUNG, WIR TELEKOMMEN.

Das O<sub>2</sub> Netz: Erstmals auf Platz 2  
im connect Netztest\*.



Eine **Telefónica** Marke  
•••

Telefónica Germany GmbH & Co. OHG, Georg-Brauchle-Ring 50, 80992 München, WEEE-Reg-Nr. DE 101606855

\* connect Mobilfunk- und 5G-Netztest, Heft 01/2026: „sehr gut“ (937 Punkte) für O<sub>2</sub>; insgesamt wurden vergeben: 1x „überragend“ (975 Punkte) und 2x „sehr gut“ (937 Punkte). Weitere Informationen unter [o2.de/netz](http://o2.de/netz).

# Digitalisierung geht nicht ohne Glasfaser

Viele lokale Glasfaseranbieter versorgen weniger als 10.000 Haushalte – oft ist das unwirtschaftlich

Quelle: WIK Consult; Daten: BNetzA, Breitbandatlas des Bundes

**Die Forderungen**, dem Thema Digitalisierung in der Politik einen höheren Stellenwert einzuräumen, gab es schon lange. Bayern und Hessen haben bereits vor einigen Jahren eigene Digitalministerien eingerichtet, in den meisten anderen Bundesländern kommt der Begriff zumindest im Portfolio anderer Ministerien vor. Doch erst die neu gewählte schwarz-rote Regierung hat auch auf Bundesebene ein solches Ministerium ins Leben gerufen: Am 6. Mai 2025 wurde Karsten Wildberger erster Bundesminister für Digitalisierung und Staatsmodernisierung.

## Start von null

Das CDU-Mitglied gab dafür seinen Job als Vorstandsvorsteher der Ceconomy AG und Geschäftsführer der Media-Saturn-Holding GmbH auf. Er musste von null starten und ein Ministerium aufbauen, dessen Kompetenzen vorher bei anderen Ressorts oder im Kanzleramt angesiedelt waren. In einem Focus-Interview zog Wildberger Ende Oktober eine Zwischenbilanz: „Wir haben in nur sechs Monaten ein Ministerium mit inzwischen 500 Mitarbeitern und Mitarbeitern aufgebaut – von null. Das Tempo war enorm. Wir haben ein

klares Programm, wir arbeiten fokussiert und messen Fortschritte. In dieser kurzen Zeit so viel aufzustellen, hätte ich mir zu Beginn nicht vorstellen können.“

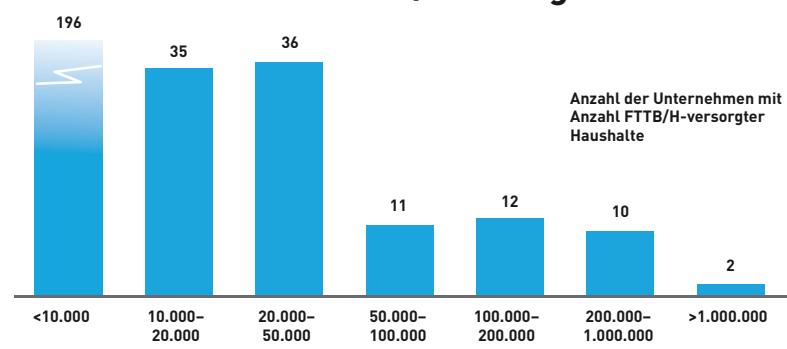
Eine wichtige Säule der Digitalisierungsstrategie ist die Infrastruktur, und da vor allem Breitband. Im Gesamthaushalt des BMDS für 2026 entfallen von 4,47 Milliarden Euro 2,26 Milliarden auf den Breitbandausbau und 200 Millionen auf den Mobilfunkausbau.

Der flächendeckende Umstieg von Kupfer- auf Glasfaserleitungen war auch 2025 wieder ein Streithema, vor allem zwischen der Deutschen Telekom und ihren Wettbewerbern, die sich in Verbänden wie dem Breko oder dem VATM organisierten. Im Mittelpunkt der Diskussion stand die Frage, wie viel Druck auf die Unternehmen ausgeübt werden sollte, die alten Kupfernetze nach einem Glasfaserausbau abzuschalten.

Denn andere europäische Länder sind viel weiter: Bis Ende 2025 sollen die Kupfernetze in Spanien abgeschaltet sein, der größte Netzbetreiber und Ex-Monopolist Telefónica hat bereits landesweit auf Glasfaser umgestellt. Auch Schweden verfolgt mit der Abschaltung 2026 ambitionierte Ziele, Frankreich und die Niederlande wollen bis 2030 Vollzug melden. Selbst wenn noch nicht in allen EU-Ländern mit einem Plan großflächig abgeschaltet wird, erfolgt in vielen zumindest in der Regel keine Vermarktung neuer Anschlüsse auf Kupferbasis mehr.

Andere – darunter auch Deutschland – haben keine nationalen Pläne mit konkreten Daten zum Umstieg auf die Glasfaser und bauen meist auf die Kräfte des Marktes, die das Thema regeln sollen. Auch die EU-Kommission ergeht sich zwar in vollmundigen Bekenntnissen zur ökono-

## Glasfaserunternehmen / Versorgte Haushalte



mischen Bedeutung von breitbandigen Verbindungen für die Bürger und die Wirtschaft, scheut aber klare Vorgaben. Das immer wieder genannte Jahr 2030, bis zu dem der Umstieg vollzogen sein soll, ist lediglich Gegenstand eines „Diskussionspapiers“ aus Brüssel und keine rechtlich verbindliche Vorgabe. Aus dem BMDS war als Reaktion zu vernehmen, dass man 2030 als Termin ohnehin für verfrüht halte und das auch gegenüber der EU-Kommission vertreten werde.

### Abgeschaltet wird ab 2028

Nach Schätzungen der Beratungsfirma WIK Consult würde die vollständige Abschaltung des Kupfernetzes unter den gegenwärtigen Rahmenbedingungen in Deutschland frühestens 2028 starten und erst in den Jahren 2035 bis 2040 abgeschlossen sein. Dies liege vor allem daran, dass betriebswirtschaftliche Interessen der Netzbetreiber im Vordergrund stünden und es keine Anreize für eine zügige Umstellung gebe.

Es zeigt sich, dass zu viel Vertrauen in die Mechanismen des Marktes wohl nicht angebracht ist. Denn TK-Anbieter wie die Telekom, die noch gut mit alten Leitungen an den DSL- oder Kabelanschlüssen ihrer Kunden verdienen, handeln aus ihrer Sicht durchaus ökonomisch. Ohne den Zwang, wegen einer drohenden Abschaltung umzusteigen, verstehen viele Endkunden nicht, warum sie wechseln sollen – erst recht nicht, wenn die Glasfaser mit höheren Kosten für sie verbunden ist.

Vor allem die Telekom als mit Abstand größter Betreiber des Kupfernetzes ist gegen Vorgaben zu dessen Abschaltung: „Forderungen von unseren Wettbewerbern auf ein sogenanntes Antragsrecht auf Abschaltung unseres Netzes lehnen wir im Sinne der Nutzer und unserer Eigentümerrechte rigoros ab“, heißt es dort in einem Blog-Beitrag. Die Sorge bleibt deshalb, dass die Telekom lediglich in eigenen Glasfaserausbaugebieten frühzeitig die Kupfernetze abschalten könnte, um Haushalte auf die neue Infrastruktur

wechseln zu lassen, während man sich in Ausbaugebieten der Wettbewerber mehr Zeit lässt. Die müssten dann länger mit einer Kupferkonkurrenz klarkommen.

Die Bundesnetzagentur (BNetzA) gibt inzwischen einen Drei-Stufen-Plan zum Umstieg vor, doch auch dafür fehlen Daten oder Verpflichtungen: In der ersten Phase sollen die Anbieter die Kunden aktiv darüber informieren, dass an ihrer Adresse ein Glasfaseranschluss verfügbar ist. Sie unterbreiten Angebote für einen Wechsel. Die Entscheidung liegt bei den Nutzern – ein Umstieg ist freiwillig und erfolgt ohne Druck.

Dann folgt Phase zwei: Sobald in einer Region eine nahezu flächendeckende Glasfaserversorgung erreicht ist, erstellen die Netzbetreiber einen konkreten Abschaltplan für DSL. Sie kündigen das Ende des Kupferanschlusses für ein bestimmtes Datum an. Betroffene Kunden erhalten klare Fristen für den Wechsel. Diese Pläne müssen der Bundesnetzagentur gemeldet und offen kommuniziert werden.

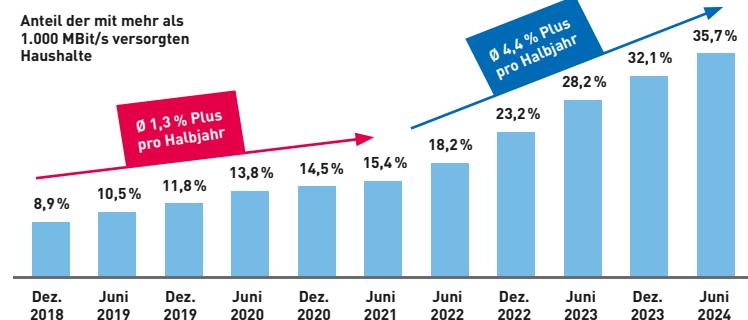
In der letzten Phase wird das Kupfernetz in der jeweiligen Region endgültig deaktiviert. Ein Betrieb von DSL-Anschlüssen ist dann technisch nicht mehr möglich. Kunden, die bis dahin nicht auf Glasfaser – oder Alternativen wie Mobilfunk, Kabel oder Satellit – umgestiegen sind, verlieren ihren Internet-Anschluss.

Im Oktober hat dann auch das BMDS ein Papier mit Eckpunkten für ein „Gesamtkonzept zur Kupfer-Glas-Migration“ zur Diskussion gestellt, in dem sich einige der Ideen der BNetzA wiederfinden. Es plant die Einführung zeitlicher Leitplänen und regulatorischer Maßnahmen, um den Prozess der Glasfasermigration zu beschleunigen. Die erste und entscheidende Phase ist dem Papier zufolge die freiwillige Migration, in der Endkunden von sich aus auf einen Glasfaseranschluss wechseln, sobald dieser verfügbar ist. Je stärker und schneller die Kupfernetze dadurch „leergeräumt“ würden, desto wahrscheinlicher werde eine ►



**Karsten Wildberger,**  
Bundesminister für  
Digitalisierung und  
Staatsmodernisierung

### Entwicklung der Glasfaserversorgung



**Nach zögerlichem Start ging es seit Mitte 2022 mit dem Ausbau von Glasfaseranschlüssen besser voran**

Quelle:  
Digitalministerium;  
Daten: BNetzA,  
Breitbandatlas  
des Bundes

betriebswirtschaftlich begründete Abschaltung. Die forcierte Migration sei nur die letzte Konsequenz für die wenigen noch verbleibenden Anschlüsse.

Um den Prozess zu kontrollieren und zu beschleunigen, prüft das BMDS eine klare zeitliche Begrenzung. Die Abschaltung eines Gebietes soll demnach nicht später als drei Jahre nach der flächendeckenden Verfügbarkeit von FTTH-Netzen erfolgen. Diese Regel soll für das gesamte Bundesgebiet gelten und den Rahmen für die notwendige gebietsweise, diskriminierungsfreie Abschaltung festlegen.

Über den gesamten Migrationsprozess hinweg müsse die ununterbrochene Versorgung der Endkunden zu angemessenen Preisen sichergestellt werden, betont das Ministerium. Bei einer Abschaltung sollten die Betroffenen auf eine alternative Kommunikationsinfrastruktur wechseln können, die mindestens die gleiche Qualität der Dienste gewährleiste.

Auch die Bundesnetzagentur und Glasfaser-Unternehmen sollten künftig ein Abschaltverfahren für ein mit Glasfaser versorgtes Gebiet initiieren können, was bisher der Telekom vorbehalten sein sollte. Damit wird zaghafte etwas Druck auf die Telekom ausgeübt – eine harte Abschalt-Pflicht ist es aber nicht. Dennoch äußerte sich VATM-Geschäftsführer Frederic Ufer positiv: „Endlich werden die seit Jahren bekannten Herausforderungen bei der Glasfaser-Migration mitsamt möglichen Lösungen benannt.“

Um „mehr Transparenz für alle Beteiligten“ zu schaffen, hat das BMDS im Sommer seinen ersten Bericht zum

Stand des Glasfaserausbau veröffentlich. Hierfür wurden erstmals adressgenaue Daten des Breitbandatlases des Bundes zur Breitbandversorgung mit Stand Juni 2024 zusammen mit Daten zur Breitbandförderung ausgewertet.

Demnach hat der Glasfaserausbau in Deutschland seit Mitte 2022 deutlich an Geschwindigkeit gewonnen. Bis Mitte 2024 wurde die Versorgung der privaten Haushalte auf rund 35,7 Prozent nahezu verdoppelt. Allerdings wurden gemäß der Definition des Breitbandatlases auch „homes passed“ mitgezählt, in denen noch kein Anschluss liegt oder geschaltet ist, dieser aber ohne größeren Aufwand zu realisieren wäre.

Unter Berücksichtigung aller verfügbaren Anschlussarten besteht für die große Mehrzahl (98,9 Prozent) der rund 41,9 Millionen Haushalte in Deutschland eine Grundversorgung mit Breitbandanschlüssen, die Download-Raten von mindestens 16 Mbit/s erlauben. Download-Raten von mindestens 200 Mbit/s sind für 85,7 Prozent und mit mindestens 1.000 Mbit/s für 76,5 Prozent der Haushalte verfügbar.

### Der Norden ist besser dran

Regional zeigt sich ein sehr heterogenes Bild: Vor allem der Norden und Nordwesten Deutschlands sind besser versorgt, aber auch dort gibt es Ausnahmen. Im Süden, Südwesten und Osten zeigen sich mehr Lücken. Spitzenreiter ist Hamburg mit über 73 Prozent versorgten Haushalten vor Schleswig-Holstein mit 62 Prozent. Ganz hinten liegen Thüringen und das Saarland mit jeweils rund 16 Prozent.

Insgesamt hatten zur Mitte des Jahres 2024 mehr als 300 Telekommunikationsunternehmen eine Glasfaserversorgung gemeldet. Es zeigt sich, dass 196 der 302 Unternehmen jeweils weniger als 10.000 Haushalte versorgen und nur einen Anteil von 3,3 Prozent an der Gesamtversorgung haben. Weitere 35 Unternehmen versorgen zwischen 10.000 und 20.000 Haushalte. 36 Unternehmen versorgen zwischen 20.000 und 50.000 Haushalten.

Es gibt auch eine regionale Beschränkung vieler Anbieter: 148 Unternehmen sind nur lokal, also in einem Landkreis, tätig, 93 weitere regional in maximal vier Landkreisen. Als überregional werden 42 Anbieter eingestuft, die in mehr als vier Landkreisen FTTB/H-Anschlüsse legen, aber nur in bis zu drei Bundesländern tätig sind. Insgesamt bauen 19 Unternehmen in vier oder mehr Bundesländern Glasfaser aus und können daher als national tätig gesehen werden. Die Verfasser des Berichts rechnen mit einer kommenden Marktkonsolidierung, da einzelne Player nur durch eine gewisse Mindestgröße wirtschaftlich überleben könnten.

Für den Bericht wurden die Unternehmen anhand ihrer Geschäftsmodelle, Historie und Eigentümerstruktur in sieben Kategorien eingeordnet. Die drei Kategorien „Incumbent“ (Deutsche Telekom, GlasfaserPlus und Glasfaser Nordwest),

„Stadtwerke“ (mehr als 10.000 Anschlüsse) und „Investorenmodelle“ erreichen zusammen fast 80 Prozent der Glasfaserversorgung. Anbieter der Kategorien „Investorenmodelle“, „Stadtwerke“ und „Sonstige Privatunternehmen“ bauen eher als Unternehmen anderer Kategorien in den Kommunen flächendeckend aus. Sie erreichen eine durchschnittliche eigenwirtschaftliche Ausbauquote von über 70 Prozent der Haushalte einer Gemeinde.

Demgegenüber decken die Kategorien „Incumbent“ und „Private Energieversorger“ im Durchschnitt nur rund 45 beziehungsweise 56 Prozent der Haushalte einer Gemeinde ab. Unternehmen der Kategorie „Incumbent“ – also im Wesentlichen die Telekom – bleiben am weitesten hinter dem Ausbaupotenzial zurück und erschließen häufiger städtische Haushalte, die ohnehin bereits über einen gigabitfähigen Kabelanschluss (HFC) verfügen. •

## Die Telekom bedankt sich für das Vertrauen ihrer Händler!



Connecting  
your world.



Wir als Telekom sind stolz auf das Vertrauen, das unsere Vertriebspartner uns entgegenbringen, und freuen uns sehr über den Titel „**Beste Telefongesellschaft 2025**“. Selbstverständlich ist diese Auszeichnung für uns nicht nur eine Bestätigung der guten Zusammenarbeit in den vergangenen Jahren, sondern auch eine Motivation, den Handel weiter positiv zu entwickeln.

# Pannen, Personal, Pläne – ein Jahr voller Wechsel



2



**Bild 2**

Telekom Partner: Manuel Wolf (li.) übernimmt von Georg Schmitz-Axe



**2025 stand für die** deutsche Telekommunikationsbranche im Zeichen personeller Neuaufstellungen. Bei allen großen Playern wechselten zentrale Führungspositionen – die Bewegungen spiegeln wider, dass sich die Unternehmen strategisch neu ausrichten.

## Deutsche Telekom: Kontinuität mit neuem Gesicht

Bei der Deutschen Telekom stand 2025 der Umbau an der Spitze der Deutschland-Organisation im Fokus. Zum 1. März übernahm Rodrigo Diehl das Deutschland-Geschäft von Srinivas Gopalan, der als COO zu T-Mobile US wechselte. Parallel dazu verlängerte der Aufsichtsrat den Vertrag von Konzernchef Tim Höttges bis Ende 2028 – ein klares Signal für Kontinuität im Konzern.

Im Privatkundenbereich folgte Axel Orbach auf Wolfgang Metze, der das Unternehmen verließ. Orbach kommt von Congstar, wo er die Marke modernisiert und das Geschäft deutlich ausgebaut hat. Im Partnervertrieb übernahm Manuel Wolf die Leitung von Telekom Partner; Georg Schmitz-Axe wechselte in den Bereich T-Business und verantwortet künftig den Mittelstandsbereich.

## Drei Jahrzehnte Wandel und Expansion

Im Juli feierte die Deutsche Telekom ihr 30-jähriges Bestehen. Aus dem einstigen Staatsunternehmen ist ein globaler Kon-



1

**Bild 1:** Vodafone wurde neuer Hauptsponsor des BVB

zern mit 200.000 Beschäftigten geworden. Der Umsatz stieg von 34 auf 116 Milliarden Euro, die Kundenzahl von 37 auf 300 Millionen. CEO Höttges betonte, dass auf das Erreichte keine Ruhepause folgen dürfe, und kündigte verstärkte Investitionen in KI und Rechenzentren an.

Beim Glasfaserausbau setzt die Telekom konsequent auf Kooperationen mit regionalen Partnern. Im September schmiedete das Unternehmen mit den Stadtwerken München und M-net eine Allianz für 550.000 zusätzliche FTTH-Anschlüsse.

## O2 Telefónica: Drama um Markus Haas

Deutlich turbulenter verlief der Führungswechsel bei O2 Telefónica. Markus Haas, seit 1998 im Unternehmen und seit 2017 CEO, hatte im Februar 2025 noch eine Vertragsverlängerung bis 2028 erhalten. Doch bereits im Oktober wurden Gespräche zur vorzeitigen Vertragsauflösung bekannt, im November war es offiziell: Haas verlässt das Unternehmen zum Jahresende.

Was war passiert? Branchenbeobachter sehen mehrere Faktoren: Der Verlust des Großkunden 1&1, der 2023 mit rund 12 Millionen Kunden zu Vodafone wechselte, war ein herber Schlag. Zudem verlangt die Madrider Konzernzentrale unter dem neuen CEO Marc Murtra seit 2023

3

**Bild 3**

Telekom und M-net kooperieren bei der Glasfaser. Mit dabei: der neue Telekom-Deutschland-Chef Rodrigo Diehl (li.)

**Bild 4**

CEO Markus Haas verlässt O2 Telefónica Ende des Jahres



4

**Bild 5**

Wechsel im PK-Segment bei der Telekom: Axel Orbach (re.) folgt auf Wolfgang Metze



5

eine aggressivere Wachstumsstrategie. Haas' solide, aber unspektakuläre Führung passte offenbar nicht mehr ins Bild.

Nachfolger wird Santiago Argelich Hesse, zuletzt CEO von Cellnex Polen. Pikant: Nach Haas' Abgang werden nun Gespräche über eine Wiederannäherung zwischen Telefónica und 1&1 kolportiert – möglicherweise sogar über eine Übernahme. Der schnelle Kurswechsel zeigt: Madrid will Disruption statt Kontinuität.

Auch Vodafone strukturierte seine Führung neu. Im März startete Hagen Rickmann als Geschäftsführer Firmenkunden, nach neun Jahren bei der Telekom ein bemerkenswerter Wechsel. Im Retail-Bereich übernahm André Karwath eine neu geschaffene Position und führt nun Filialen und Partneragenturen zusammen.

Doch 2025 wird bei Vodafone auch wegen einer IT-Sicherheitskrise in Erinnerung bleiben. Nach einem Angriff auf einen externen Login-Dienstleister war die zentrale Vertriebsplattform Sales World von Ende Juni bis August offline. Fachhändler konnten wochenlang nicht auf Schulungsdaten, Zielvereinbarungen oder Kundenunterlagen zugreifen. Viele Partner berichteten über Umsatzausfälle und kritisierten die mangelhafte Krisenkommunikation.

## IT- und Datenschutzprobleme bei Vodafone

Der Vorfall steht in einer Reihe mit anderen Datenschutzproblemen: Im Juni verhängte die Bundesbeauftragte für Datenschutz Bußgelder in Höhe von insgesamt 45 Millionen Euro gegen Vodafone – wegen unzulässiger Datennutzung durch Partneragenturen und Sicherheitslücken im Self-Service-Portal. Es ist die höchste Strafe, die die Behörde seit Inkrafttreten der DSGVO ausgesprochen hat.

Immerhin entwickelte sich gegen Ende des Jahres das operative Geschäft positiv: Im Herbst stoppte Vodafone erstmals den jahrelangen Abwärtstrend beim Serviceumsatz. Haupttreiber war das wach-

sende Wholesale-Geschäft mit 1&1. Auch das TV-Geschäft stabilisierte sich nach dem Wegfall des Nebenkostenprivilegs.

Mit dem „5-Jahres-Versprechen“ versuchte Vodafone, sich zu differenzieren: Kunden erhalten eine Garantieverlängerung auf fünf Jahre sowie einen kostenlosen Akkutausch. Medienwirksam war auch der neue Hauptsponsor-Vertrag mit Borussia Dortmund.

## Freenet: Nach 16 Jahren ein neues Kapitel

Bei Freenet endete eine Ära: Christoph Vilanek, seit 2009 Vorstandsvorsitzender, übergab im Juni nach 16 Jahren an der Spitze an Robin Harries. Der 43-Jährige, zuletzt Vorstand bei Trivago und davor in Führungspositionen bei 1&1 und Drlilisch, soll das Unternehmen „noch zukunfts- sowie ertragsorientierter gestalten“. Vilanek hatte Freenet zu einem breit aufgestellten Konzern mit den Geschäftsfeldern Mobilfunk, TV/Medien und Digital Lifestyle entwickelt.

Gleichzeitig verschlankte Freenet den Vorstand von fünf auf zwei Mitglieder: Seit September führen nur noch CEO Harries und CFO Ingo Arnold die Geschäfte. Ziel sei es, Entscheidungsprozesse zu straffen und Verantwortlichkeiten klarer zuzuweisen, hieß es bei Freenet.

Eine große strategische Bewegung folgte im Oktober: Freenet übernahm das Deutschland-Geschäft von Mobilezone für 230 Millionen Euro. Damit gehen bekannte Marken wie Sparhandy und Deinhandy an Freenet. Parallel verlängerte Freenet die exklusive Vertriebspartnerschaft mit MediaMarktSaturn um fünf Jahre. •

# „Wir müssen das Thema selbst in die



Cloud-Rechenzentren in Europa sind ein zentrales Element der digitalen Souveränität



**Die Weltlage** zwingt Europa und Deutschland dazu, weniger abhängig von Technologie aus Asien und den USA zu werden. Telecom Handel sprach über die digitale Souveränität mit Christine Knackfuß-Nikolic, Chief Sovereignty Officer T-Systems.

**Viele Menschen haben nur eine diffuse Idee, was der viel diskutierte Begriff digitale Souveränität bedeutet.**

**Wie definieren Sie das?**

**Christine Knackfuß-Nikolic:** Ich glaube, viele Menschen können sich grob vorstellen, was es bedeutet. Wir als Telekom verstehen Souveränität als Wahlfreiheit. Also die Freiheit zu entscheiden, mit welchen Anbietern Unternehmen zusammenarbeiten möchten. Und, wenn der Kontext nicht mehr passt, dann auch unkompliziert wechseln zu können. Das ist die Technologieseite. Dann gibt es die Datenseite: Hier definiert der Begriff die Wahlfreiheit, dass die Eigentümer der Daten auch die Datenhoheit behalten. Wenn man das Ganze etwas weiter schichtet, gibt es für uns drei Ebenen der Souveränität, die aufeinander aufbauen. Wenn alle drei Level erfüllt sind, hat man das höchste Level der Souveränität.

**Welche Level sind das?**

**Knackfuß-Nikolic:** Das ist einmal die Datensouveränität: dass der Eigentümer der Daten auch darüber entscheiden kann, wer die Daten sieht und wie sie verwendet werden. Wenn das Datenmanagement der europäischen Rechtsprechung unterliegt, wird der Datenerzeuger meistens mehr geschützt und ihm mehr Kontrolle zugesprochen, als das zum Beispiel nach amerikanischem Recht erfolgt. Dort erhalten meist die Datennutzer mehr Kontrolle. Dadurch entsteht die Situation, dass etwa ein US-Unternehmen, das in Deutschland tätig ist, Zugriff auf europäische Daten hat.

In der Folge können auch Dritte, etwa US-Behörden, unter bestimmten Umständen Einsicht in diese Daten verlangen.

**War es ein Weckruf, dass man plötzlich sieht, was passieren kann, wenn sich der einstige Partner so benimmt?**

**Knackfuß-Nikolic:** Das ist definitiv so. Wir sehen einen großen Wahrnehmungs- und Haltungswechsel im europäischen Markt. In Deutschland haben wir uns letztes Jahr theoretisch über Souveränität unterhalten im Sinne von ‚Man müsste doch ...‘ Es hat jedoch keiner danach gehandelt. Und mittlerweile ist es so, dass wir proaktiv von CDOs und CIOs Anfragen bekommen: ‚Oh, wir haben festgestellt, dass wir in unserem Cloud-Portfolio-Mix eigentlich nur Hyperscaler einsetzen. Wir fragen uns, ob das nicht ein Risiko birgt.‘

**Was sind die weiteren Stufen der digitalen Souveränität?**

**Knackfuß-Nikolic:** Die nächste Stufe ist die Betriebssouveränität. Das bedeutet: Kann ich festlegen, wer auf meine IT-Infrastruktur Zugriff hat? Kann ich Zugangsrechte und die entsprechenden Prozesse sowie Abläufe kontrollieren? In der Realität ist das jedoch häufig nicht gegeben. Insbesondere der kürzlich eingetretene Ausfall bei AWS hat deutlich gezeigt, dass zahlreiche Unternehmen in Europa in ihren Betriebsprozessen von den Hyperscalern abhängig sind. Und nicht zuletzt gibt es noch die technologische Souveränität, also bei Software und Hardware. Habe ich Autonomie, weil ich die Software und die Hardware selbst herstelle? Oder habe ich zumindest die Wahlmöglichkeit und die Wechselmöglichkeit zwischen verschiedenen Anbietern, wenn mir die Konditionen nicht mehr passen?

**Beim Thema Cloud ist die Souveränität sicher noch am schnellsten zu erreichen?**

# Hand nehmen“

**Knackfuß-Nikolic:** Ja, wir als Deutsche Telekom sind schon seit 20 Jahren im Cloud-Markt aktiv und seit 15 Jahren im souveränen Cloud-Markt. Wir haben zum Beispiel unsere Open Telekom Cloud. Das ist eine souveräne Cloud-Lösung mit rund 4.000 Kunden. Diese läuft zuverlässig mit einer hohen Kundenzufriedenheit. Es ist dennoch so, dass viele Kunden dieses Angebot noch nicht kennen. Bis letztes Jahr war dies eher ein Nischenprodukt.

## **Deshalb dominieren weiter die Hyperscalers den Markt?**

**Knackfuß-Nikolic:** Ein CDO fragt sich in der Regel: „Welches Level an Souveränität muss ich erreichen? Wie erhalte ich dafür die höchste Funktionalität zum niedrigsten Preis?“ Der Anspruch an Souveränität ist dann plötzlich nicht mehr so hoch, und damit ist in der Vergangenheit sehr viel Workload bei den Hyperscalern gelandet.

## **Das hat einfach Kostengründe?**

**Knackfuß-Nikolic:** Genau. Die US-Unternehmen haben sehr intensiv in ihre Cloud-Umgebung investiert. Sie bieten daher große Skalierbarkeit und Funktionalität zu einem sehr attraktiven Preis. Sie sind aber aus unserer europäischen Sichtweise natürlich nicht souverän. Deswegen hat es sich für europäische Player auch nicht unbedingt rentiert, in diesem Markt intensiv zu investieren. Wenn aber Souveränität keine Rolle spielt, ist das schon attraktiv.

## **Ändert sich das?**

**Knackfuß-Nikolic:** Bei der Telekom sind wir der Meinung, dass in den nächsten drei Jahren der souveräne Public-Cloud-Markt um den Faktor drei wachsen wird. Das verändert die Ausgangssituation. Wir als Unternehmen haben entschieden, wirklich Geld in die Hand zu nehmen, um in eine souveräne Cloud- und Infrastrukturlösung zu investieren. Ein erstes Ergebnis: Wir



haben gerade unsere Industrial AI Cloud für europäische Unternehmen vorgestellt, bei der wir gemeinsam mit Nvidia eine Milliarde Euro investieren.

## **Wie souverän ist dieses Angebot?**

**Knackfuß-Nikolic:** Die Daten- und die Betriebssouveränität sind gegeben. Es ist kein vollumfänglich souveränes Angebot, weil wir auf der Technologieseite Abstriche machen müssen. Wir haben Hightech-Chips von Nvidia genommen – einem amerikanischen Hersteller. Zum aktuellen Zeitpunkt sind das die leistungsstärksten, die der Markt gerade zu bieten hat, und wir in enger Partnerschaft. Etwas Ähnliches gibt es zum aktuellen Zeitpunkt von keinem europäischen Anbieter.

## **Bei Hardware und Software wird die Souveränität aber schwieriger?**

**Knackfuß-Nikolic:** Softwareseitig kann man auf Open-Source-Software aufsetzen. Da wird auch einiges getan. Auch wir setzen auf Open-Source-Software in unserer Cloud-Lösung. Mit der Hardware wird es deutlich schwieriger. Da zeichnen sich erste Möglichkeiten ab, die wir derzeit sehr intensiv erkunden. Aber auf dem Level, wie diese Fähigkeiten in Amerika und in Asien zur Verfügung stehen, haben wir das in Europa einfach noch nicht. Wir werden nicht vollständig aufholen können. Aber es ist gut, wenn wir an einigen punktuellen Stellen zumindest loslegen. ▶

Die promovierte Betriebswirtin ist seit September 2025 Chief Sovereignty Officer von T-Systems. Zuvor war Christine Knackfuß-Nikolic in der Geschäftsleitung von T-Systems als Chief Technology Officer und als Senior Vice President der Telekom Deutschland GmbH für den Bereich Digital Business & Transformation für den B2B-Sektor tätig.

**Wir hatten viele Technologien schon in Europa, doch irgendwie haben wir den Anschluss verloren ...**

**Knackfuß-Nikolic:** Ja und dennoch hat Deutschland weiterhin tolle Start-ups und auch weiterhin viele Unternehmen, die Mehrwert generierende Technologien entwickeln. Kuka wurde als Spezialist bei Robotik nach China verkauft. Heute würde man vielleicht zweimal darüber nachdenken. Ich sehe das auch als Chance. Wir können dankbar sein, dass wir alle beim Stichwort Souveränität nun sehr wach sind. Jedem ist klar geworden: Es ist nicht nur ein theoretisches Szenario, sondern wir müssen das Thema selbst in die Hand nehmen und jetzt investieren.

**Es ist auch ein globaler Trend, sich souveräner zu entwickeln: Die USA wollen von China weniger abhängig zu sein. Drozen wir da auf globale Inseln zu gehen?**

**Knackfuß-Nikolic:** Ich würde das aus zwei Richtungen sehen. Natürlich ist ein gewisses Maß an Unabhängigkeit und Eigenständigkeit ratsam. Aber globale Synergien und globaler Handel haben uns in der Vergangenheit sehr erfolgreich gemacht. Ich hoffe, diese gesunde Mischung ist das Ziel, das Europa verfolgt. Man darf jetzt nicht der Wahrnehmung unterliegen, dass man sich in allem komplett unabhängig macht. Stattdessen ist wichtig, sich weniger abhängig machen. Unsere Kunden werden auch zukünftig mit einem Multicloud-Setup am besten bedient sein. Es wird auch immer Hyperscaler im Mix geben. Aber da, wo es um besonders sensible Daten geht, ist es anders. Da empfehlen wir, sich stärker aus der Abhängigkeit zu lösen.

**Wurden ITK-Themen in der Öffentlichkeit vernachlässigt?**

**Knackfuß-Nikolic:** Ich glaube, dass die ITK-Themen in den letzten 20 Jahren in Deutschland einfach politisch niedrig aufgehängt wurden im Vergleich zu traditionellen Industriebereichen. Wir haben einige europäische und globale Player in dem Sektor, dazu zählt auch die Telekom. Man

kann jetzt nur hoffen, dass sich Europa durch den Rückenwind, den es jetzt gibt, wieder besser aufstellt. Wir sehen zum Beispiel, dass der Bedarf für KI in Europa genauso stark steigt wie in den USA. Deswegen bauen wir in Deutschland für deutsche Unternehmen eine KI-Fabrik. Wir sind allerdings der Meinung, dass man erst mit der Nachfrage das Angebot erweitern sollte. Deswegen bieten wir für den Anfang erst einmal 10.000 GPUs. Gibt es dann mehr Nachfrage, lohnt es sich auch für uns, diese zu bedienen.

**Stehen wir uns mit unserem sehr ausgeprägten Datenschutzdenken und der Regulierung in der EU selber im Weg?**

**Knackfuß-Nikolic:** Darauf gibt es wieder keine Schwarz-Weiß-Antwort. Wir differenzieren uns im globalen Setup durch unsere Regulierung und dadurch, dass wir versuchen, für den Schutz unserer Bevölkerung mitzudenken. Ein EU Data und AI Act ist sehr sinnvoll. Dass wir aber an manchen Stellen die Regulierung vor der Umsetzung sehen, schadet Europa schon manchmal. Man muss ein gesundes Mittelmaß finden. Wir tendieren dazu, aus zu viel Angst Regulierung ex ante zu entwickeln, statt loszulegen und dann erst zu sehen, wo die Probleme liegen und wo nicht.

**Das ist noch ein Wettbewerbsnachteil?**

**Knackfuß-Nikolic:** Wir fördern damit nicht die Nutzung von Innovation, sondern behindern sie. Unsere Mentalität als Nutzer ist eher, ein Late Follower zu sein – und nicht der Early Adopter. Wenn man dagegen nach China schaut, springen die sofort auf jede neue Innovation auf. Auch wenn es erst eine zu 80 Prozent fertige Lösung ist. Sie geben extrem schnell Feedback, und damit sind Unternehmen wieder schneller in der Innovationsentwicklung.

**Wie lässt sich das ändern?**

**Knackfuß-Nikolic:** Wir müssen am Mindset der Bevölkerung arbeiten. Regulierung ist vielleicht nicht unbedingt immer förderlich. Aber es sollte auch keine Ausrede

Wir werden nicht vollständig aufholen können. Aber es ist gut, dass wir an einigen punktuellen Stellen zumindest loslegen.



sein. Dabei kann sich jeder von uns an die Nase packen und zum Beispiel selber KI nutzen. Und dann dafür sorgen, dass die eigenen Mitarbeiter davor keine Angst haben, sondern es als Chance verstehen.

**Wir diskutieren hierzulande oft im kleinsten, ob auf das nächste Haus eine 5G-Antenne kann, obwohl viele Leute in so einem Ort kein Internet haben ...**

**Knackfuß-Nikolic:** Wir als Telekom können da ein Lied singen. Wir werden immer dann sauer angerufen, wenn der Ausbau nicht schnell genug geht. Aber dass wir durch reichlich Behördenprozesse gehen müssen und es gar nicht nur unbedingt an uns liegt, dass es nicht vorangeht, sondern an den ganzen Behördenschnittstellen dazwischen, ist oft nicht sichtbar.

**Eine wichtige Frage bei der digitalen Souveränität ist der Preis ...**

**Knackfuß-Nikolic:** Es ist definitiv so, dass Souveränität mit einem Preis kommt und dass souveräne Lösungen per se teurer sind. Die Hyperscaler stecken jedes Jahr 50 bis 70 Milliarden in ihre globalen Cloud-Fähigkeiten – und jetzt zusätzlich noch fünf bis zehn Milliarden für jedes Land in Europa, wo sie souveräne Lösungen anbieten wollen. Selbst für diese Unternehmen kommen noch mal enorme Zusatzkosten. Und die müssen natürlich, auch wenn man wirtschaftlich arbeitet und nicht vom Staat unterstützt wird, zurückverdient werden.

**Wie kann man die Kunden im nächsten Schritt überzeugen?**

**Knackfuß-Nikolic:** Man muss versuchen, den Endkunden im positiven Sinne dazu zu bringen, dass er nicht mehr nur die gewohnten Produkte benutzt, sondern auch solche Lösungen, die ein höheres Level an Souveränität bereitstellen. Kunden sollten sich die Fragen stellen: Was ist das Level an Souveränität oder Compliance, das ich für den spezifischen Workload brauche, weil es mir vom Unternehmen oder vom Rechtsstaat vorgeschrieben wird? Mit welcher Infrastrukturlösung bekomme

ich unter diesen Voraussetzungen dann die beste Leistung zum niedrigsten Preis?

**Welchen Bereich sehen Sie denn neben der Cloud als am besten umzusetzen?**

**Knackfuß-Nikolic:** Ein wichtiges Umfeld ist natürlich KI. Sie hat verschiedene Souveränitätsgrade, je nachdem, welches Modell man nutzt. Da gibt es proprietäre Modelle, dann sogenannte Open-Weight-Modelle, bei denen man die Gewichtung der Faktoren, mit denen die Prognose oder die Intelligenz arbeitet, verändert kann. Und dann gibt es auch komplett Open-Source-Modelle oder mittlerweile auch Modelle, die in Europa tatsächlich entwickelt werden.

**Wenn Sie den Digitalminister treffen, was wäre der größte Wunsch an die Politik?**

**Knackfuß-Nikolic:** Also der größte Wunsch, den ich hätte, ist, wirklich die Anwendung souveräner Lösungen zu fördern. Zum Beispiel, wenn ein Unternehmen gerne von einer US-Hyperscaler-Lösung auf eine europäische Alternative wechselt will, dass es dann bei den Migrationskosten oder Steuern eine Erstattung gibt. Das Problem ist im Moment nicht, dass es keine Alternativen gibt. Aber man muss umziehen – und das kostet. Zumindest ist die Politik, soweit wir das mitbekommen, aufgeschlossen dafür. Wenn es ein Window of Opportunity gibt, Förderung vom Staat oder der EU zu erhalten und Gehör zu finden, dann ist das jetzt. Und natürlich hätte ich gerne noch die Zusage der Regierung, als Ankerkunde die souveränen Lösungen auch zu nutzen.

**Wo werden wir im Jahr 2030 mit der digitalen Souveränität sein?**

**Knackfuß-Nikolic:** Aktuell liegen 70 Prozent der europäischen Workloads auf US-Clouds, und ich würde mir wünschen, dass dieser Betrag dann deutlich kleiner geworden ist – und vielleicht nur noch bei 50 oder 40 Prozent liegt. Das wäre nicht so radikal, als würden überhaupt keine Daten mehr bei den Hyperscalern liegen. Man hätte aber eine Art Balance geschaffen. •



Tim Höttges, Vorstandsvorsitzender Deutsche Telekom (li.), und Jensen Huang, CEO von Nvidia



# Konsolidierung, KI und neue Channel-Strukturen



2

**Bild 1**

Florian Buzin ist nun auch Managing Director von Gamma Deutschland

**Bild 2**

Komsa und Zoom sind eine Partnerschaft eingegangen

**Bild 3**

Andreas Wesselmann ist neuer CEO von Nfon

**2025 war im UCC-Markt** geprägt von Übernahmen, Führungswechseln und einer deutlichen Beschleunigung bei KI-gestützten Lösungen. Früh im Jahr kündigte Gamma die Übernahme der Starface-Gruppe an, wenige Monate später war die Transaktion kartellrechtlich bestätigt. Mit Starface, Estos und Vio Networks stärkt Gamma seine Position im deutschen Cloud-PBX-Markt und verfolgt das Ziel, als dritter Anbieter im Geschäftskundenfeld neben Telekom und Vodafone wahrgenommen zu werden. Parallel bereitete Starface-COO Jürgen Signer seinen Abschied in den Ruhestand vor, während CEO Florian Buzin Vertrieb und Markenarchitektur neu ausrichtete.

Auch bei Nfon war 2025 ein Jahr der Weichenstellungen. Mit Nia FrontDesk stellte das Unternehmen einen virtuellen Inbound-Agenten vor, der eingehende Anrufe intelligent verarbeitet und Mitarbeiter entlastet. Die KI-Integration basiert auf der Botario-Übernahme, die generative Technologien ins Portfolio brachte. Gleichzeitig wechselte die Führung: CEO und CFO Patrik Heider verließ das Unternehmen, CTO Andreas Wesselmann übernahm den Vorstandsvorsitz, Alexander

Beck wurde neuer CFO. Die Strategie „Nfon Next 2027“ mit Fokus auf KI, Partnerprogramm und internationale Skalierung bleibt unverändert.

Mitel sorgte mehrfach für Schlagzeilen: Anfang des Jahres meldete der Hersteller in Teilen seiner Organisation Chapter 11 an, im Sommer kam es durch die Tool-Migration mit Unify zu Verzögerungen bei Bestellungen, was das Projektgeschäft belastete. Strategisch setzte Mitel jedoch ein Signal: Die IP-Telefonproduktion wird zu Gigaset nach Bocholt verlagert, um Lieferketten zu stabilisieren und europäische Fertigung als Argument für regulierte Branchen zu nutzen. Auch das globale Partnerprogramm wurde zusammengeführt, um Zugänge, Tools und Incentives zu vereinheitlichen.

**Neue Clouds bei der Telekom**

Die Telekom bündelte mit der T Cloud erstmals ihre Cloud-Angebote unter einem einheitlichen Dach und adressierte damit den Bedarf nach europäischer Datensouveränität. Zusätzlich wurde gemeinsam mit Nvidia die „Industrial AI Cloud“ angekündigt – eine Infrastruktur für industrielle KI-Anwendungen, die ab 2026 produktiv werden soll und Cloud-, Kommunikations- und Rechenleistungs-themen verknüpft.

Bewegung gab es auch im Channel: Wildix ernannte Björn Frischknecht zum DACH Country Leader und startete ein neues internationales Partnerprogramm. Zoom suchte erstmals den systematischen Zugang zum Fachhandel und wählte Komsa als Partner für den DACH-Bereich – inklusive Experience Center in Hartmannsdorf. •

3



# Die Chinesen kaufen sich ein

**Anfang August konnte die Megaübernahme** im deutschen Handel eine wichtige Hürde nehmen: Das Bundeskartellamt hat dem chinesischen Online-Händler JD.com die Übernahme der Mehrheit an Ceconomy, der Muttergesellschaft von Media Markt und Saturn, erlaubt. Präsident Andreas Mundt begründete die Entscheidung damit, dass JD.com in Deutschland bislang „nur in sehr geringem Umfang aktiv“ sei und deshalb keine wettbewerblichen Bedenken bestünden. Allerdings müssen auch noch die EU und das Wirtschaftsministerium zustimmen, so dass der Vollzug erst Mitte 2026 möglich sein könnte.

Für Ceconomy bedeutet das Angebot von vier Milliarden Euro die Chance auf einen Befreiungsschlag. Nach Jahren sinkender Margen und härtester Konkurrenz mit Amazon kommt frisches Kapital, dazu technologische Kompetenz und das weltweit erprobte Logistiknetz von JD.com. Die Strategie, Media Markt und Saturn von reinen Produktverkäufern zu Dienstleistungsplattformen zu entwickeln, könnte mit chinesischer Unterstützung schneller umgesetzt werden. Auch für Hersteller wie Xiaomi, Huawei oder Midea eröffnet sich die Aussicht, in Europas Elektromärkten präsenter zu werden.

Allerdings sind die Zusagen von JD.com befristet: drei Jahre lang keine betriebsbedingten Kündigungen, fünf Jahre Kontinuität bei Marken und Management. Gewerkschaften wie Verdi fordern bereits verbindliche Sicherheiten über diesen Zeitraum hinaus. Denn Ceconomy beschäftigt allein in Deutschland rund 17.000 Menschen. Für sie bleibt unklar, ob die Garantien langfristig tragen oder lediglich den Einstieg absichern sollen.

Zudem ist fraglich, ob JD.com die strukturellen Probleme des Konzerns tatsächlich lösen kann. Die Elektronikmärkte haben ihre Modernisierung jahrelang



1

verschleppt, das Online-Geschäft hinkte internationalen Wettbewerbern hinterher.

## Stühlerücken bei Expert

Die Konkurrenz bei den Elektronikmärkten kämpft ebenfalls mit Absatzproblemen. Vor allem Expert blickt auf ein turbulentes Jahr zurück. So drehte sich in Langenhagen das Personalkarussell: Im Februar wurde der bisherige dreiköpfige Vorstand mit Holger Pöpke als Vorstand für Einkauf und Vertrieb ergänzt. Nur wenige Tage darauf wurde mit Daniela Schreckling eine neue Vorständin für den Bereich Finanzen vorgestellt, nachdem der bisherige Finanzvorstand Michael Grandin kurz vor der KOOP um vorzeitige Vertragsauflösung gebeten hatte. Im Juni verließ dann noch Vertriebsleiter Jan Hillebrand das Unternehmen. Sein Posten wurde gesplittet, indem André Nemec die Leitung des Bereichs Unterhaltungselektronik übernahm, Stefan Herbst ist für den Bereich Weiße Ware zuständig.

Doch auch andernorts gab es Bewegung: Am 1. Februar trat Brendan Lenane als neues Mitglied im erweiterten dreiköpfigen Vorstand der Euronics Deutschland eG an. Als COO übernahm er die Verantwortung für die Bereiche Marketing, Vertrieb und Digital. Im Sommer kündigte dann noch der CFO Denis-Benjamin Kmetec an, Euronics zum 31. Juli 2025 verlassen zu wollen. Auf ihn folgte Mitte September Albrecht Bauer. •



## Bild 1

Immer mehr  
Saturn-Märkte  
werden zu  
Media-Märkten

## Bild 2

Der neue vierköpfige  
Expert-Vorstand



2



# Die Smartphones des Jahres

## Apple iPhone Air

Gerade mal 5,6 Millimeter dünn und 165 Gramm leicht zeigt sich das iPhone Air, das parallel zu den drei Modellen der 17er-Serie auf den Markt kam. Der Bauweise geschuldet sind leichte Abstriche bei der Akku-Power und eine Kamera mit nur einer Linse.



## Samsung Galaxy S25 FE

Das Einstiegsmodell in Samsungs Flaggschiff-Serie bietet für weniger als 800 Euro eine gute Ausstattung und überzeugt als Gesamtpaket. Besonders das scharfe 6,7-Zoll-Display, die leistungsstarke Dreifachkamera und das Update-Versprechen bis 2032 können gefallen. Weniger fortschrittlich ist das langsame Laden.



## Motorola Razr 60

Nicht nur in der edlen Swarovski-Edition mit Kristallen auf dem Gehäuse macht der Falter von Motorola eine gute Figur. Für 800 Euro ist das Basismodell auch eines günstigsten Smartphones mit Falt-Display.



## Emporia Smart.7mini

Es muss nicht immer Luxus sein, es geht auch kompakt im 5,45-Zoll-Format für weniger als 200 Euro: Das Smartphone aus Österreich kommt mit einem praktischen Cover, über das es sich schneller bedienen lässt – das sonst baugleiche günstigere Smart.7lite verzichtet auf dieses Feature.



## Honor Magic V5

Wer ein großes Falt-Smartphone sucht, bekommt mit dem Honor Magic V5 ein aufgeklappt 4,2 Millimeter schlankes Gerät mit einem 7,95-Zoll-Innendisplay. Die Top-Ausstattung hat mit knapp 2.000 Euro ihren Preis.



SAMSUNG

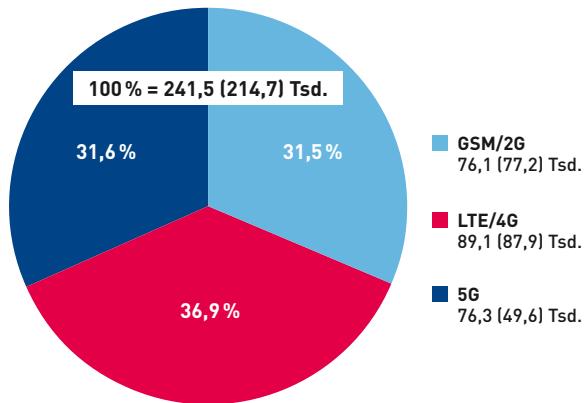


# Galaxy S25 Ultra

## Galaxy AI

# Quer durch die bunte ITK-Welt: Das Jahr 2025 in Zahlen

## Zahl der Mobilfunk-Basisstationen nach Technologie (jeweils zum Jahresende)



Aufwuchs Basisstationen

- 26.700 neue Basisstationen in 2024
- Hauptsächlich als 5G-Standalone (5G SA) realisiert, dadurch 5G-Vor-

teile gegenüber LTE nutzbar

- Ende 2023 nur ca. 2.500 Basisstationen mit 5G SA

Quelle: VATM

## Die Länder mit dem schnellsten Internet (Download)

### Festnetz:

1. Singapur
2. Chile
3. Hongkong
4. Vereinigte Arabische Emirate
5. Frankreich ...
- 59. Deutschland**

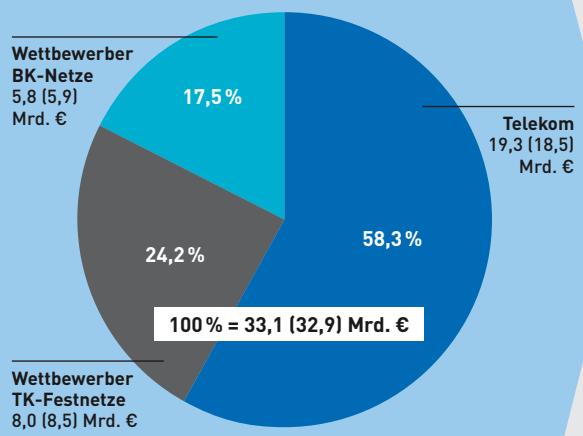
### Mobilfunk:

1. Vereinigte Arabische Emirate
2. Katar
3. Kuwait
4. Brasilien
5. Bulgarien ...
- 56. Deutschland**

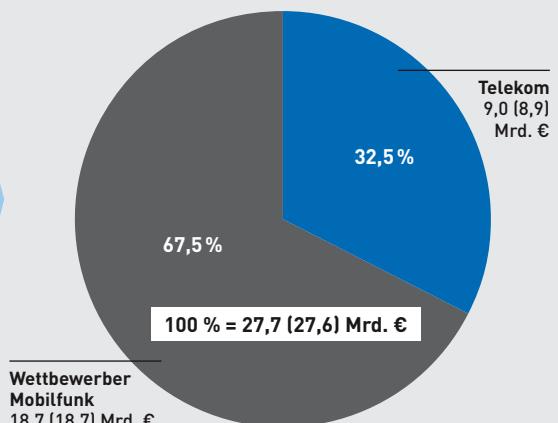
Quelle: Speedtest Global Index

## Deutscher Festnetz- und Mobilfunkmarkt

### Teilmarkt Festnetze



### Teilmarkt Mobilfunknetze



Beim Mobilfunk gibt es mehr Wettbewerb, da die Telekom hier weniger dominant beim Marktanteil ist

Quelle: VATM / Dialog Consult

## Wie ist der aktuelle Stand der Nutzung von Künstlicher Intelligenz (KI) in Ihrem Unternehmen?

Noch nicht begonnen: Wir nutzen bisher keine KI-Technologien und haben auch keine konkreten Pläne dafür.

33 %

Evaluationsphase: Wir befinden uns in der Evaluationsphase und prüfen verschiedene KI-Anwendungen.

25 %

Pilotprojekte gestartet: Wir haben erste Pilotprojekte mit KI initiiert, um deren Nutzen zu bewerten.

15 %

Teilweise produktiv im Einsatz: KI ist in einigen Geschäftsbereichen bereits produktiv im Einsatz.

10 %

KI-Strategie: Wir haben eine umfassende KI-Strategie entwickelt und setzen diese nun um.

8 %

Umfassender KI-Einsatz: KI ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmensstrategie und wird in vielen Bereichen aktiv genutzt.

3 %

Eigene KI-Lösungen in Nutzung: Wir haben eine eigene KI-Lösung entwickelt und implementiert.

3 %

Weiß nicht / Keine Angabe

3 %

Quelle: Repräsentative Umfrage von YouGov im Auftrag des eco Verbandes unter 543 Unternehmensentscheidern

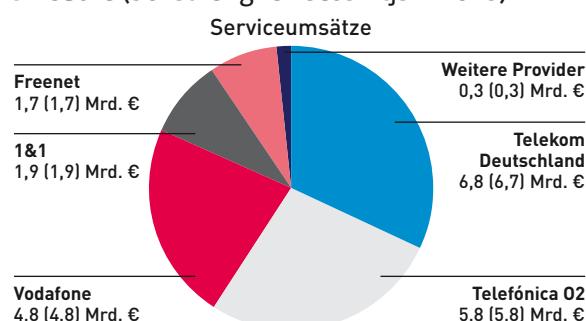
## Struktur der Mobilfunkumsätze (Schätzung für Gesamtjahr 2025)

Gesamtmarkt Mobilfunk

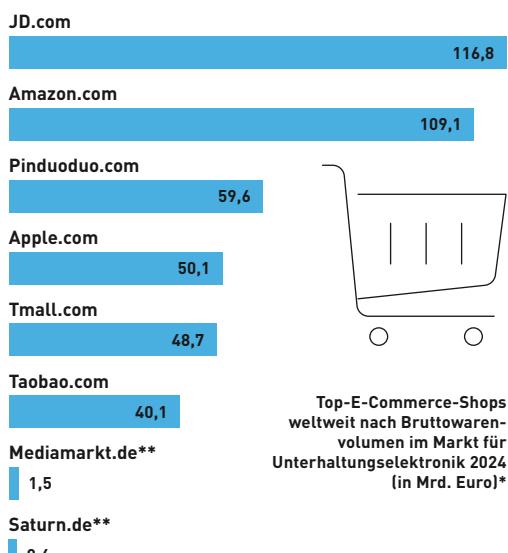
100 % = 27,7 (27,6) Mrd. €

Sonstige Umsätze  
6,4 (6,4) Mrd. €  
23,1%

Serviceumsätze  
21,3 (21,2) Mrd. €  
76,9 %



## Ceconomy-Deal: Der Platzhirsch JD.com kauft Underdogs

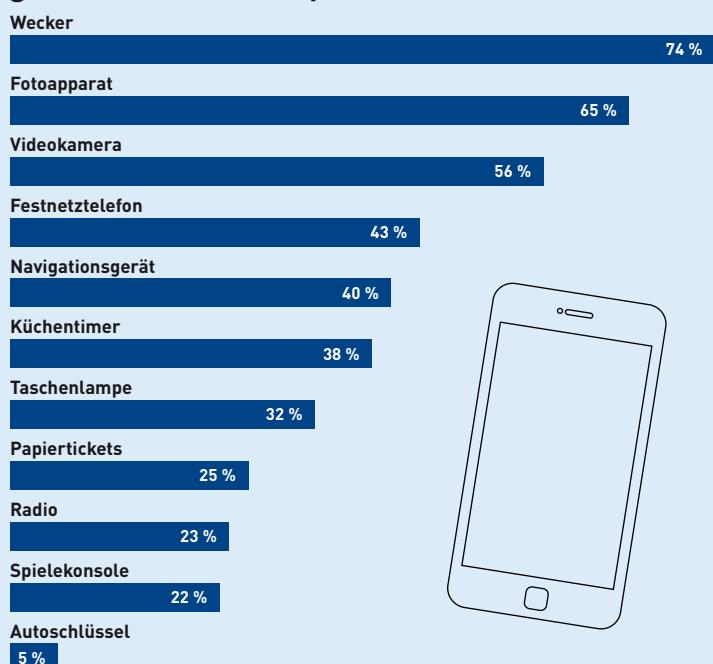


\*Bruttowarenvolumen: Gesamtsumme aller Transaktionen, die über einen Shop abgewickelt werden

\*\*Teil des Handelskonzerns Ceconomy

Quelle: eCommerceDB

## Diese Geräte haben Nutzer komplett oder weitestgehend durch ihr Smartphone ersetzt





**Bild 1** Die „Night of Communicate!“ fand in festlichem Rahmen im Spiegelsaal des Congressforums Frankenthal statt



**Mit der Premiere der „Night of Communicate!“ startete der Branchentreff erstmals mit Keynote, Ehrungen und langem Networking.**

## Night of Communicate! setzt neuen Akzent

**Länger und persönlicher** als bei früheren Auftakten: Mit der „Night of Communicate!“ erhielt der Branchentreff Communicate! erstmals einen eigenen Galaabend, der den Teilnehmenden Raum für Begegnung und Austausch bot. Rund 160 Gäste aus dem Fachhandel, von Systemhäusern, Netzbetreibern, Herstellern und Distributoren kamen im Spiegelsaal des Congressforums Frankenthal zusammen – mit deutlichem Schwerpunkt auf dem Geschäftskundenumfeld.

Eröffnet wurde der Abend mit einer Keynote von Jasmin Jonietz, AI Strategy Lead der Ebner Media Group. Unter der These „AI is underhyped“ zeigte sie anhand aktueller Entwicklungen bei Open-AI, Google, Meta und weiteren Unternehmen, wie schnell sich die Technologie



**2**



**3**



4



7



9



5



8



10



6

weiterentwickelt und welche Folgen dies bereits heute für Rollenbilder, Prozesse und Geschäftsmodelle hat. Sie sprach über Themen wie die Junior-Gap und die zunehmende Verlagerung von Expertise durch KI-basierte Werkzeuge. Die Teilnehmenden verfolgten den Vortrag sehr aufmerksam, und für viele setzte er einen klaren inhaltlichen Rahmen für den Abend. Ihr deutlicher Abschlussimpuls: „Change. Now.“

Im Anschluss folgte der Teil mit den Preisverleihungen. Elf Fachhändler und Systemhäuser wurden mit den Best

Practice Awards 2025 ausgezeichnet. Außerdem ehrte Telecom Handel die Gewinner der Leserwahl zu den UCC-Herstellern des Jahres. Für Agfeo nahmen Geschäftsführer Michael Born sowie Max Boelke aus der Inhaberfamilie die Auszeichnung entgegen, für Starface stand COO Thomas Weiß auf der Bühne.

### Intensive Gespräche an der Bar

Nach dem offiziellen Ablauf wechselten die Gäste ins Culinarium, wo die von Hitisy gesponserte Bar geöffnet war. Dort entstanden zahlreiche Gespräche, neue Kontakte und spontane Runden. Später zog ein großer Teil weiter in die Bar des Victor's, wo der Austausch bis tief in die Nacht fortgesetzt wurde. Viele nutzten die Gelegenheit, bestehende Verbindungen zu vertiefen oder erstmals persönlich zusammenzutreffen. Für einige endete der Abend erst deutlich nach Mitternacht – ein Hinweis darauf, wie groß der Bedarf nach direktem Austausch ist.

Damit setzte die „Night of Communicate!“ einen neuen Akzent für die Veranstaltung: ein Auftakt, der den Austausch innerhalb der Branche in den Mittelpunkt stellt und der Communicate! ein erweitertes Profil gegeben hat. •



12



11

**Bild 2** Rund 160 Teilnehmer waren am Abend dabei

**Bild 7, 8 und 10** Austausch und Networking standen auf der „Night of Communicate!“ im Vordergrund

**Bild 3** Best Practice Awards wurden an elf Fachhändler und Systemhausbetreiber vergeben

**Bild 11** Telecom-Handel-Chefredakteur Roland Bernhard führte durch den Abend

**Bild 4** Hitisy war Sponsor der Bar

**Bild 5** Jasmin Jonietz, AI Strategy Lead Ebner Media Group, hielt die Keynote

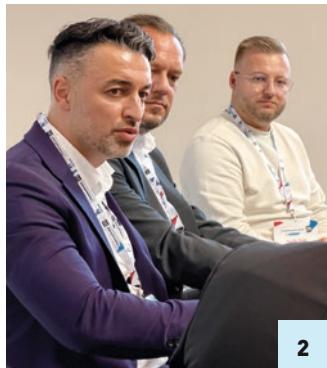
**Bild 6** Gute Stimmung am Tisch von Plusnet



Der zweite Tag der Communicate! bot Keynote, Panels, Workshops und Masterclasses zu Vertrieb, Digitalisierung und Geschäftskunden.



1



2



3



4



5



6

# Impulse und Ideen fürs Tagesgeschäft

## Mit einem straffen Programm

startete der Konferenztag der Communicate! im Congressforum Frankenthal. Nach einem kleinen Warm-up Run mit immerhin vier Teilnehmenden füllten sich ab 9 Uhr die Säle, in denen Fachhändler, Systemhäuser, Hersteller, Netzbetreiber und Distributoren zusammenkamen. Die Opening Keynote von Sebastian Woldmann (NielsenIQ) setzte erste Akzente und beleuchtete Trends und Entwicklungen im TK- und UCC-Markt. Direkt im Anschluss rückte im Panel „Der Kampf um das Netzwerk“ mit Martin Bürstenbinder, Sascha Reuß und André Borusiak die Frage nach Nutzen, Formaten und Perspektiven von Netzwerken in den Mittelpunkt.

Praxisnähe prägte auch die interaktive Session zu Kooperationen im Channel mit Jochen Diehl und Sven Wulf, bevor mit dem Panel „Exit oder Expansion?“ ein weiteres Thema sichtbar wurde, das viele Unternehmen aktuell beschäftigt. Mark Miller, Thomas Weiß, Christian Bartsch und Katharina Schmaus beleuchteten unterschiedliche strategische Wege in einem konsolidierten Markt. Mit dem Impuls „Vom Verkäufer zum Trusted Advisor“ folgte ein weiterer Blick auf veränderte Rollenprofile im Vertrieb und die Anforderungen, die sich daraus für Händler und Systemhäuser ergeben.

Nach dem Networking Lunch teilte sich das Programm in Masterclasses



auf. Im Mittelpunkt standen dabei Subscription-Ansätze, Service-Modelle, flexible IT-Betriebsformen sowie neue KI-gestützte Kommunikationslösungen – präsentiert von Herweck, Ecotel, Komsa und Wildix. Am Nachmittag öffneten zwei parallele Stränge: das B2B Forum für Systemhäuser und Business-Partner sowie das Boot Camp „Vom Privatkunden zum Geschäftskunden“ mit Can Güntuncer, Sven Ehrmann und Sascha Matic, das auf großes Interesse stieß und konkrete Schritte für den Einstieg ins GK-Geschäft aufzeigte.

### Workshops und Diskussionen

Weitere Workshops griffen Themen wie digitale Souveränität, strategische Vertriebsentwicklung, Voicebot-Design und lokale B2B-Kundengewinnung auf. Viele nutzten die Gelegenheit zum Austausch mit Partnern und nahmen Impulse für eigene Projekte und Planungen mit. Dass sich Inhalte, Formate und Gesprächsanlässe über den Tag hinweg ergänzten, wurde mehrfach betont und als hilfreiche Orientierung für die Weiterentwicklung des eigenen Geschäfts beschrieben.

Insgesamt zeigte der Konferenztag, dass die Communicate! ihr Profil weiter in Richtung B2B schärft und damit zahlreichen Besuchern neue Orientierung, Kontakte und Denkanstöße bot – etwa um konkrete nächste Schritte für das eigene Geschäft abzuleiten. •

**Bild 1** Mehr als 20 Partner waren mit dabei

**Bild 2** Panel im Boot Camp „Vom Privatkunden zum Geschäftskunden“

**Bild 3** Masterclass von Komsa mit Christoph Legat

**Bild 4** Fast 200 Teilnehmer waren vor Ort



**Bild 5** Diskussionsrunde zum Thema „Exit oder Expansion“

**Bild 7** Warm-up Run mit vier Läufern

**Bild 6** André Borusiau von Ecotel beim Vortrag

**Bild 8, 9 und 10** Die Messestände waren gut besucht



8

9



10



## Ausgezeichnet!

**K**reative Konzepte, neue Ansätze und ein klarer B2B-Schwerpunkt – darauf setzen die Fachhändler und Systemhausbetreiber, die in diesem Jahr einen Best Practice Award erhalten haben. Insgesamt elf Preisträger wurden ausgezeichnet, ausgewählt von einer unabhängigen Jury aus Branchen- und Handelsexperten: Jürgen Dagutat (Aurenz), Waltraud Ritzer (Journalistin), Boris Boden (Telecom Handel) und Marco Parrillo (Ebner Media Group).

Wie bereits im Vorjahr verzichtete die Jury auf eine Abstufung in Platin, Gold oder Silber. Stattdessen wurden die Auszeichnungen „Bester Fachhändler“ und „Bestes Systemhaus“ vergeben – jeweils

für Konzepte, die besondere Impulse für die Geschäftskundenvermarktung oder das Systemhausumfeld geben. Maßgeblich war, dass die prämierten Ideen Orientierung bieten und anderen Betrieben als Inspiration dienen können.

Die Best Practice Awards waren wie die Communicate! selbst in diesem Jahr klar auf den B2B-Vertrieb ausgerichtet – und entsprechend waren auch die Preisträger etablierte Anbieter im GK-Segment oder Fachhändler, die den Einstieg planen und gezielt nach neuen Perspektiven suchen. Eine feste Kategorisierung wurde nicht vorgenommen.

Auf den folgenden Seiten stellen wir alle Preisträger des Jahres 2025 vor.



**Highspeed  
Media,  
Kai Mosner  
(Remscheid)**

**Brückebauer:** Highspeed Media begleitet im Bergischen Städtedreieck Hausverwaltungen, Unternehmen und öffentliche Stellen bei Telekommunikations- und Glasfaserprojekten und dient als regionale Anlaufstelle für Beratung und Vermittlung. Der Best Practice Award würdigt das Engagement in der GK-Betreuung und der koordinierenden Rolle zwischen Kunden und Netzbetreibern.





**fonland GROUP,  
Michael Falterer  
(Markt Schwaben)**

**Weißwurst-Methode:** Die fonland GROUP ist seit vielen Jahren im Landkreis Ebersberg verwurzelt, wird von Michael Falterer geführt und betreibt mehrere Shops in der Region. Das Unternehmen setzt bei der GK-Gewinnung auf einen selbst entwickelten Ansatz, bei dem vorqualifizierte Empfehlungen und vorbereitete Vor-Ort-Termine kombiniert werden. Der Best Practice Award würdigt diese eigenständige Methode, die intern scherhaft als Weißwurst-Methode bezeichnet wird.

**Schaltzentrale:** Datacom ist seit 1989 als Fachhändler am Markt, wird heute von Sascha Matic geführt und ist mit einem sechsköpfigen Vertriebsteam klar im B2B-Geschäft verankert – von MDM über Cloud-Telefonie bis zur Tarifoptimierung. Mit dem eigenen Kundenportal „Datacom Service“ hat das Unternehmen eine digitale Lösung eingeführt, die Händler und gewerbliche Kunden mit transparenten Informationen und direkten Servicezugängen unterstützt. Der Award würdigt diese konsequente Umsetzung und Betreuung des Portals im GK-Umfeld.



**BCS Mobile,  
Fabian Leinhos,  
Darko und  
Boris Djuras  
(München)**



**Datacom  
Electronic,  
Sascha Matic  
(Olpe)**

**Maßstab:** BCS Mobile ist als Spezialist für Business-Mobilfunk tätig und hat mit „BCS Certified“ ein Verfahren entwickelt, das die Wirtschaftlichkeit mobiler Infrastruktur erstmals messbar macht. Das System bündelt Vertragsmanagement, Geräteverwaltung und Kostenanalyse in einem digitalen Bewertungsansatz, dessen Ergebnis in einem Zertifikat für Geschäftskunden sichtbar wird. Der Award würdigt diesen neuen Standard im B2B-Mobilfunk. Im Foto: Kai Muggenthaler (Marketing, 2.v.l.) und Mathias Wieser (CSO, li.).

## BEST PRACTICE AWARDS

**Kundenakquise:** Kurt Communications aus Freiburg im Breisgau betreut vor allem Gewerbebetriebe mit fünf bis zwanzig Mitarbeitern bei Datenanbindungen, Mobilfunk und TK-Lösungen. Um die Akquise im Geschäftskundenumfeld neu aufzusetzen, testet das Unternehmen eine selbst administrierbare KI-Plattform, die mit Kalender und Telefonanlage verknüpft ist und die Terminierung übernehmen soll. Der Best Practice Award würdigt diesen pragmatischen Ansatz, KI kontrolliert in die Kundenansprache einzubinden.



Kurt Communications,  
Kurt Kurtal  
(Freiburg)

**Landkarte:** NXTGN Solutions aus Neumarkt

ist ein Systemhaus mit einem acht- bis zehnköpfigen Kernteam und über 30 Jahren Projekterfahrung im Umfeld mittelständischer Unternehmen. Das Unternehmen entwickelt individuelle Digitalisierungsprojekte und kombiniert bewährte IT- und

Kommunikationslösungen mit eigenen Systemen und Tools. Der Award würdigt den Ansatz, Digitalisierung für den Mittelstand über eine gemeinsam entwickelte digitale

Landkarte strukturiert sichtbar und umsetzbar zu machen. Im Foto: Übergabe der Urkunde an Mitgründer Marc Lehmeier (re.).

**Kutschenreuter Communication,**  
Nico Kutschenreuter  
(Berlin)



**Praxiswissen:** Kutschenreuter Communication wird von Nico Kutschenreuter geführt und ist seit 1992 als Fachhandelsbetrieb für Kommunikations- und Telefonielösungen aktiv. Neben der technischen Umsetzung unterstützt das Unternehmen den Markt mit praxisnahen Schulungen und zertifizierten Trainings für Fachhändler. Der Best Practice Award würdigt diesen Ansatz, Umsetzungskompetenz mit fachlicher Qualifizierung zu verbinden.

NXTGN Solutions,  
Marc Lehmeier und  
Patrick Franke  
(Neumarkt)



**Schnittstelle:** o-byte.com ist ein ITK-Systemhaus mit Sitz in Münster und weiteren Standorten in Köln und Lüdenscheid. Das Unternehmen realisiert IP-basierte Kommunikationslösungen für mittelständische Betriebe und erweitert Telefonanlagen durch eigene Module und Integrationen, unter anderem im Kanzleiumfeld. Der Best Practice Award würdigt diesen Ansatz, Geschäftskommunikation passgenau zu ergänzen. Im Foto: Geschäftsführer Thomas Endler (ganz re.).

o-byte.com,  
Thomas Endler  
(Münster)



Fotos: Lisa Cichuttek Fotografie



Nachrichten-  
technik Bielefeld,  
Daniel Brosend  
und Tim Beck  
(Bielefeld)

**Vielfalt:** NTB aus Bielefeld verbindet Kommunikationslösungen mit Netzwerktechnik, IT-Administration und eigenen Providerdiensten unter dem Markennamen voiceforce.one. Das Unternehmen bietet ein durchgängiges Angebot für Geschäftskunden und betreut deren Infrastruktur über klassische Telefonie hinaus. Der Best Practice Award würdigt die Weiterentwicklung vom klassischen TK-Systemhaus hin zu einem breiter aufgestellten Dienstleister.



COEO Systemhaus,  
Thomas Webs  
(Schwaig)

**Rückendeckung:** COEO Systemhaus aus Schwaig bei Nürnberg betreut mittelständische Unternehmen als IT- und Kommunikationspartner – von Infrastruktur und Netzwerken über Cloud- und Rechenzentrumsdienste bis hin zu IT-Sicherheit und moderner Unternehmenskommunikation. Der Best Practice Award würdigt die Rolle des Systemhauses als verlässlicher Partner, der die IT-Umgebung aus einer Hand betreut, damit sich Kunden auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können. Im Foto: Geschäftsführer Thomas Webs (2.v.l.) mit dem Award.

**Anbindung:** MPC Service aus Heidelberg begleitet Unternehmen bei der Planung, Optimierung und Umsetzung von Festnetz-, Mobilfunk- und Standortverbindungen und fokussiert sich auf die Anbindung an Providernetze als Kernkompetenz. Das Unternehmen kombiniert Beratung, Vertragsstrukturen und Services für Geschäftskunden. Der Best Practice Award würdigt die Rolle von MPC Service als Partner, der Unternehmen bei der Umsetzung geeigneter Netzverbindungen begleitet.



MPC Service,  
Ferdinand Ruppert,  
Franz Schulze Sprakel,  
Mirko Mach  
(Heidelberg)



01



02



## Eine Abend voller Begegnungen

Zur Telecom Handel Gala im GOP Varieté-Theater München kamen 160 Führungskräfte von Distributoren, Herstellern und Netzbetreibern. Sie nahmen die Leserwahl-Awards entgegen und feierten bis spät in die Nacht.

- 01 Toni Burger von Komsa (li.) und Serop Cakmakci von Netcom
- 02 Chefredakteur Roland Bernhard blickte auf das Jahr zurück
- 03 Ingo Schneider und Sabine Forster von Google
- 04 Jörn Dunz von Free-net (li.) und Jürgen Rohr von Plusnet
- 05 Die Teams der Telekom und von Congstar hatten Grund zum Feiern
- 06 Bei Brodos freute man sich über die Auszeichnung als Premium Distributor

**E**s war wieder Showtime für die TK-Branche im Münchener GOP Varieté-Theater. Während auf der Bühne die Künstler mit der Show „Alive“ auf einer Spielplatzkulisse Akrobatik boten, nutzten die angereisten Manager die Möglichkeit zum ausgiebigen Netzwerken bis in den frühen Morgen hinein. Manche beschreiben die TH Gala gerne

als das „Klassentreffen der Branche“, schließlich treffen sie dort viele ehemalige Kollegen, die zwischenzeitlich das Unternehmen gewechselt haben, in zwangloser Atmosphäre. Auch in diesem Jahr zeigte die Gästeliste, wie vielfältig die Branche ist – mit Vertretern aus der Distribution, von Netzbetreibern sowie von Hardware-Herstellern. •



03



04



05



06



07



08

07 Sabine Rossmann und

Kai Zalisz von O2 Telefónica

08 Philipp Mertens (Telekom),  
Frank Pelzer (Vodafone)  
und Wilke Stroman (Mo-  
bilezone; v.l.n.r)

09 Jasmin Jonietz von der  
Ebner Media Group hielt  
die Keynote zum Thema KI

10 Jens-Uwe Theumer (Veri-  
vox; li.) und Roland Hennig  
(Aetka)

11 Das Team von Emporia  
um Firmenchefin Eveline  
Pupeter (2. v.r.)

12 Valon Kuci (li.) und  
Oliver Hemann von der  
Michael AG

13 Thomas Muschalla von  
Gamma (li.) und Alexander  
Loeck von O2 Telefónica



09



10



11



12



13



14

14 Peter Zyprian (li.) und Markus Strobel von der IFA



15

15 Die Show des GOP zum Thema „Alive“



16 Steffen Ebner (v.l.), Toni Burger, Katja Förster und Roland Hennig von Komsa und Aetka



16

17 Ilona Masche und Drazen Andjelic von Mitel



17

18 Armin Hedenhausen (li.) von Vodafone und Michael Sadranowski von Fritz



18

19 Frank Wenzig und Susann Schiller von Faro-com



19

20 Das Team von Herweck mit dem Siegerpokal



20

21 Andreas Klawe (NielsenIQ) und Nina Opper (Google)



21

# FOKUS

## Distribution

### Leserwahl

#### Distributor des Jahres

S. 40

### Wer liefert was?

#### Das Portfolio der Distributoren

S. 38

### Firmenporträts

**Yukatel** S. 45

**ElectronicPartner/ComTeam** S. 46

**Komsa/Aetka** S. 48

**Michael** S. 50

**TK-World** S. 52

**Mobilezone** S. 54



# Nicht nur Smartphones

**Die TK-Distributoren bieten weit mehr als Mobiltelefone und Zubehör. Die Übersicht zeigt, welche Produktbereiche abgedeckt werden.**

Die Produktpalette der Distributoren hat sich in den vergangenen Jahren sichtbar verbreitert. Neben klassischen Bereichen wie Smartphones, Wearables, Zubehör und Festnetztelefonie führen viele Anbieter inzwischen auch Tablets, Notebooks, Netzwerk- und WLAN-Produkte oder Security-Lösungen. Weitere Sortimente kommen je nach Distributor hinzu – etwa Smart-Home-Technik, Lösungen für Handwerker, Haushaltspro-

dukte, Energie-Themen, Senioren-Telefonie, Versicherungen sowie TK-Anlagen und UCC. Damit ergeben sich für unterschiedliche Händlerprofile – vom Shop bis zum Systemhaus – zusätzliche Ansatzpunkte im Verkauf.

Die Übersicht bietet eine kompakte Orientierung – und macht sichtbar, wo Sortimentsschwerpunkte liegen und welche Anbieter für bestimmte Produktfelder infrage kommen. •

## Diese Produktbereiche bieten die Distributoren an (Auswahl)

Name des Unternehmens	ADN	Aetka	Allnet	Also	Api	ASVG GmbH	Brodos	Eins Amobile	Eno Telecom	Electronic-Partner	Epsilon	Euronics
Audio-/Videoconferencing/Collaboration	●	●	●	●	●	○	○	○	○	●	○	○
Festnetz-/DECT-Telefone	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●
Festnetzanschlüsse	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●
Healthcare-Produkte	●	●	●	○	●	○	●	●	●	●	○	●
Mobilfunk-Verträge	○	●	○	●	○	●	●	●	○	●	●	●
Mobilfunk-Zubehör	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	○	●
Mobiltelefone/Smartphones	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Navigation/Car Communication	○	●	○	○	●	○	●	○	●	●	○	●
Netzwerktechnik/WLAN	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○
Notebooks/Netbooks/Ultrabooks	●	●	○	●	●	○	●	●	●	●	●	○
Security	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●
Smart Home – Hausautomation/Installationen (High Level)	○	●	●	○	●	○	●	○	○	●	○	○
Smart Home – Heimvernetzung (Low Level, Plug & Play)	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○
Strom-/Energievermarktung	○	○	○	○	○	○	○	●	○	●	○	○
Tablets	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Telefone/Handys für Senioren	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Telematik/Flottenmanagement	○	○	○	○	○	●	○	○	●	●	●	○
TK-Anlagen/UCC	●	●	●	●	●	○	○	○	●	●	●	●
UCaaS	●	●	●	●	●	○	○	○	○	●	●	○
Versicherungen (Hardware)	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	○	●
Wearables/Smartwatches	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●

● = ja; ○ = nein; Quelle: Angaben der Distributoren, inkl. Subdistribution

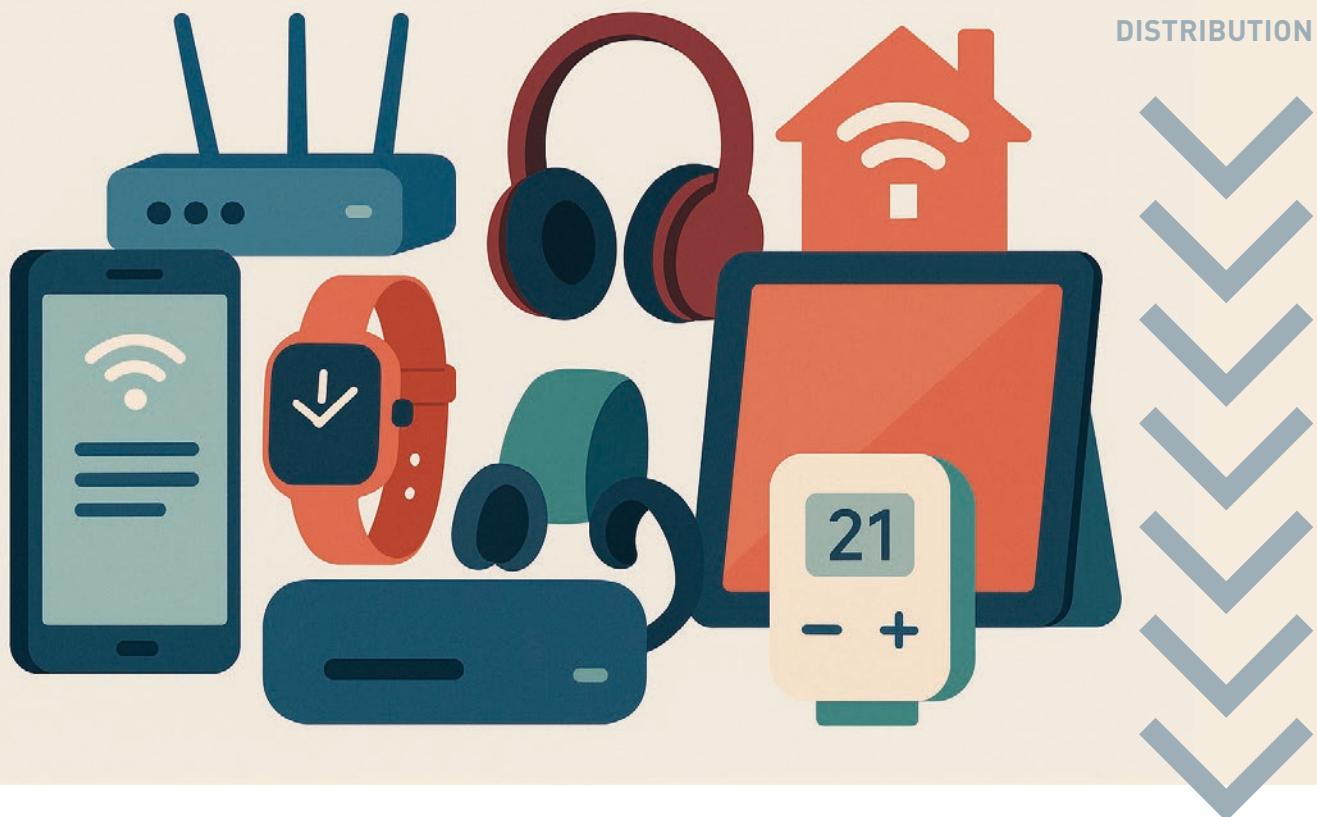


Foto: DALL-E



# Wer die beste Linie fährt

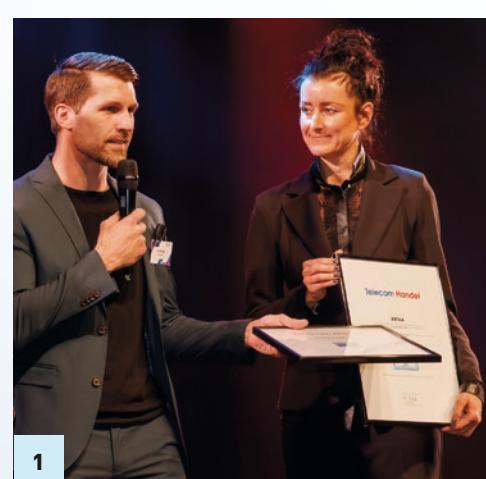
Herweck gewinnt die Leserwahl zum „Distributor des Jahres 2025“ und löst Komsa/Aetka an der Spitze ab. Rund 1.700 Händler bewerteten 26 Kategorien, drei Anbieter wurden als „Premium Distributor“ ausgezeichnet.



## Zur Leserwahl

Rund 1.700 Fachhändler, Partnershop- und Systemhausbetreiber hatten an der diesjährigen Leserwahl zum besten Distributor des Jahres teilgenommen. Bewertet wurden die Anbieter in 26 fachhandels-nahen Disziplinen.

Wer auf dem Eis bestehen will, braucht Tempo, Präzision und ein Gefühl für die richtige Linie. Ähnlich gefordert waren die Distributoren bei der diesjährigen Leserwahl von Telecom Handel: In 26 Kategorien bewerteten rund 1.700 Fachhändler, Partnershop- und Systemhausbetreiber die Leistungen ihrer Distributionspartner – von Marketingunterstützung und Lieferfähigkeit über technische Hotlines und Außen-dienst-Support bis hin zu Cloud-Diensten und Projektfinanzierung. Knapp 50 Distributoren und Großhändler standen zur Wahl, 16 erhielten genügend Stimmen, um in die Auswertung aufgenommen zu



1

werden. Wortmann schaffte den Sprung in diesem Jahr nicht, und Hotphone ist nicht mehr am Markt aktiv. Das Feld bleibt insgesamt stabil, auch wenn kleinere Verschiebungen sichtbar werden.

## Herweck setzt sich an die Spitze

Den Gesamtsieg holt in diesem Jahr Herweck und verdrängt damit Komsa/Aetka, die im Vorjahr noch an der Spitze standen. Die Händler wählten Herweck in mehreren Disziplinen auf Platz eins – so etwa bei den Provisionen, den Bonusprogrammen/Incentives sowie den Haussmessern und Roadshows, bei denen Herweck traditionell stark ist. Rang eins gab es auch bei der Leadgenerierung im B2B-Geschäft, einem Bereich, der für viele Fachhändler und Systemhäuser an Bedeutung gewinnt. Ein teilnehmender Händler fasst seine Sicht zusammen: „Für mich ist dieser Distributor ganz klar der Beste des Jahres: ein engagiertes Team, das mit Leidenschaft, Zuverlässigkeit und großem Einsatz überzeugt.“

Auch abseits der Top-Platzierungen zeigt Herweck ein breites Fundament. So zählt das Unternehmen zum Beispiel in den Kategorien „Persönliche Betreuung“, „Support vor Ort/Außendienst“ und „Technische Hotline“ zur Spitzengruppe.

Zusätzlich gewinnt Herweck diesmal auch die Sonderwertung im Segment „Systemhaus“ – ein Hinweis darauf, wie stark das Unternehmen im B2B- und Projektumfeld wahrgenommen wird.

Fotos: archetype / Shutterstock

## Die Sonderwertungen zur Leserwahl 2025

In zwei Segmenten hatte Telecom Handel gesondert abgefragt, wie die Leser urteilen: „Fachhandel/Local Hero“ und „Systemhaus“



**Sieger: Aetka**

Der inhabergeführte Fachhandel steht beim Segment „Fachhandel/Local Hero“ im Mittelpunkt. Meist haben sich die Unternehmer als „Local Hero“ sowohl bei Privat- als auch bei Geschäftskunden einen Namen gemacht; der Anteil an Bestandskunden ist hoch. Das Sortiment umfasst Mobilfunk und Festnetz/Breitband. Sieger in diesem Segment wurde erneut Aetka.



**Sieger: Herweck**

Im Segment „Systemhaus“ geht es um das Urteil von Systemhausbetreibern. Diese besitzen in den meisten Fällen kein Ladengeschäft. Im Vordergrund stehen Themen wie TK-Anlagen, UCC und Cloud-Telefonie. Zielgruppe dieser Reseller sind fast ausschließlich B2B-Kunden, das Privatkundengeschäft spielt kaum eine Rolle. In diesem Jahr lag Herweck auf dem ersten Platz.

Neben dem Gesamtsieger zeichnete Telecom Handel auch in diesem Jahr wieder die drei stärksten Anbieter der Leserwahl mit dem Siegel „Premium Distributor“ aus. Das Prädikat geht an Herweck, Komsa/Aetka und Brodos – drei Unternehmen, die in den Bewertungen der teilnehmenden Fachhändler über ►

**Bild 1** Toni Burger und Katja Förster mit der Urkunde zum „Premium Distributor“ für Komsa/Aetka

**Bild 2** Auch Brodos wurde erneut „Premium Distributor“.

Im Bild Alexander Kehl und Stefan Vitzithum

**Bild 3** Das Team von Herweck freut sich über den ersten Platz in der diesjährigen Leserwahl



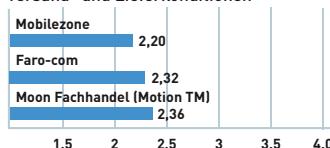
2



3

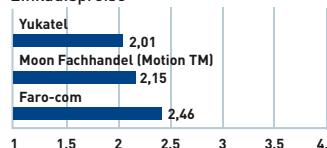
## Die jeweils drei besten Distributoren in den 26 Einzelkategorien

### Versand- und Lieferkonditionen



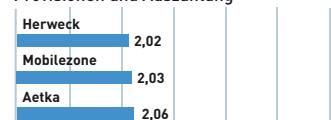
Wie im Vorjahr gewinnt Mobilezone bei den Versandkonditionen

### Einkaufspreise



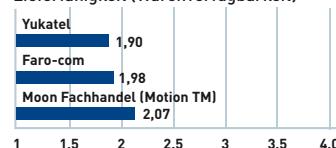
Yukatel schnappt sich zum zweiten Mal den Sieg bei den Einkaufspreisen

### Provisionen und Auszahlung



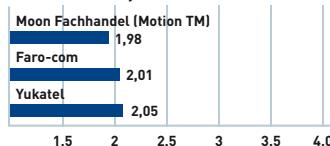
Zum siebten Mal in Folge gewinnt Herweck in der Rubrik Provisionen

### Lieferfähigkeit (Warenverfügbarkeit)



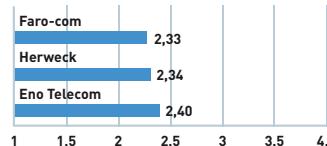
Yukatel holt sich den Sieg in der Disziplin Lieferfähigkeit

### Online-Bestellsystem



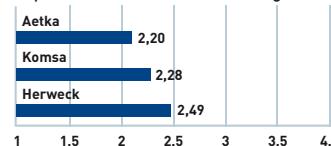
Moon Fachhandel überzeugt Jahr für Jahr beim Online-Bestellsystem

### Reklamationsverhalten



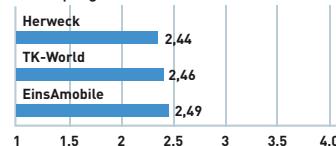
Faro-com sichert sich ganz knapp den Sieg beim Thema Kulanz

### Reparaturservice und -abwicklung



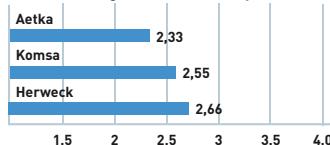
Klarer Fall: Aetka/Komsa setzt sich bei Reparaturen erneut an die Spitze

### Bonusprogramme/Incentives



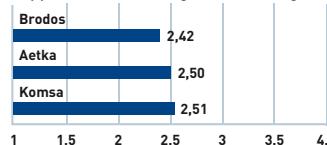
Regelmäßig kann Herweck die Disziplin Bonusprogramme für sich entscheiden

### Unterstützung WaWi-/Kassensystem



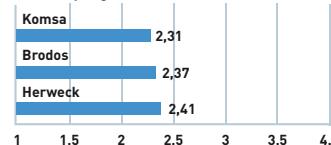
WaWi/Kassensystem: Aetka erringt bereits seit Jahren Platz eins

### Support Dienstleistungsvermarktung



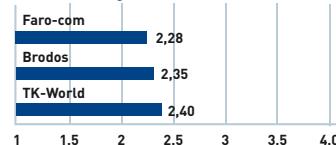
Brodos, Pionier der DL-Vermarktung, holt sich in diesem Jahr den Sieg

### Partnerprogramm



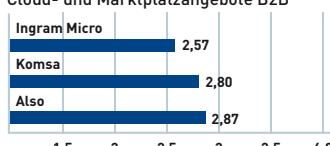
Komsa setzt sich erstmals bei den Partnerprogrammen durch

### Unterstützung Web und Social Media



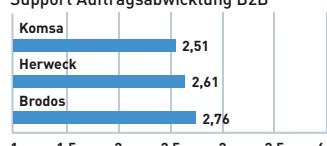
Guten Web- und Social-Media-Support gibt es bei Faro-com

### Cloud- und Marktplatzangebote B2B



Cloud: Ingram Micro hält den Wettbewerb seit Jahren auf Abstand

### Support Auftragsabwicklung B2B



Komsa überzeugt beim Thema Auftragsabwicklung B2B

### Angaben in Schulnoten

viele Kategorien hinweg besonders überzeugt haben.

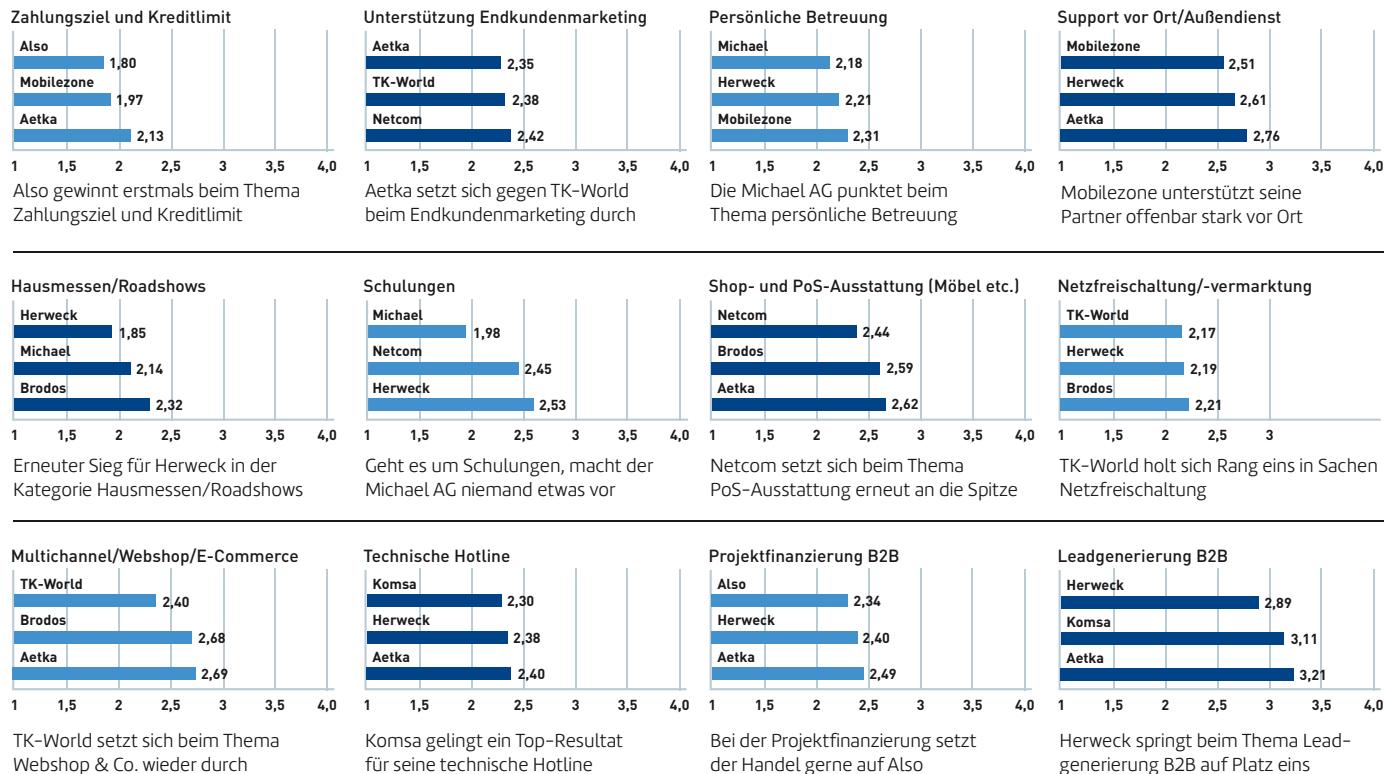
Komsa/Aetka, im Vorjahr Gesamtsieger, zeigt erneut ein ausgesprochen starkes Leistungsprofil. Insbesondere Aetka überzeugt in zentralen Bereichen wie Unterstützung beim Endkundenmarketing, bei der Reparaturabwicklung sowie der Unterstützung rund um Warenwirtschafts- und Kassensysteme. Darüber hinaus entscheidet Aetka erneut die Sonderwertung „Fachhandel/Local Hero“ für sich und bestätigt damit seine enge Verwurzelung im klassischen, inhabergeführten Fachhandel.

Komsa belegt in diesem Jahr die Spitzenplätze beim Partnerprogramm, der

technischen Hotline und in der Auftragsabwicklung im B2B-Bereich. Dass diese Leistungen auch wahrgenommen werden, zeigt ein Händlerkommentar, der die langjährige Zusammenarbeit hervorhebt: „Wir arbeiten seit Jahren mit Aetka zusammen und sind rundum zufrieden: Hier gibt es perfekte Kommunikation und eine Betreuung auf Augenhöhe.“

Auch Brodos schafft erneut den Sprung in die Premium-Gruppe. Der Distributor gewinnt die Kategorie „Unterstützung bei der Dienstleistungsvermarktung“. Gleichzeitig zeigt Brodos in weiteren Kategorien eine starke Präsenz, etwa im Bereich Social Media, im Multichannel-Umfeld, beim Partnerprogramm oder bei der Unter-





## So sehen die Sieger aus

Distributoren, die in vielen Disziplinen hervorragende Ergebnisse erzielt haben und damit in der Gesamtwertung weit vorne rangieren, wurden von Telecom Handel mit dem Award „Premium Distributor 2026“ ausgezeichnet. Dies sind Brodos, Herweck und Komsa/Aetka. Anbieter, die in einzelnen Kategorien auf Rang eins landen, erhielten für ihr gutes Abschneiden das Siegel „Top Distributor 2026“.

stützung in der Auftragswicklung B2B. Viele Händler betonen die unkomplizierte Zusammenarbeit und die Verlässlichkeit im Tagesgeschäft.

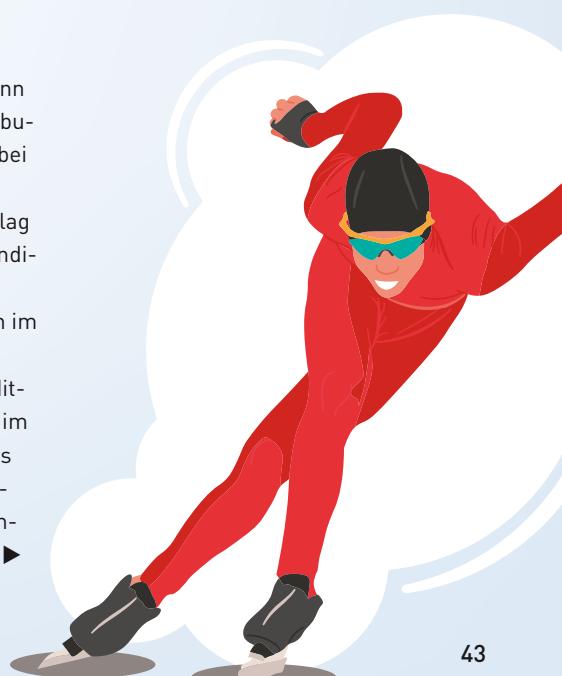
## Starke Leistungen in einzelnen Disziplinen

Ein Blick auf die Einzeldisziplinen zeigt weitere starke Ergebnisse: Neun Anbieter konnten mindestens eine Kategorie für sich entscheiden und wurden dafür mit dem Siegel „Top Distributor 2026“ ausgezeichnet. So punktet Mobilezone sowohl bei den Versand- und Lieferkonditionen als auch beim Support vor Ort. Für viele Händler sind schnelle Lieferungen und ein verfügbarer Außendienst zentrale

Faktoren, und genau dort erreicht  
Mobilezone Bestwerte.

Im preisorientierten Wettbewerb kann erneut Yukatel überzeugen. Der Distributor steht bei den Einkaufspreisen wie bei der Lieferfähigkeit an erster Stelle. Händler mit hohem Hardware-Umschlag profitieren hier offenbar von guten Konditionen und stabilen Warenströmen.

Systemhausnahe Leistungen stehen im Fokus, wenn man auf Also blickt. Mit Bestwerten bei Zahlungsziel und Kredit-limit sowie in der Projektfinanzierung im B2B-Umfeld zeigt sich der Anbieter als verlässlicher Partner für größere Roll-outs und komplexere Kundenumgebungen. Einen anderen Schwerpunkt ►



## Darauf legen Händler besonders Wert

Persönliche Betreuung

75%

Provisionen und Auszahlung

72%

Einkaufspreise

65%

Lieferfähigkeit (Warenverfügbarkeit)

63%

Versand- und Lieferkonditionen

62%

Zahlungsziel und Kreditlimit

55%

Support vor Ort/Außendienst

54%

Reklamationsverhalten

51%

Online-Bestellsystem

46%

Bonusprogramme/Incentives

41%

Shop- und PoS-Ausstattung (Möbel etc.)

39%

Netzfreischaltung/-vermarktung

38%

Schulungen

36%

Technische Hotline

34%

Unterstützung beim Endkundenmarketing

34%

Partnerprogramm

33%

Reparaturservice und -abwicklung

30%

Unterstützung bei Homepage oder Social Media

29%

Unterstützung bei der Dienstleistungsvermarktung

24%

Haussmessen/Roadshows

21%

Unterstützung Warenwirtschafts-/Kassen-/ERP-System

20%

Unterstützung bei Multichannel, Webshop und E-Commerce

18%

Support Auftragsabwicklung B2B

17%

Leadgenerierung B2B

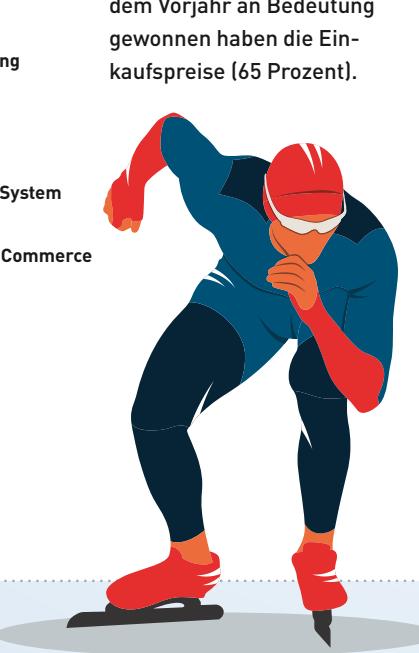
13%

Projektfinanzierung B2B

9%

Cloud- und Marktplatzangebote B2B

5%



setzt die Michael AG, die ihren traditionellen Spitzenplatz im Bereich Schulungen erneut souverän verteidigt. Gleichzeitig wird das Unternehmen für seine persönliche Betreuung hoch bewertet.

Mit seinen digitalen Beschaffungsprozessen kann Moon Fachhandel (Motion TM) punkten. Der Sieg in der Kategorie „Online-Bestellsystem“ gelingt dem Anbieter bereits zum wiederholten Male.

Mit einer starken Ausrichtung auf Servicequalität behauptet sich Faro-com. So wird das Reklamationsverhalten von den Händlern hervorgehoben. Gleichzeitig

### Alle Ergebnisse der Leserwahl

Eine detaillierte Auswertung bietet der Report „Distributor des Jahres 2025“. Abonnenten des Premium-Abos „Telecom Handel Insight“ erhalten diesen automatisch. Der Report kann auch einzeln bezogen werden.

zeigt Faro-com im digitalen Umfeld erneut sehr gute Bewertungen im Bereich Homepage- und Social-Media-Unterstützung. Im Ladenbau scheint Netcom weiterhin das Maß aller Dinge zu sein: Die Spitzenposition in der Shop- und PoS-Ausstattung kann das Unternehmen seit vielen Jahren verteidigen.

Stark in digitalen Vermarktungsprozessen präsentiert sich TK-World. Die Händler wählten das Unternehmen sowohl bei der Netzfreischaltung und -vermarktung als auch in der Unterstützung rund um E-Commerce-Themen auf den ersten Platz. Und Ingram Micro führt die Kategorie Cloud- und Marktplatzangebote B2B wie bereits im Vorjahr erneut an. •



## 30 Jahre Erfolg & Innovation im Markt

Die Yukatel GmbH, gegründet 1995 von Yusuf Karatas und mit Sitz am Yuka-Platz 1 in Dreieich, gehört zu den führenden Mobilfunkgroßhändlern Europas und blickt auf mehr als 30 Jahre Erfahrung zurück. Das Unternehmen bietet ein umfangreiches Sortiment an Smartphones, Tablets, Wearables, Unterhaltungselektronik, Haushaltsgeräten, Zubehör und weiteren Produkten. Zum Portfolio zählen Marken wie Apple, Samsung, Xiaomi, Sony und JBL sowie weitere führende Hersteller. Durch Erfahrung, strategische Partnerschaften und eine breit aufgestellte Produktpalette gewährleistet Yukatel eine konstant hohe Verfügbarkeit für Geschäftspartner weltweit.

Vom klassischen Großhändler hat sich Yukatel zu einem technologisch innovativen Anbieter entwickelt. Der selbst entwickelte B2B-Shop ermöglicht eine effiziente Auftragsabwicklung, während das hochmoderne Lager schnelle und präzise Lieferungen sicherstellt. Technologische Weiterentwicklung zeigt sich auch in der TradeIN-Plattform, über die Produkte unkompliziert direkt an Yukatel verkauft werden können. Ergänzend stärkt das Treueprogramm YUKA Points die Bindung zu autorisierten Händlern, die bei jedem Kauf Punkte sammeln und gegen attrak-

tive Prämien aus verschiedenen Kategorien einlösen können.

Durch konsequentes Wachstum und Umsätze von über 800 Millionen Euro hat Yukatel zahlreiche renommierte Handelspreise gewonnen, darunter den Telecom Handel Award in der Kategorie „Einkaufspreise“. Zusätzlich steht der neue Firmensitz am Yuka-Platz 1 seit 2024 für Fortschritt und Innovation und bietet Raum für Expansion und kreative Zusammenarbeit.

Als Hauptsponsor und Namensgeber unterstützt das Unternehmen die türkische Erstliga-Basketballmannschaft Yukatel MBB. Seit 2025 sponsert das Unternehmen zudem das DTM-Team von Dörr Motorsport, in dem der ehemalige Formel-1-Fahrer Timo Glock im McLaren 720S GT3 antritt. Diese Engagements unterstreichen die langjährige gesellschaftliche Präsenz und internationale Bedeutung des Unternehmens.

Yukatel verbindet Erfahrung, Innovation, technologische Kompetenz und gesellschaftliche Verantwortung. Mit einem starken Produktportfolio, modernsten Services und nachhaltigem Engagement bleibt das Unternehmen ein zukunftsweisender Akteur im globalen Handel mit Telekommunikations-, Elektronik- und Hardwareprodukten. •



**Sieht aus wie Yuka,  
heißt Yuka, ist Yuka –  
das neue Firmengebäude  
am Yuka-Platz 1**



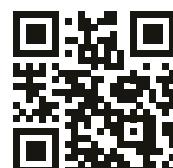
➤ Wir blicken  
mit Stolz auf  
30 Jahre Erfolg  
und mit  
voller Energie  
nach vorn. ◀

Yusuf Karatas  
Gründer und  
Geschäftsführer



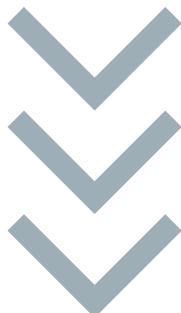
### KONTAKT

**Yukatel GmbH**  
Yuka-Platz 1  
63303 Dreieich  
Tel.: +49 69 8383250  
E-Mail: [info@yukatel.de](mailto:info@yukatel.de)  
[www.yukatel.de](http://www.yukatel.de)





Bei **WENDEpunkt** steht die Entwicklung innovativer und vollumfänglicher Lösungen für umweltbewusste Energiegewinnung und -nutzung im Mittelpunkt.



**Mit über 5.000 Mitgliedsbetrieben** bildet ElectronicPartner ein starkes Netzwerk aus eigenständigen Unternehmerinnen und Unternehmern. Dazu gehören der EP:Fachhandel, die Franchise-Fachmarktlne MEDIMAX, das Technologie-Netzwerk comTeam und das WENDEpunkt-Konzept, sowie weitere Mitglieder unter der Fachhandelslinie ServicePartner und eigenprofilierte Händler.

**Die ElectronicFamily-Kampagne** bündelt zahlreiche Maßnahmen, um auf dem umkämpften Arbeitnehmermarkt als starker Arbeitgeber wahrgenommen zu werden und potenzielle neue Mitarbeitende zu finden.

# ElectronicPartner

Handeln. Für Mensch und Erfolg.



## Handel leben, Zukunft gestalten

**E**lectronicPartner gehört zu den führenden Handelsgruppen Europas für Consumer Electronics, Haushaltsgeräte, IT-, Multimedia- und Telekommunikationsprodukte sowie Lösungen im Bereich erneuerbare Energien. Mit über 5.000 Mitgliedsbetrieben in Deutschland, Österreich, den Niederlanden und der Schweiz bietet die Verbundgruppe individuelle Konzepte für selbstständige Unternehmerinnen und Unternehmer. Dabei bilden die Marken EP:; MEDIMAX, comTeam und WENDEpunkt die wichtigsten Säulen. Sie stehen für lokalen, persönlichen Service, technologische Kompetenz und nachhaltige Lösungen – ganz im Sinne des Leitgedankens: „Handeln. Für Mensch und Erfolg.“

ElectronicPartner unterstützt seine Mitglieder mit umfassenden Dienstleistungen – von Sortimentsplanung über moderne IT-Infrastrukturen bis hin zu einem 360°-Marketingkonzept inklusive Webshop-Lösungen.

Die Marke EP: steht für den qualifizierten Fachhandel vor Ort mit rund 270 Händlerinnen und Händlern in Deutschland. Sie bieten hochwertige Produkte kombiniert mit individueller Beratung und erstklassigem Service.

Die Fachmarktlne MEDIMAX erstreckt sich über ein deutschlandweites Netz von aktuell 72 Märkten. Technik wird hier erlebbar – anhand einer breiten Auswahl hochwertiger Elektronik und kompetenter

Beratung. Seit 2022 kooperiert MEDIMAX zudem eng mit der MHK-Gruppe und bringt so eine Sortimentserweiterung um moderne Küchenwelten in die Märkte.

Als eigenständiges Unternehmen liefert WENDEpunkt ganzheitliche Lösungen für nachhaltige Energie und gestaltet die Zukunft mit. Verbundgruppen-Mitglieder und externe Spezialbetriebe können über WENDEpunkt Full-Service-Konzepte rund um Photovoltaik, Wärmepumpen und smarte Stromtarife anbieten – und das alles aus einer Hand. Der Anspruch dabei: Kundinnen und Kunden bei der Umsetzung umweltfreundlicher Energiekonzepte zu unterstützen und ihre Kosten langfristig zu senken.

### Wir sind die #ElectronicFamily

Seit 2024 treten ElectronicPartner, EP: und MEDIMAX unter einer Arbeitgebermarke auf: der ElectronicFamily. Sie steht für Zusammenhalt, gemeinsame Werte und ein modernes Arbeitsumfeld. Ziel ist es, neue Talente für die Zentrale, Franchise-Märkte und Mitgliedsbetriebe zu gewinnen. Unter dem Motto „Familiär denken, unternehmerisch handeln“ positioniert sich die ElectronicFamily attraktiv auf dem Arbeitgebermarkt. Gerade in Zeiten von Fachkräftemangel und vakanten Ausbildungsplätzen setzt die Verbundgruppe so auf glaubwürdige Kommunikation durch persönliche Geschichten echter Mitarbeitender. •





## Gelebte IT und Netzwerken mit Herz

**M**it rund 800 eigenständigen Mitgliedsbetrieben positioniert sich das Technologie-Netzwerk comTeam als starker Partner für IT-Dienstleister, Systemhäuser und Technologieunternehmen. Das Netzwerk bietet eine umfassende Infrastruktur, vielfältige Services und praxisnahen Support für die tägliche Arbeit und strategische Weiterentwicklung aller Partner. Dabei unterstützt comTeam seine Mitglieder mit

spezialisierten Netzwerk mit 50 Partnerunternehmen. Unter dem Namen „kiwiko – das Security-Netzwerk“ agiert kiwiko künftig als eigenständige Einheit innerhalb von comTeam und übernimmt die Rolle eines Kompetenzzentrums für IT-Sicherheitslösungen. Seit ihrer Gründung im Jahr 2016 verfolgt kiwiko einen progressiven Ansatz, der auf vertrauensvollem Austausch und kontinuierlichem Wissenstransfer auf

Geschäftsführungsebene basiert. Die Mitglieder bringen tiefgreifendes Know-how in den Bereichen Cybersecurity, Netzwerkschutz, Compliance und Managed Security Services mit und ergänzen so das comTeam Netzwerk ideal. Hersteller und Partner profitieren von einer erweiterten Kooperation, effizienterer Zusammenarbeit und intensivem Wissenstransfer.

Mit der Bündelung von Technologieexpertise und Sicherheitskompetenz stärkt comTeam seine Position am Markt und setzt ein klares

Zeichen gegen die zunehmende Konsolidierung im IT-Sektor. Die Partnerschaft mit kiwiko steht für Qualität, Fachwissen und praxisnahe Lösungen und schafft eine Win-win-Situation für alle Beteiligten. comTeam Partner erhalten direkten Zugang zu den Fachkenntnissen und Dienstleistungen der kiwiko Mitglieder, während diese von der comTeam Infrastruktur, dem umfassenden Technologie-Portfolio, den Rahmenverträgen und Service-Leistungen des Netzwerks profitieren können. Die Bündelung von Technologie- und Sicherheitskompetenz schafft neue Synergien und stärkt die Position beider Netzwerke nachhaltig. •



**Sven Glatter und Silvia Habeck** eröffnen die Partnerkonferenz 2025

zentralreguliertem Einkauf, professionellen Marketing-Services, Schulungsangeboten über den comTeach CAMPUS sowie Lösungen wie dem MSP-Manager und der Einkaufsplattform Traders Guide. Ziel ist es, die Wettbewerbsfähigkeit der Partnerunternehmen technologisch, wirtschaftlich und organisatorisch zu stärken.

### Strategische Partnerschaft mit kiwiko – Ausbau der IT-Security-Kompetenz

Zum 1. Juli 2025 hat comTeam eine strategische Partnerschaft mit der kiwiko eG geschlossen – einem auf IT-Security



**Wir entwickeln uns dynamisch weiter und wollen das gesamte Spektrum moderner IT-Lösungen immer besser abdecken.** Dazu gehört eine starke Security-Kompetenz – und mit kiwiko holen wir hervorragend aufgestellte Spezialisten ins Boot.

Sven Glatter,  
Geschäftsführer comTeam

### KONTAKT

**ElectronicPartner Handel SE**  
Mündelheimer Weg 40  
40472 Düsseldorf  
Tel.: +49 211 41560  
Fax: +49 211 4156310  
E-Mail: [info@electronicpartner.de](mailto:info@electronicpartner.de)  
[www.electronicpartner.com](http://www.electronicpartner.com)



## Wir kümmern uns!

Mit u. a. diesen Leistungen:

Crosschannel-Konzept inkl. Commerce

Warenwirtschaftssystem

B-Ware / Hardware-Ankauf

Endverbrauchermarketing

POS-Ausstattung

Eigenmarken

Dienstleistungsvermarktung

Kooperationsvorteile & aetka Bonus System

Online-Beratungsplattform  
fragprofis.de

## KONTAKT

aetka AG

KOMSA Allee 1

09232 Hartmannsdorf

Tel.: +49 3722 713500

E-Mail: [vertrieb@aetka.de](mailto:vertrieb@aetka.de)

[www.aetka.de](http://www.aetka.de)

# Seit 25 Jahren Verstärker des Fachhandels

Im Verbund stärker: aetka ist mit über 2.000 Partnern die mitgliederstärkste Kooperation inhabergeführter Fachgeschäfte in der Telekommunikationsbranche.

**M**it dem starken Distributions- und Dienstleistungsnetzwerk der KOMSA-Gruppe im Rücken bietet aetka seit 25 Jahren ein Leistungsspektrum aus Beschaffungs-, Vermarktbungs- und Kooperationsleistungen, mit dem Fachhändler und Systemhäuser ihre Stärken gegenüber anderen Vertriebsformen noch besser ausspielen können. Als Verbundmitglieder bleiben diese eigenständig, nutzen ihren guten Namen, ihre regionale Bekanntheit und kombinieren diese mit der Handelsmarke aetka, die die Stärken des Fachhandels an den Endverbraucher transportiert.

### Das Internet wird lokal.

#### Mit aetka

Hauptaugenmerk der Kooperationszentrale liegt darin, an der Seite des Fachhandels die erfolgreiche Verzahnung von stationärem Geschäft und Onlinehandel voranzutreiben.



Das umfassende Online-Konzept bringt die Partner mit ihren Stärken ins Netz – von Sichtbarkeit bis Verkauf. Die Kombination aus Online-Auftritt und regionaler Vor-Ort Präsenz ist aus Sicht von Handelsexperten die einzige realistische Rolle für traditionelle Händler und ganz im Sinne der privaten und gewerblichen Endverbraucher. Diese wollen verstärkt mit lokalem Bezug kaufen, sich aber nicht zwischen Ladengeschäft und Web entscheiden müssen.

### Freischalten! Profis in der Netzvermarktung

Als strategischer Partner aller Netzbetreiber unterstützt aetka aktiv bei der Vermarktung an Privat- und Geschäftskunden, u.a. mit Konditionen, Margenkalkulator, regionalen Werbegruppen, Marketing bis hin zur Abrechnung. Mit aetkaSMART bietet die Kooperation einen exklusiven Haustarif, bei dem die Kundenbetreuung zu 100% beim aetka-Fachhändler liegt. •

**Unser Anspruch:  
Wir sind der  
nützlichste Partner des  
TK-Fachhandels in  
Deutschland.**



Katja Förster,  
Vorstand Marketing,  
und  
Roland Hennig,  
Vorstand Vertrieb

# Gemeinsam Zukunft gestalten

KOMSA – Mehrwert für den Handel. Heute. Und morgen.

**S**ein über 30 Jahren zählt KOMSA zu den führenden Value-Add Distributoren Europas. Für den Handel bedeutet das: ganzheitliche Unterstützung entlang der ITK-Wertschöpfungskette – effizient, verlässlich und praxisnah.

## Technologie als Wachstumstreiber

Mit Lösungen wie Device as a Service, Cloud-Services und IoT-Angeboten begleitet KOMSA die digitale Entwicklung seiner Partner aktiv. KI-gestützte Datenanalysen und automatisierte Prozesse verbessern Abläufe, schaffen Transparenz und erhöhen die Reaktionsgeschwindigkeit – ein klarer Vorteil in einem dynamischen Marktumfeld.

## Mehr als Distribution

KOMSA vernetzt Hersteller, Netzbetreiber und Handel mit einem Leistungsspektrum, das weit über klassische Warenversorgung hinausgeht. Dazu zählen flexible Logistiklösungen mit schneller Auslieferung, auf Wunsch auch im Namen des Handelspartners. Digitale Schnittstellen wie EDI ermöglichen eine reibungslose automatisierte Abwicklung. Technischer Support und Pre-Sales-Services begleiten Projekte von der Ausschreibung bis zur Implementierung. In der Netzvermarktung bietet KOMSA Zugang zu allen relevanten Anbietern. Zusätzlich unterstützt das Unternehmen mit vertriebsnahen Kampagnen und Abverkaufsaktionen.

## Technisches Know-how trifft Kundenerlebnis

Im September 2025 bezog das KOMSA Technical Assistance Center (TAC) neue Räumlichkeiten am Campus in Hart-

mannsdorf. Parallel dazu wurde das Zoom Experience Center eröffnet – ein bislang einzigartiger Showroom in der DACH-Region. Im TAC bündelt KOMSA seine technischen Dienstleistungen, Pre-Sales-Beratung und Projektbegleitung. Fachhandelspartner erhalten gezielte Unterstützung bei Ausschreibungen, Teststellungen und komplexen ITK-Vorhaben. Ergänzt wird das Angebot durch praxisnahe Schulungen der KOMSA Academy. Im Zoom Experience Center lassen sich moderne Kommunikationslösungen live testen – in realer Infrastruktur und gemeinsam mit Endkunden. Das stärkt die Vermarktung, beschleunigt Projektumsetzungen und erhöht die Kundenbindung.

## Stabilität mit Weitblick

Auch in bewegten Zeiten steht KOMSA für Kontinuität und partnerschaftliche Entwicklung. Unter der Führung von Toni Burger, Steffen Ebner und Ronny Tischer richtet sich das Unternehmen konsequent auf die nächste Entwicklungsphase aus – mit klarer Strategie, hoher Servicequalität, technologischem Fokus und langfristiger Zusammenarbeit.

## Fazit: Gemeinsam mehr erreichen

Mit Innovationskraft, Serviceorientierung und partnerschaftlichem Denken bleibt KOMSA ein starker Impulsgeber für den digitalen Wandel – heute und morgen. Wo Technologie auf Marktverständen trifft, entsteht ein Umfeld, in dem der Handel Zukunft aktiv gestalten kann. •



**Unsere Logistikkompetenz und unser Netzwerk ermöglichen es uns, flexibel und präzise auf Marktanforderungen zu reagieren.**

Toni Burger,  
CEO & CFO der KOMSA AG

## KONTAKT

**KOMSA AG**  
KOMSA Allee 1  
09232 Hartmannsdorf  
Tel.: +49 3722 7138500  
E-Mail: [info@komsa.com](mailto:info@komsa.com)  
[www.komsa.com](http://www.komsa.com)  
[komsa.com/value-add-services/](http://komsa.com/value-add-services/)



» Im Business kommt es wie immer auf eines an: die richtigen Leute an seiner Seite – und genau da kommen wir ins Spiel. «

Oliver Hemann



# Wer wir sind und was wir machen?

Als einer der führenden ITK-Distributoren der Branche bietet die MICHAEL AG ein breites Portfolio von über 260 Herstellern mit einer beständig hohen Verfügbarkeit an. Neben einer hochmodernen Logistik verfügen wir über ein breites Spektrum an Dienstleistungen, die für Sie als Reseller das Leben und Arbeiten vereinfachen. Wir bieten unseren ca. 8.500 Resellern im In- und Ausland ein professionelles Leistungsprofil mit den Schwerpunkten IT- & TK-Distribution, Warenhandel/-versand, Netzvermarktung, Dienstleistungen, Schulung und Beratung.

### Unsere Stärken

Seit Jahrzehnten werden wir von der Fachpresse ausgezeichnet. Es bestätigt unsere Leistung und spornt uns zeitgleich an, für Sie noch besser zu werden. Wir agieren mit unseren Partnern auf Augenhöhe, als wirklicher Partner!

### Optimale Prozesse, Zuverlässigkeit und Stabilität

Wir leben am Puls der Zeit, sind immer bestens über den Markt und seine Entwicklungen informiert und geben dieses Wissen an Sie weiter. Die neuesten Produkte, Trends und Lösungen erhalten Sie bei Ihrem persönlichen Ansprechpartner in unserem Hause.

### Netzvermarktung: Moderne Kommunikation ist vielfältig

Unsere Spezialisten bieten Ihnen eine optimale Beratung im Privat- und Geschäftskundenbereich. Mit unserer Unterstützung vermarkten Sie erfolgreich Mobilfunk- und Festnetzprodukte aller führenden Netzbetreiber und Provider.

### MICHAEL Akademie: Werde der, der du sein kannst

Bei Ihrem Schulungsdistributor Nr. 1 erhalten Sie die bestmögliche Aus- und Fortbildung der IT/TK-Branche. Eine unerlässliche Voraussetzung für Ihr erfolgreiches Business. Ob in unserem Schulungszentrum, online oder auf unseren zahlreichen Veranstaltungen deutschlandweit: Wir vermitteln Wissen mit Workshop-Charakter.

### Logistik & IT-Services

Die MICHAEL AG ist Ihr starker Partner, wenn es um Dropshipping, 3PL (Third Party Logistics) und Fulfillment geht. Wir schicken Ihre bestellte Ware direkt zu Ihrem Kunden. Für Sie als Reseller bedeutet das keine Lagerhaltung, einen kurzen Versandweg zum Kunden und eine geringe Eigenkapitalbindung. Wir versenden weltweit per Paketdienstleister, Spedition oder Luftfracht – schnell, zuverlässig und flexibel.

Wir bieten Ihnen vielfältige digitale Möglichkeiten, Informationen zu Lagerbeständen in Echtzeit oder Ihrem persönlichen Pricing zu erhalten. Für unsere Partner bedeutet das, ohne Aufwand stets über alle relevanten Informationen zu verfügen.

### Projektunterstützung

Wir lieben Lösungen! Uns geht es in erster Linie darum, mit Ihnen gemeinsam die Wünsche Ihres Kunden zu bedienen. Die Ansprüche sind vielfältig und individuell. Wir erarbeiten mit Ihnen die Lösung für Ihren Kunden. Größe und Umfang des Projekts spielen für uns keine Rolle! Unser breites Portfolio befähigt Sie und uns, sämtlichen Anforderungen an zukunftsorientierte Lösungen



Valon Kuci (links), Prokurist / Mitglied der Geschäftsleitung,  
Oliver Hemann (rechts), Vorstand



gerecht zu werden. Unsere Experten-Teams unterstützen Sie im Daily Business und stehen Ihnen stets helfend und beratend zur Seite.

## Veranstaltungen

Unsere Partner sind für uns Teil des Teams. Auf vielen Veranstaltungen wie unserer Hausmesse, öffentlichen Messen, der deutschlandweiten Roadshow, Händler-Treffen, Incentives oder dem Kart-Cup sind Sie herzlich eingeladen, den Spirit der MICHAEL AG kennenzulernen.

## MICHAEL DaaS powered by topi

Die komplett digitale und supereinfache Lösung zur Vermietung von ITK-Hardware. Über 10.000 Artikel aus dem MICHAEL-Portfolio können vermietet werden. Für Sie als Händler bietet die Lösung enorme Vorteile – keine Vorfinanzierung, kein Ausfallrisiko, erweiterte Gewährleistung auf die Mietdauer, 100% bürokratiefrei, keine Warenrücknahme nach der Mietdauer, keine Gebühren.

Verbessern Sie mit MICHAEL DaaS Ihre Marge und bieten Sie Ihren Kunden einen weiteren Service an ohne Aufwand. •



## Kernportfolio:

- ITK-Systeme & Endgeräte
- Cloud-PBX
- UCC
- Audio/Video-Conferencing
- IT-Hard- & Software
- IT-Security
- Videoüberwachung
- Netzwerk
- Multimedia
- Smart Home
- Mobilfunk-Hardware
- Mobile-Accessoires
- Netzvermarktung
- Dienstleistungen
- Cloud
- XaaS



# TK-World AG – Wir gestalten die Netzvermarktung der Zukunft.

Wir denken digital,  
handeln nachhaltig  
und wachsen  
gemeinsam – mit  
Lösungen, die den  
Telekommunikationsmarkt  
von morgen prägen.

Kai-Uwe Flormann,  
CEO und Vorstand  
TK-World AG

**D**igital aus Tradition – und das seit fast 25 Jahren. Die TK-World AG ist mehr als nur ein Distributor. Das Paderborner Unternehmen sieht sich als Bindeglied zwischen Netzbetreibern, Fach- und Onlinehandelspartnern und bietet dabei innovative Lösungen, die eine effiziente und zukunftssichere Netzvermarktung ermöglichen. Immer mit Blick auf die Bedürfnisse und Ansprüche der Marktteilnehmer, aber auch über den Tellerrand hinaus.

## Fachhandel – persönlich betreut, digital gestärkt

Der stationäre Fachhandel ist eine der drei großen Tätigkeitsbereiche der TK-World und steht weiterhin im Mittelpunkt der Aktivitäten und Investitionen. „Mit zukunftsweisenden Omni- und Multichannel-Lösungen stärken wir unsere Fachhandelspartner im täglichen Geschäft“, erklärt Markus Krawietz, Leiter für Partnermanagement. So rückt das Netzwerk „anschlussberater“ auch in Zukunft weiter in den Fokus. Hierbei erhalten Fachhändler Zugang zu exklusiven Vorteilen wie modern gestalteten Webseiten mit lokaler Suchmaschinenoptimierung und direkter Online-Bestellmöglichkeit sowie exklusiven Endkundenaktionen. Tools wie „Meine KundenCloud“ oder „SmartOrder-Pro“ unterstützen die Kundenpflege und

ermöglichen eine einfache Auftragsgenerierung, die zum Erfolg der Fachhändler signifikant beiträgt. Die persönliche Betreuung kommt dabei nicht zu kurz – zahlreiche Vertriebsaktionen und Incentives unterstreichen den partnerschaftlichen Ansatz: Neben saisonalen PoS-Kampagnen sorgte vor allem das große Jahres-Incentive „Blue Berlin“ mit 1&1 in der Hauptstadt für Begeisterung.

## Digitale Lösungen mit persönlicher Handschrift

Digitalisierung bleibt das Herzstück der Unternehmensphilosophie. Für jeden Vermarkter und Provider stellt TK-World die passenden Tools für eine effiziente Vermarktung bereit. Bei speziellen Anforderungen werden individuelle Lösungen von den hauseigenen Entwicklerteams bereitgestellt. Ob Bestellstrecken für Bestandskunden oder Shops für Glasfaservorbestellungen in Ausgebieten: TK-World gestaltet die Zukunft des Telekommunikationsmarktes aktiv mit. Intelligente Schnittstellen sowie das OrderTeam vor Ort sorgen für eine sorgfältige Auftragsabwicklung. Von Kundenbetreuung bis Reklamation können alle BackOffice-Prozesse abgedeckt und die Wandlungsquote nachweislich erhöht werden – eine Win-win-Situation für Partner und Netzbetreiber.

## Zukunft Glasfaser – TK-World ist FiberHub

Als innovatives Telekommunikationsunternehmen treibt die TK-World AG das Thema Glasfaser seit vielen Jahren mit großem Engagement voran. In enger Zusammenarbeit mit führenden Netzbetreibern entstanden leistungsfähige Online-Bestell- und Vorbestellplattformen für Glasfaserprodukte, die Vermarktung und Kundenkommunikation deutlich vereinfachen. 2025 wächst das Glasfaserportfolio mit Eurofiber oder LEONET weiter – bei

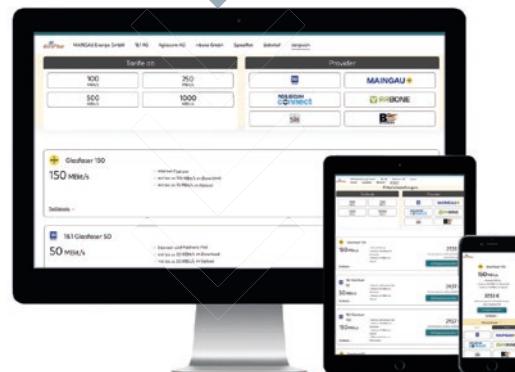
### Gelebte Wertschätzung

Für die besten 1&1 Vermarkter ging es im Sommer nach Berlin.

Neben Stadt- und Spreerundfahrt war der Besuch bei der legendären Blue Man Group das Highlight des Wochenendes



**Individualisierbarer White Label Shop** für die Netzvermarktung – mit integriertem Tarifvergleich für maximale Benutzer-freundlichkeit und effiziente Online-Vermarktung



Letzterem tritt TK-World, wie zuvor bei Deutsche Glasfaser, als erste Distribution auf. Der FiberHub Produktmanager, Torssten Gabel, betont: „Der Blick ist klar nach vorn gerichtet: Der ‚FiberHub‘ der TK-World soll künftig noch mehr Netzbetreibern – ob groß oder regional – eine effiziente Plattform für die Vermarktung ihrer Glasfaserprodukte bieten.“

### White Label Shop System: Next Level der digitalen Vermarktung

Das White Label Shop System bildet das Herzstück für die zukunftsweisende Online-Vermarktung ohne Cookie-Verluste und setzt neue Maßstäbe in der digitalen Netzvermarktung. Online-Vermarktern wird eine leistungsstarke Plattform für den Vertrieb von Telekommunikationsprodukten geboten – vollständig betreut und abgewickelt durch TK-World. Innerhalb kurzer Zeit entstehen anpassbare Onlineshops im Look & Feel führender Netzbetreiber, die sich nahtlos in bestehende Marketing- und Vertriebskanäle integrieren lassen. Dank intelligenter Schnittstellen werden Verfügbarkeitsprüfungen und zielgerichtete Produktempfehlungen in Echtzeit ermöglicht. Ein integrierter Tarifvergleich, Mehrsprachigkeit sowie individuelle Aktionen und Incentives optimieren das Kundenerlebnis deutlich. Ein besonderer Vorteil: Das System arbeitet komplett unabhängig von Cookies und Affiliate-Links – für volle Transparenz und maximale Effizienz.

### Neuer Raum für Innovation

Zukunft gestalten heißt bei der TK-World AG, Raum für nachhaltiges Wachstum zu schaffen – technologisch, strukturell und personell. Das Team, welches unter anderem aus 11 Azubis in verschiedenen Diszi-

plinen besteht, überzeugt mit mehrjähriger Erfahrung und Expertise sowie frischen Ideen und Ansätzen. Mit der Fertigstellung des neuen Gebäudeteils am Standort Paderborn hat TK-World ein sichtbares Zeichen für Innovation und Nachhaltigkeit gesetzt. Im Sommer wurden die neuen Räumlichkeiten im Rahmen des traditionellen Sommerfests mit Gästen aus Politik, Kultur und Wirtschaft feierlich eröffnet. Die zwei modernen Etagen bieten Raum für Schulungen, Veranstaltungen und kreatives Arbeiten – ebenso wie für das Joint-Venture ROBIOTIC. Nachhaltigkeit ist Teil der Unternehmenskultur: Die ökologische Holzrahmenbau-

# TK-World AG

### Das macht uns aus

Digitale Netzvermarktung aller führenden Netzbetreiber

Wertvolle Lösungen für den Fach- und Onlinehandel

FiberHub, um Innovation und Partner zu unterstützen

Intelligentes White Label Shop System

Smarte digitale Inhouse-Prozesse

Fachhändlernetzwerk „anschlussberater“

Persönlicher Service und individueller Vertriebssupport



### Alleinarbeit: Personen-Notsignal-Anlage „FREDDY“ rettet Leben

„FREDDY“ ist die hauseigene Entwicklung unserer „Schwester“ HK. DIGITAL und ist seit diesem Jahr erfolgreich im Markt und vermarktbare – jetzt bewerben!

weise und die autarke Stromversorgung durch Photovoltaikanlagen unterstreichen diesen Ansatz. Und die Reise geht weiter: 2026 feiert die TK-World AG ihr 25-jähriges Bestehen. Das Jubiläumsjahr soll mit einem Digital Day für Branchenpartner und weiteren Aktionen begangen werden. •

### KONTAKT

TK-World AG

Oberes Feld 6

33106 Paderborn

Tel.: +49 5251 693900

E-Mail: vertrieb@tk-world.de

[www.tk-world.de](http://www.tk-world.de)



# mobilezone



Feyzi Demirel  
CEO  
mobilezone GmbH



mobilezone Convention 25:  
Eröffnungsrede –  
Feyzi Demirel



Die erste mobilezone Convention – 20.11.2025 in Köln – Halle Tor 2 stand unter dem Motto Level Up, Zeit für Helden.

**A**uf der ersten mobilezone Convention 25 am 20. November 2025 in Köln kamen über 600 Entscheider aus Fachhandel, Subdistribution und Industrie zusammen – darunter alle relevanten Netzbetreiber wie Vodafone, Telekom, Telefónica, HIGH, ay yildiz, 1&1 und yourfone, sowie Hersteller wie Xiaomi, Samsung, ZTE, Emporia und der Zubehörspezialist PanzerGlass.

Im Interview erklärt Feyzi Demirel, CEO der mobilezone GmbH, was der Einstieg der freenet AG bedeutet, wie die Vision der „digitalen Distribution“ aussieht und von welchen Projekten der Fachhandel bereits heute profitiert. Außerdem gibt Feyzi Demirel Einblick in die Abendveranstaltung mit einer zum Teil emotionalen Award-Verleihung.

**„Die wahren Helden stehen jeden Tag im Shop“**

*Herr Demirel, Sie haben auf der ersten mobilezone Convention 25 sehr offen über Markt, Strategie und die Rolle des Handels gesprochen. Was war Ihre wichtigste Botschaft an die Partner?*

**Feyzi Demirel:** Vor allem wollte ich Danke sagen. Ohne unsere Händler, Subdistribution und Industriepartner gäbe es weder diese Convention noch unseren Erfolg. Der Markt ist anspruchsvoller geworden – Kunden agieren vorsichtiger, Austauschzyklen werden länger. Gleichzeitig entstehen neue Verkaufschancen rund um Internet für Zuhause, Smart Devices oder Streaming. Dafür müssen wir Angebote intelligenter bündeln und stärker auf Marge pro Bon achten. Die wahren Helden sind diejenigen, die täglich im Shop beraten – ihnen wollen wir den Rücken freihalten.

*mobilezone wird Teil der freenet AG. Viele Händler fragen sich: Was ändert sich für sie konkret?*

**Demirel:** freenet steht klar zur Distribution. Ansprechpartner, Prozesse und die gewohnte Stabilität bleiben. Gleichzeitig profitieren unsere Partner vom starken Marktverständnis und dem Netzwerk von freenet. Mit über 1 Mio. Geschäftsvorfällen pro Jahr sind wir wahrscheinlich die

stärkste Distribution der Branche. Durch die diversen Unternehmensschlüsse mussten wir noch einiges aufholen, aber wir entwickeln uns mit einer großen Dynamik und Geschwindigkeit weiter. Der Zusammenschluss mit der freenet AG wird uns zusätzlichen Rückenwind geben.

**Sie waren zuvor CSO für die Distribution und sind jetzt CEO der mobilezone GmbH. Was bedeutet dieser Schritt für den Handel?**

**Demirel:** Ich kenne die Herausforderungen des Handels aus dem Tagesgeschäft – von Peak-Zeiten über Lieferengpässe bis zu Retouren. Als CEO kann ich Entscheidungen noch konsequenter aus Händlerperspektive treffen. Am Ende zählt aber nicht der Titel, sondern dass wir liefern. Daran lasse ich mich messen.

**Ihr Convention-Motto lautete „Level Up – Zeit für Helden“. Was steckt dahinter?**

**Demirel:** „Level Up“ steht für den nächsten gemeinsamen Entwicklungsschritt. „Zeit für Helden“ meint die Menschen im Shop, die täglich beraten, verkaufen und Probleme lösen. Ihr Einsatz entscheidet über unseren Erfolg – deshalb machen wir ihn sichtbar.

## „Digitale Distribution ist unser Zielbild“

**Sie haben die „digitale Distribution“ als Vision beschrieben.**

**Was verstehen Sie konkret darunter?**

**Demirel:** Wir wollen, dass der Handel seinen Alltag digital, schnell und ohne Reibungsverluste abwickeln kann. Routinefragen sollen sich über automatisierte, intuitive Prozesse erledigen – unser Service unterstützt bei echten Sonderfällen. Zusammen mit einem starken Portfolio, von Hardware bis HIGH mobile als SIM-Only, entsteht echte digitale Distribution.

**Welche Rolle spielt Kasse 2.0 mit WOBIS?**

**Demirel:** Eine zentrale. Wir ersetzen Insellösungen durch ein einheitliches System, das Kasse und CRM verbindet, Kundendaten und Dokumente bündelt und Prozesse spürbar vereinfacht. Dazu

gehört ein integrierter Angebotskalkulator. Die webbasierte Lösung wird schrittweise bei allen Partnern ausgerollt.

### Wo steht das mobilezone Partnerportal?

**Demirel:** Schon heute bündelt es zentrale Inhalte wie Belege, Abrechnungen oder Vereinbarungen. Wir integrieren nun Schritt für Schritt die gesamte Dienstwirtschaft, damit perspektivisch die komplette Abrechnung im Portal läuft. Ziel ist, dass Händler schneller arbeiten und wertvolle Zeit sparen.

**mobilezone Convention 25: Workshop – Vodafone Connect**



## „Wir wollen ein vollständiges Angebotsspektrum bieten“

**Ein eher analoges Thema ist Ihr neues Shopmöbelkonzept. Was bieten Sie dem Fachhandel konkret?**

**Demirel:** Der Wunsch kam direkt aus dem Markt. Jetzt begleiten wir solche Projekte professionell. Vom Auftrag bis zum fertigen Shop vergehen meist nur sechs bis acht Wochen. Besonders attraktiv ist die exklusiv bei uns erhältliche Apple-Wall mit 60-Zoll-Digital Signage. Das ist zwar kein digitales Thema, aber ein wichtiger Baustein für ein vollständiges Angebot – von Distribution und Tools bis zur Flächeninszenierung.



## Programm & Workshops der Convention

**Was war Ihnen bei der Gestaltung des Programms wichtig?**

**Demirel:** Wir wollten eine klare Dramaturgie: Orientierung am Morgen, ►

## KONTAKT

**mobilezone GmbH**

Richmodstraße 10

50667 Köln

Tel.: +49 234 9571963950

E-Mail: presse@mobilezone.org

## FIRMENPORTRÄT



mobilezone Convention 25:  
Miriam Höller – Keynote Resilienz

Inspiration durch starke Keynotes und praxisnahe Inhalte am Nachmittag. Miriam Höller verkörperte Mut und Resilienz wie kaum jemand – Cristián Gálvez vermittelte die Idee der „Heldenreise“ als Mindset für Veränderung. Die Workshops setzten das Ganze in konkrete Alltagssituationen im Shop um.

### *Welche Workshops kamen besonders gut an?*

**Demirel:** Sehr stark nachgefragt war der Vodafone-Workshop rund um Vodafone Connect – inklusive Live-Demos von Portal, App, Web und Connect4You. Händler sahen direkt, wie Kampagnen gebucht,

Reichweiten aufgebaut und Online-Terminbuchungen umgesetzt werden.

Auch der Workshop zu HIGH mobile überzeugte: Tarifbaukasten, Kalkulation und Verkaufsszenarien wurden konkret am PoS durchgespielt. Viel positives Feedback gab es zudem für Inhalte zur Partnergewinnung, zu Aktivierungsportalen und zu PoS- sowie Social-Media-Material.

### **Awards am Abend**

#### *Welche Auszeichnungen lagen Ihnen besonders am Herzen?*

**Demirel:** Neben Kategorien wie z.B. Future of Sales, Outstanding Partnership, Service Excellence u.v.w. gab es zwei sehr persönliche Ehrungen. Wir haben Sascha Hancke gewürdiggt, der uns viele Jahre mit Klarheit, Tempo und Energie vorangebracht hat. Und wir haben unseren Gründer Wilke Stroman geehrt, der vor 25 Jahren den Mut hatte, ein „Warum sollte das nicht gehen?“ in ein Unternehmen mit Hunderten Mitarbeitenden zu verwandeln. Ihm für seinen Spirit und sein Vertrauen zu danken, war einer der emotionalsten und mir auch persönlich wichtigsten Momente.

### **Fazit**

#### *Was geben Sie Ihren Handelspartnern mit?*

**Demirel:** Der Markt wird nicht einfacher. Deshalb brauchen wir ein gemeinsames „Level Up“ – mehr Automatisierung, weniger Reibung, mehr Fokus auf Profitabilität. Wir arbeiten täglich daran, Prozesse zu vereinfachen und Lösungen auszubauen. Und wir lassen den Handel nicht allein: Die wahren Helden stehen im Shop – unsere Aufgabe ist es, sie zu unterstützen.



mobilezone  
Convention 25:  
Abendveranstaltung



mobilezone  
Convention 25:  
Wilke Stroman –  
Awardverleihung  
Lebenswerk

# FOKUS

## Hersteller

### Leserwahlen

Smartphone-Hersteller des Jahres

S. 60

TK-/UCC-Hersteller des Jahres

S. 70

### Wer liefert was?

Smartphones und Handys

S. 58

### Firmenporträts

Doro

S. 66

Gigaset

S. 68



# Smartphones satt

**Über die Distributoren sind praktisch alle Smartphones auf dem deutschen Markt für den Handel verfügbar.**

Ein Smartphone eines der großen Hersteller wie Samsung, Apple oder Xiaomi über die Distribution zu beziehen ist einfach. Denn bis auf wenige Ausnahmen haben alle Großhändler die Produkte dieser Hersteller im Portfolio.

Auch Google, Motorola und Nothing sind breit vertreten. An Präsenz haben dagegen über die Jahre Huawei und Sony eingebüßt. Bei den Chinesen liegt das an den Problemen mit dem US-Embargo, das die Smartphones auf dem deutschen Markt wenig attraktiv für die Endkunden macht. Sony ist dagegen mit schwachen Verkaufszahlen praktisch zum Nischenanbieter geworden – das war vor einigen Jahren noch anders.

## Diese Smartphone-Hersteller bieten die Distributoren an (Auswahl)

Name des Unternehmens	Aetka	Allnet	Also	Api	ASVG	Brodos	Eins Amobile	Eno Telecom	Electronic-Partner	Euronics	Expert	Faro	Herweck
Apple	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Asus	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	○	○	○
Beafon	●	○	○	○	●	●	○	●	●	●	●	●	●
Crosscall	●	○	●	○	○	●	○	○	○	●	○	●	●
Cyrus	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Doro	●	○	○	○	●	○	○	●	●	●	●	●	●
Emporia	●	○	○	○	●	●	○	●	●	●	●	●	●
Fairphone	●	○	●	○	●	●	●	○	●	●	●	●	●
Gigaset	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●
Google	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
HMD / Nokia	●	○	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●
Honor	○	○	○	●	●	●	●	○	●	○	○	●	●
Huawei	●	○	○	●	○	○	●	●	●	○	○	○	○
Motorola	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Nothing	●	○	●	○	●	●	●	○	●	●	●	●	●
OnePlus	○	○	○	●	●	○	●	●	●	●	○	○	●
Oppo	○	○	○	○	●	○	●	○	●	○	○	○	○
Realme	○	○	○	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●
Ruggear	○	○	○	○	○	●	○	●	●	●	●	●	●
Samsung	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Sony	●	○	○	○	●	○	○	●	●	○	○	●	●
TCL / Alcatel	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Vivo	○	○	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Xiaomi	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ZTE	○	○	●	○	●	●	○	●	●	●	●	●	●
<b>Sonstige</b>	T Phone, Sonim	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	Swisstone	AGM, Swiss- voice, Swiss- tone, Sonim

● = ja; ○ = nein; Quelle: Angaben der Distributoren, inkl. Subdistribution



Wer als Händler Geräte für spezielle Zielgruppen über die Distribution beziehen will, hat dagegen eine reiche Auswahl: Die drei Hersteller von Seniorenprodukten, Doro, Emporia und Beafon, sind traditionell bei vielen Großhändlern vertreten. Auch das nachhaltige Fairphone ist nach einem verhaltenen Start am Markt nicht nur bei den Netzbetreibern, sondern auch den Distributoren angekommen und so gut für den Fachhandel verfügbar.

Beim Blick auf das Portfolio der einzelnen Distributoren fällt auf, dass die TK-Spezialisten und Einkaufskooperationen am umfangreichsten aufgestellt sind, während die im IT-Bereich so starken Broadliner Also, TD Synnex und vor allem Ingram Micro nur eine kleinere Auswahl an Smartphone-Herstellern führen. Viele Anbieter und vor allem die Seniorenprodukte – bis auf Emporia – fehlen bei TD Synnex völlig. •



# Seriensieg: Sechser für Samsung

**Samsung konnte den Titel als bester Smartphone-Hersteller erneut vor Google verteidigen. Dahinter schaffte es Apple angesichts einer wiedererstarkten Xiaomi nicht mehr wie in den Vorjahren aufs Podest.**



**E**s ist eine fast schon unheimliche Siegesserie, die Samsung bei den Leserwahlen zum besten Handy-Hersteller des Jahres hinlegt: Dieses Jahr gelang der sechste Erfolg hintereinander. Der neue Verfolger Google, der im Vorjahr erstmals auf den zweiten Platz kam, konnte zwar etwas aufholen, doch

mit 0,21 Punkten ist der Abstand immer noch recht deutlich. Hinter dem Duo an der Spitze gab es einige Bewegung im Feld, denn Apple fiel erstmals vom Siegertreppchen auf Platz vier, während Xiaomi offenbar die Schwächen des Vorjahres ausräumen konnte und wieder den dritten Platz erreichte.

Foto: ink\_drop / Shutterstock

## Bestes Einsteiger-Smartphone



Samsung Galaxy  
A16



Xiaomi  
Redmi 14C



Motorola  
Moto G55



Samsung Galaxy  
A55



Google  
Pixel 8a



Xiaomi Redmi  
Note 13 Pro

## Bestes Mittelklasse-Smartphone

Platz 1  
30 %

Platz 2  
16 %

Platz 3  
14 %

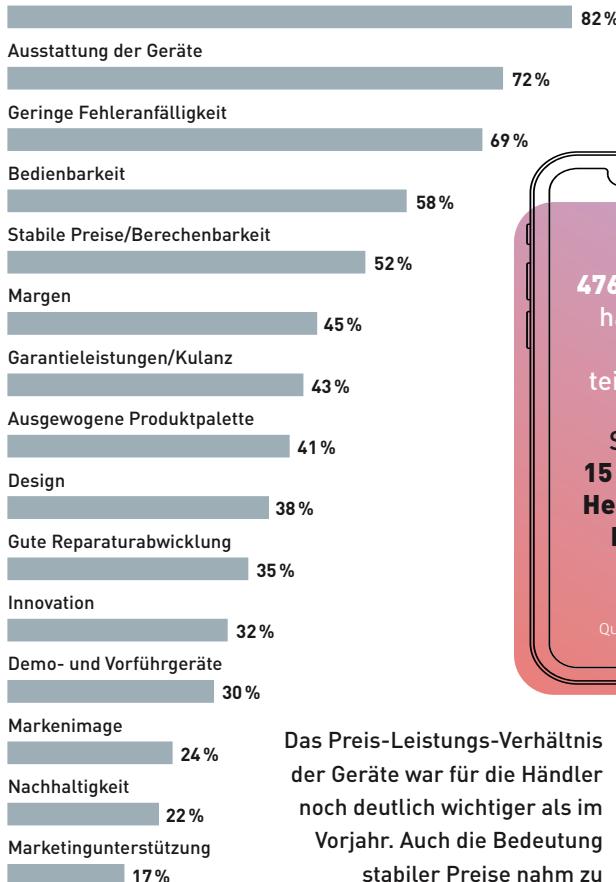
Platz 1  
31 %

Platz 2  
20 %

Platz 3  
13 %

## Die Prioritäten des Fachhandels

### Preis-Leistungs-Verhältnis



Das Preis-Leistungs-Verhältnis der Geräte war für die Händler noch deutlich wichtiger als im Vorjahr. Auch die Bedeutung stabiler Preise nahm zu

**476 Fachhändler**  
hatten an der  
Leserwahl  
teilgenommen.  
Sie konnten  
**15 Smartphone-  
Hersteller in 15  
Kategorien**  
bewerten.

Quelle: Telecom Handel

## Noch 15 Hersteller am Start

Die insgesamt 476 teilnehmenden Händler hatten dieses Jahr noch 15 Hersteller bewerten können, das dünnste Feld seit einigen Jahren. Gegenüber dem Vorjahr fiel nach der Pleite der Bullitt Group deren Marke Cat Phones aus der Bewertung; einen Newcomer, der bereits eine signifikante Marktbedeutung erzielt hätte, gab es wieder nicht. Wegen des Verkaufsverbots wurden Oppo, Vivo und OnePlus zum zweiten Mal nicht mehr be-

rücksichtigt. Die Zahl der Wertungen blieb mit 15 dieses Jahr unverändert. Wie gewohnt ergab sich die Gewichtung dieser Kategorien für die Berechnung der Gesamtnote aus den Antworten der Teilnehmer auf die Frage nach ihren Prioritäten bei der Beurteilung der Leistungen eines Herstellers.

Zur Wahl standen auch wieder die besten Smartphones in drei Preiskategorien und der Favorit bei den Tablets. Dabei räumten vor allem Samsung und Apple

## SMARTPHONE-HERSTELLER

ab: In der Einsteigerklasse wiederholten die Koreaner mit dem Galaxy A16 den Sieg des Vorgängers, genau wie in der Mittelklasse mit dem Galaxy A55.

Die Oberklasse ist traditionell in der Hand von Apple, diesmal etwas knapper als zuvor mit dem iPhone 16 vor dem Galaxy S24 von Samsung. Auch bei den Tablets liegt seit Jahren das iPad Pro vor Samsungs S-Klasse an der Spitze. Ganz so groß ist die Dominanz der Platzhirsche allerdings nicht: Auf den vier Siegerpodesten landeten auch jeweils zweimal Smartphones von Google und Xiaomi sowie einmal ein Modell von Motorola. Auffällig war, dass bei den Favoriten des Fachhandels fast keine Foldables genannt wurden.

Das galt auch für Galaxy-Z-Flip- und -Fold-Serien. Dafür hat Samsung andere Erfolgsgaranten: Kontinuität scheint das Motto bei der Leistung zu sein, die Note des Marktführers zeigte sich gegenüber dem Vorjahr nur minimal schlechter, die Leistungen waren durchgängig solide. Es gab sechs Siege in Einzelwertungen, zwei weniger als noch im Jahr 2024. Lediglich bei der Preispolitik mit dem vierten Platz und den Margen mit einem schwachen neunten Platz verpassten die Koreaner das Podium.

## Google setzt sich oben fest

Erst zum dritten Mal bei einer Leserwahl dabei war Google mit seinen Pixel-Smartphones. Der Web-Riese konnte den Erfolg mit dem zweiten Platz vom Vor- ►

## Die Smartphone- und Tablet-Favoriten des Fachhandels

### Bestes Oberklasse-Smartphone



Apple iPhone 16



Samsung Galaxy S24



Google Pixel 9

### Bestes Tablet



Apple iPad Pro

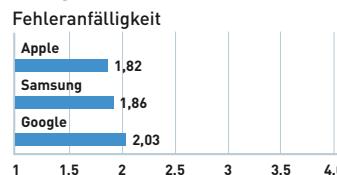


Samsung Galaxy Tab S10

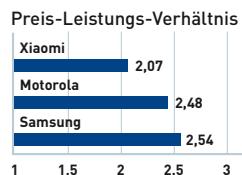


Apple iPad Air

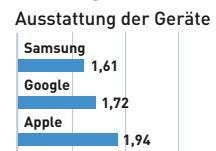
## Die jeweils drei besten Hersteller in den 15 Einzelkategorien



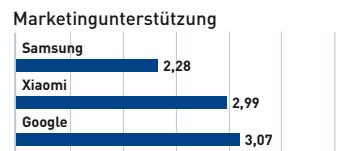
Bei der Qualität kann sich Apple seit Jahren an der Spitze behaupten



Mit dem zweiten Platz erzielte Motorola erstmals ein Top-Ergebnis



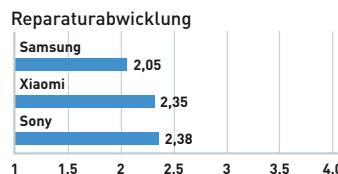
Die Pixel-Phones von Google überholten Apple



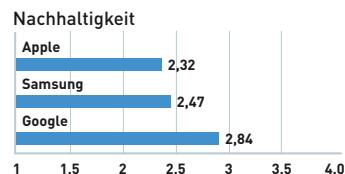
Bei der Marketingunterstützung setzte Samsung erneut den Maßstab



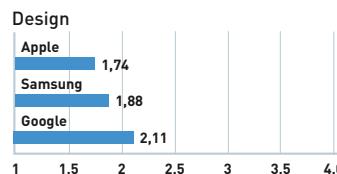
Trotz der zögerlichen AI-Einführung blieb Apple vorn



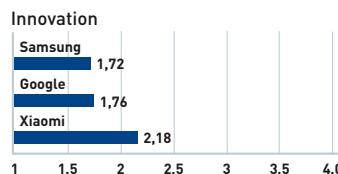
Mit dem dritten Platz konnte Sony hier sein einziges Podium erreichen



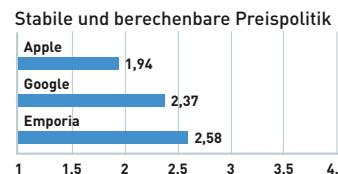
Die Bemühungen von Apple beim Umweltschutz wurden honoriert



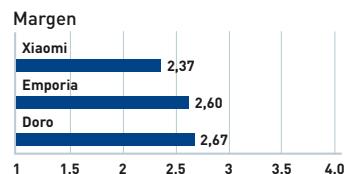
Auch der Look der 16er-iPhones kam am besten an



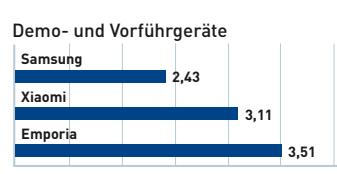
Zum ersten Mal verpasste Apple bei der Innovation das Siegerpodest



Bei der Preispolitik kamen Google und Emporia neu aufs Treppchen

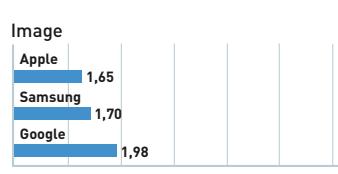


Bei den Margen waren die Spezialisten für Seniorengärtze vorne dabei

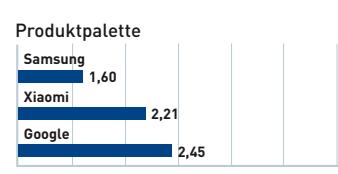


Außer bei Samsung fielen die Noten für Demogeräte bescheiden aus

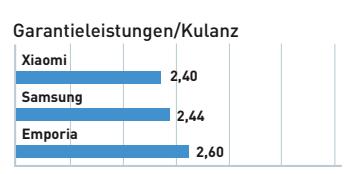
### Angaben in Schulnoten



Die großen Player lagen beim Image traditionsgemäß weit vorne



In der Breite erreichte keiner das Produktsortiment von Samsung



Xiaomi konnte bei den Garantieleistungen erstmals Samsung überholen

jahr wiederholen. Die Gesamtnote zeigte sich noch einmal leicht um 0,07 verbessert. Allerdings konnte wieder keine der Wertungen gewonnen werden. Dafür bewegten sich die Ergebnisse durchgängig im oberen Drittel, am schlechtesten war noch der fünfte Platz bei den Garantieleistungen und der Kulanz. Die Pixel-Smartphones waren bei vielen Händlern beliebt, was sich in den guten Noten niederschlug.

Auf dem dritten Platz gab es Bewegung, denn Xiaomi konnte Apple überholen. Der chinesische Hersteller, der im Vorjahr noch deutlich zurückgefallen war, hatte sich wieder erholt und seine Note um 0,16 Punkte verbessert. Die Zahl der gewonnenen Einzelwertungen stieg von zwei auf drei, da Xiaomi den ersten Platz bei den Garantieleistungen erobern

konnte. Was im Portfolio ein wenig fehlte, waren Smartphones mit Wiedererkennungswert, denn bei den Favoriten wurden die Smartphones des Herstellers vor allem in der Oberklasse immer seltener genannt.

Mit dem vierten Platz fiel Apple nach langer Zeit wieder aus den Top 3, die Note verschlechterte sich leicht um 0,08 Punkte im Vergleich zum Vorjahr. Das iPhone und das iPad waren zwar in der Oberklasse und bei den Tablets wie in den Vorjahren die beliebtesten Modelle, doch in einigen fachhandelsnahen Wertungen schnitt Apple erneut schlecht ab. Dabei gab es mit Siegen in sechs Kategorien einen mehr als im Vorjahr und damit so viele wie beim Gesamtsieger Samsung. Dagegen standen im stark polarisierten Ergebnis aber auch erneut

letzte Plätze bei den Margen und dem Preis-Leistungs-Verhältnis sowie erstmals bei den Garantieleistungen.

Mit 0,27 Punkten klaffte hinter dem Quartett an der Spitze eine noch größere Lücke als im Vorjahr. Angeführt wurde das breite Mittelfeld dieses Jahr nicht mehr von Sony, sondern von Motorola. Die Lenovo-Tochter hatte sich schon im Vorjahr stark verbessert gezeigt und konnte dieses Niveau halten. Ohne das mehrmonatige Verkaufsverbot in Deutschland wegen eines Patentstreits wäre das Ergebnis möglicherweise noch besser ausgefallen. Stark war vor allem der zweite Platz beim Preis-Leistungs-Verhältnis, den auch der dritte Platz bei den Einsteiger-Smartphones für das Moto G55 widerspiegelt. Ansonsten gab es durchgängig Platzierungen im Mittelfeld

und keine echten Schwächen wie noch vor wenigen Jahren.

Diese zeigte leider Sony, denn die Japaner wurden durch eine leichte Verschlechterung ihrer Note um 0,05 Punkte von Motorola überholt und kamen nur noch auf den sechsten Platz. Den einzigen Podestplatz gab es für die Reparaturabwicklung. Schlecht schnitt der Elektronikriese, bei dem die Smartphones im breiten Portfolio eher eine Nebenrolle spielen, beim Preis-Leistungs-Verhältnis mit einem drittletzten Platz ab. Auch bei den Favoriten wurden kaum Sony-Smartphones genannt.

Sein bisher bestes Leserwahlergebnis erzielte in diesem Jahr Emporia mit dem siebten Platz und einer Verbesserung der Note um 0,18 Punkte. Damit waren die Linzer auch wieder mit deutlichem Abstand bester der drei Spezialisten für die ältere Zielgruppe, vor Doro und Beafon. Bei den Margen konnte der zweite Platz erneut verteidigt werden, dazu schaffte es Emporia bei der Preispolitik, den Demogräten und den Garantieleistungen auf das Podium. An den traditionellen Schwächen der Spezialisten in diesem Segment, die vor allem in wenig innovativen und technisch bescheidenen Model-

len liegen, hatte der Hersteller gearbeitet, unter anderem mit dem ME.6, das jüngere Zielgruppen erschließen soll.

Wenig nach vorne ging es dagegen für Honor mit einer fast unveränderten Note, die am Ende den Rückfall von Platz sieben auf acht bedeutete. Lediglich das Preis-Leistungs-Verhältnis, die Ausstattung der Geräte und die Innovation wurden mit fünften Plätzen überdurchschnittlich bewertet, ansonsten gab es gerade in fachhandelsnahen Disziplinen eher bescheidene Resultate im Mittelfeld. Die technisch fortgeschrittenen guten Smartphones wären aber eine Basis für Schritte der ehemaligen Huawei-Tochter nach vorn.

### Doro und Beafon verbessern sich

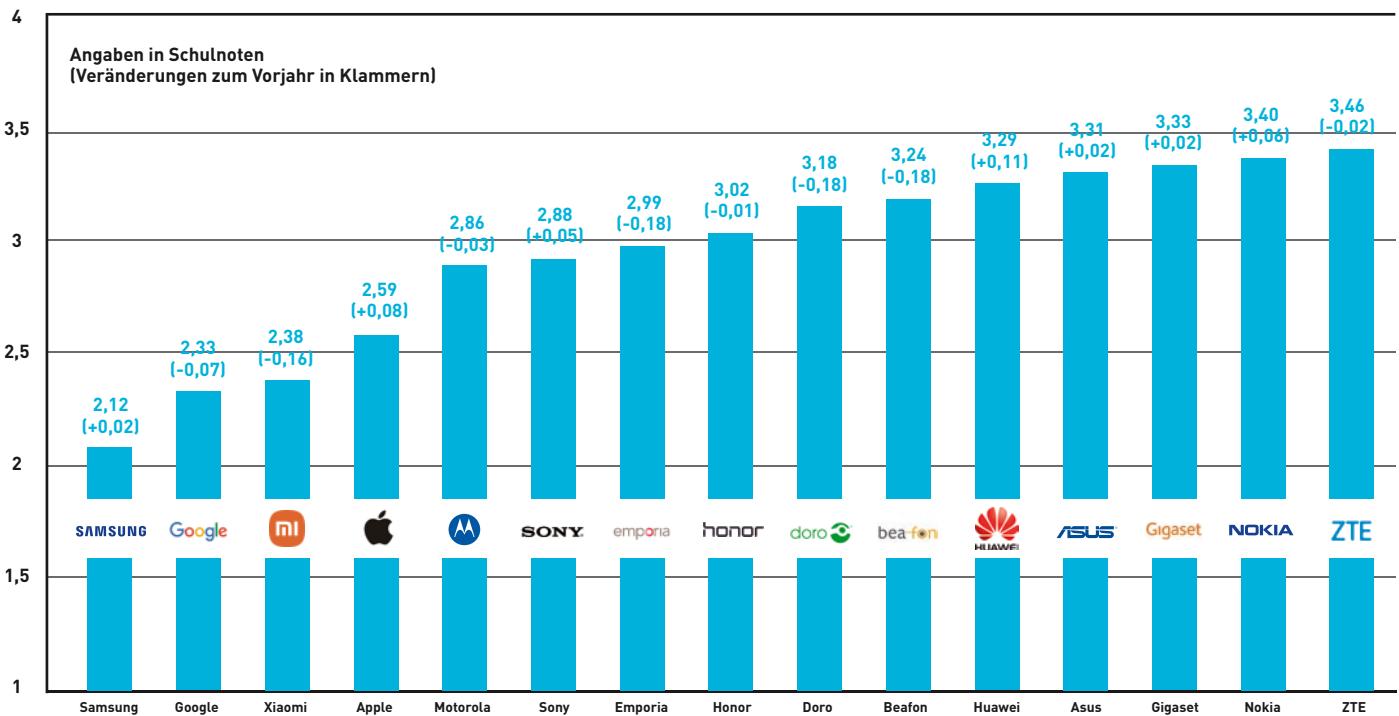
Dagegen ging es mit Doro und Beafon für zwei Spezialisten im Seniorensegment nach oben. Doro kletterte mit einer um 0,18 Punkte verbesserten Note vom 13. auf den neunten Platz, Beafon erreichte die zehnte Position – im Vorjahr war es noch Rang 15 gewesen.

Doro schaffte es mit einem dritten Platz bei den Margen zudem einmal auf ein Siegerpodium. Der schwedische

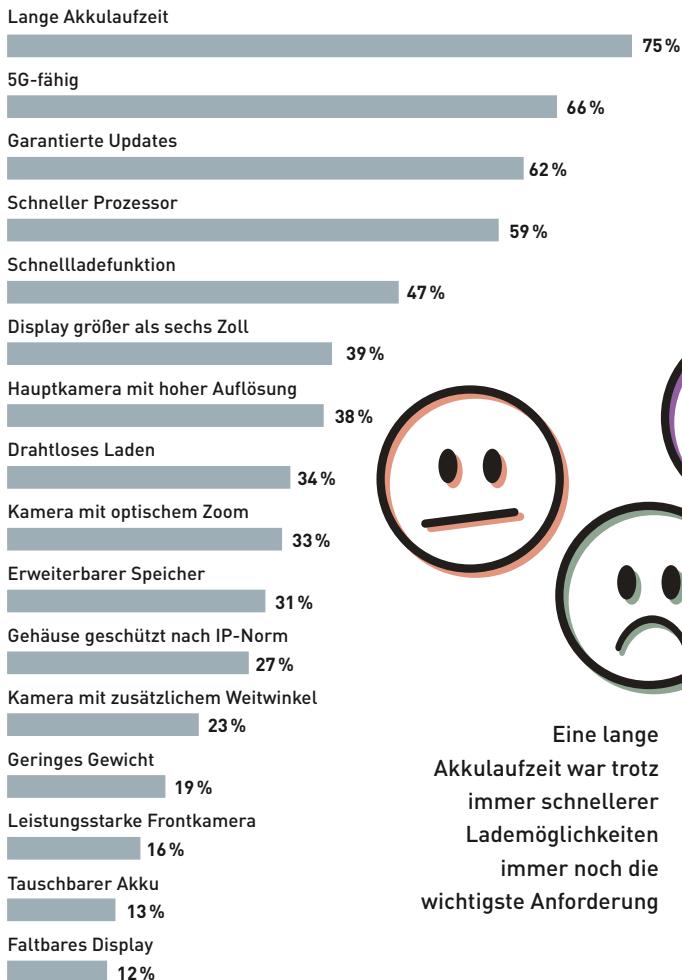


Gerade erst zum Director MX Sales bei Samsung ernannt, konnte Markus Hertz auf der Gala den Siegerpokal entgegennehmen

## Das Gesamtergebnis der Leserwahl 2025



## Die wichtigsten Features



Eine lange Akkulaufzeit war trotz immer schnellerer Lademöglichkeiten immer noch die wichtigste Anforderung

Hersteller hatte seine Stärken vor allem bei den fachhandelsnahen Wertungen, schwächelte aber bei den Produkten, unter anderem mit einem letzten Platz für das Design seines schmalen Smartphone-Portfolios. Bei Beafon kamen die Geräte insgesamt etwas besser weg, dafür war der Ruf im Fachhandel etwas schlechter.

Mit dem elften Platz schnitt Huawei so schlecht wie noch nie bei einer Leserwahl ab. Für den einstigen Sieger sind die Smartphones wegen des US-Embargos auf Google-Dienste und 5G-Chipsets jenseits einiger Fans der Marke nur noch schwer verkäuflich und werden entsprechend immer schlechter bewertet. Vor allem das einst recht gute und mühsam aufgebaute Image von Huawei ist in den Keller gerauscht, was wohl auch an der

weiter schwelenden politischen Debatte um den Netzwerkbereich liegen dürfte.

Ein stetiges Auf und Ab erlebte Asus im Mittelfeld bei den Leserwahlen. Der IT-Riese, bei dem die Smartphones hierzu lande eine Nebenrolle spielen, fiel dieses Jahr aus den Top Ten wieder zurück auf den zwölften Platz. Im Fachhandel sind die technisch nicht unattraktiven Geräte der Taiwanesen kaum präsent, entsprechend gab es einen letzten Platz bei der Versorgung mit Demogeräten.

Auch wenn die Zukunft der deutschen Traditionsmarke Gigaset unter dem Dach von VTech inzwischen gesichert ist, herrscht im Smartphone-Bereich noch immer Unklarheit, ob es mit diesen Produkten weitergeht. Entsprechend historisch schlecht war das Ergebnis der Leserwahl mit einem 13. Platz. Die seit geräumer Zeit nicht mehr aufgefrischte kleine Produktpalette wurde sogar nur mit einem letzten Platz bewertet. Dabei ist das Image der Marke noch immer ordentlich und auch das Potenzial in fachhandelsnahen Wertungen erkennbar.

## Abschied für Nokia-Smartphones

Ähnliches gilt für Nokia, wobei die traditionsreiche Marke wohl ihren vorerst letzten Auftritt bei einer Leserwahl gehabt haben dürfte. Denn die Mutter HMD hat sich entschieden, diese nicht mehr weiter für Smartphones zu nutzen und die Produkte mit einem jungen, nachhaltigen Image unter dem eigenen Logo zu vermarkten. Angesichts des vorletzten Platzes bei der Leserwahl könnte das der richtige Schritt sein, auch wenn die Botschaft noch bei den Händlern ankommen muss. Bei der Leserwahl gab es letzte Plätze für die Innovation und die Reparaturabwicklung, und auch die Produkte selbst scheinen wenig attraktiv zu sein.

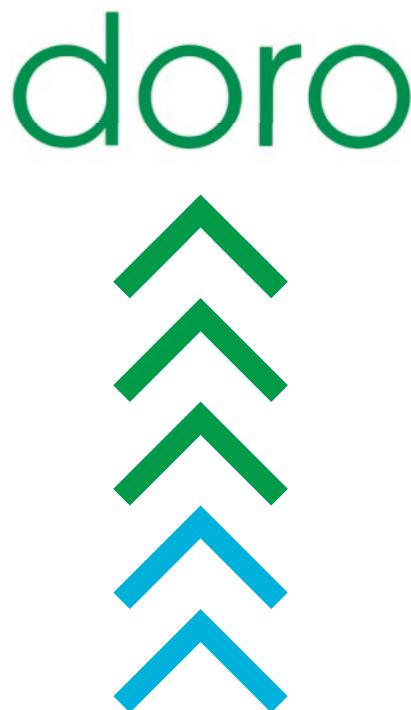
Dieses Problem hatte auch das Schlusslicht der beiden Vorjahre, ZTE. Dieses Jahr ging es für die Chinesen zwar ebenfalls nicht nach vorne, doch zumindest hielten sie mit einer minimalen Verbesserung der Note wieder den Anschluss ans Feld. Auch ihnen könnte die neue Markenstrategie mit der Marke Nubia Fortschritte bringen. ●

talk am Gleis 11

**PERSÖNLICH.  
MEINUNGS-  
STARK.  
AUF DEN  
PUNKT.**

*Auf  
YouTube  
und als  
Podcast*

Powered by: **Telecom Handel** und **Communicate!**



# Simplicity und Design, mit dem Plus an Sicherheit

Doro Produkte und Services sind designed für jedes Alter und alle Bedürfnisse.

2025 steht für Doro ganz im Zeichen von Weiterentwicklung und Innovation. Als europäischer Spezialist für einfach bedienbare Kommunikationslösungen hat das schwedische Unternehmen Doro sein Portfolio gezielt ausgebaut und sich noch stärker als Anbieter für alle Generationen positioniert. Im Mittelpunkt stehen dabei die Themen Sicherheit, Alltagstauglichkeit und digitale Teilhabe.

## Vom Spezialisten für Senioren-telefonie zum Anbieter für alle mit besonderen Bedürfnissen

Doro ist seit Jahrzehnten als Experte für seniorengerechte Technologien bekannt – von klassischen Mobiltelefonen bis zu modernen Smartphones. Doch die Anforderungen der Nutzer:innen verändern sich stetig. Doro reagiert darauf und entwickelt Lösungen, die für alle Menschen zugänglich, praktisch und sicher sind. Die neuen Produkte und Services sollen zeigen, dass leicht zugängliche Technik mit durchdachten Sicherheitsfunktionen eine Bereicherung für unterschiedlichste Lebenssituationen ist – ob für ältere Nutzer:innen, Menschen mit körperlichen Einschränkungen oder für jene, die eine unkomplizierte Handhabung bevorzugen.

## Die Aurora-Serie – Intuitive Lösungen mit dem Plus an Sicherheit

Ein besonderes Highlight des Jahres ist die Einführung der Aurora-Serie. Mit den Modellen Aurora A10, Aurora A20 und Aurora A30 setzt Doro neue Maßstäbe für

Smartphones und beweist, dass moderne Technik und einfache Bedienung kein Widerspruch sein müssen. Die Aurora-Serie wurde gezielt für Menschen entwickelt, die Wert auf Zuverlässigkeit, Übersichtlichkeit und Sicherheit legen – unabhängig von Alter oder technischer Erfahrung.

Die Geräte überzeugen durch eine besonders intuitive Benutzeroberfläche, kontrastreiche Displays und eine laute, klare Audioausgabe, die auch in lauter Umgebung oder bei Hörbeeinträchtigungen für Verständlichkeit sorgt. Der „Doro Secure“-Button ist ein zentrales Element: Im Notfall werden vordefinierte Kontakte per GPS-Ortung informiert, sodass schnelle Hilfe gewährleistet ist. Die Sprachsteuerung ermöglicht eine komfortable, freihändige Bedienung – ideal für Nutzer:innen, die sich maximale Flexibilität wünschen.

Auch in puncto Alltagstauglichkeit setzt die Aurora-Serie neue Standards: Die robuste Bauweise schützt vor Stößen und Stürzen, während die lange Akkulaufzeit für Verlässlichkeit im täglichen Gebrauch sorgt. Funktionen wie WhatsApp, eine hochwertige Kamera und ein übersichtliches Menü machen die Aurora-Modelle zu vielseitigen Begleitern, die sowohl für Einsteiger als auch für erfahrene Nutzer:innen geeignet sind. Damit fördert Doro die digitale Teilhabe und sorgt dafür, dass Kommunikation einfach, sicher und für alle zugänglich bleibt.

**Der Blick nach vorn:  
Innovation und Verlässlichkeit**  
2025 markiert für Doro einen weiteren



Mit jedem neuen Produkt stärkt Doro die soziale Teilhabe und Sicherheit für alle Generationen.



Michael Rabenstein,  
Managing Director  
Doro DACH

## Die Aurora-Serie – Intuitive Lösungen mit dem Plus an Sicherheit

Ein besonderes Highlight des Jahres ist die Einführung der Aurora-Serie. Mit den Modellen Aurora A10, Aurora A20 und Aurora A30 setzt Doro neue Maßstäbe für



Schritt in Richtung Zukunft, die Philosophie bleibt unverändert: Technik soll den Alltag erleichtern und für alle zugänglich sein. Die Sicherheit und der Komfort der Nutzer:innen stehen dabei immer im Mittelpunkt.

2025 wird Doro weitere Services und Produkte auf den Markt bringen, die den Alltag noch leichter und sicherer machen. Das Unternehmen setzt dabei auf eine Kombination aus durchdachter Funktionalität und technischer Zuverlässigkeit. „Wir haben viel vor“, lautet der Ausblick

in die Zukunft, in der Doro weiterhin mit benutzerorientierten Innovationen überzeugen will.

Auch nach über 50 Jahren beweist Doro, dass Technologie nicht nur modern, sondern auch alltagstauglich und sicher sein kann. Mit einem klaren Fokus auf praktische Lösungen bleibt das Unternehmen ein verlässlicher europäischer Partner für Menschen mit besonderen Bedürfnissen – und zeigt, dass Technologie für alle zugänglich sein sollte. •



## Über uns

Doro steht für innovative Telekommunikation, die Menschen verbindet und unterstützt. Das Unternehmen entwickelt Produkte und Services, die auf die Bedürfnisse aller Generationen zugeschnitten sind – mit dem Ziel, soziale Teilhabe und Sicherheit zu fördern. Die intuitive Bedienbarkeit und die zuverlässige Funktionalität machen Doro zu einem vertrauensvollen Partner für Nutzer:innen in ganz Europa.

## Sales

Das Vertriebsteam von Doro Deutschland sagt Danke für das engagierte Miteinander und die ständige Bereitschaft, etwas als Partner bewegen zu wollen. Lassen Sie uns weiter gemeinsam den Markt der Zukunft mit wegweisenden Ideen und innovativen Telekommunikationsleistungen prägen. Wir freuen uns auf das kommende Jahr und auf eine weitere erfolgreiche Zusammenarbeit.

## KONTAKT

Doro Deutschland GmbH  
Im Frauental 14  
92224 Amberg

# Gigaset Technologies GmbH – Europas Nr. 1 in DECT-Kommunikation

85 Jahre Bocholt – 85 Jahre Kommunikation „Made in Germany“



**Produkte:**  
Gigaset SL 850  
PRO, Gigaset  
GS6 PRO,  
Gigaset P850W

**Alles aus  
einer Hand:**  
Firmenzentrale  
in Bocholt

Vor 85 Jahren wurde in Bocholt das erste Telefon gefertigt – und damit der Grundstein für ein Unternehmen gelegt, das bis heute am Standort produziert. Gigaset ist der einzige Hersteller, der seine Schnurlosetelefone und weitere Kommunikationslösungen im eigenen Werk in Deutschland fertigt.

Diese Herkunft ist mehr als ein Standortfaktor – sie prägt die Unternehmenskultur, sorgt für kurze Wege, hohe Servicequalität und eine tiefe Verbundenheit mit Partnern und Kunden. Gigaset steht seit Jahrzehnten für Verlässlichkeit, Fertigungskompetenz und Wertbeständigkeit – Eigenschaften, die den Erfolg der Marke geprägt haben und weiterhin prägen werden.

Auch im Jubiläumsjahr 2026 blickt Gigaset konsequent nach vorn: mit der Weiterentwicklung des Smartphone-Portfolios, der Einführung von Crew PTT, einem neuen Headset-Portfolio sowie langlebigen, nachhaltigen Lösungen aus deutscher Produktion. Die Bocholter Fertigung bleibt damit auch in Zukunft eines der wichtigsten Fundamente des Unternehmens.

## Desk & DECT aus einer Hand – maximale Flexibilität für Reseller

Mit der erfolgreichen Erweiterung des Portfolios um die Gigaset Desk Phones positioniert sich Gigaset als Komplettanbieter für professionelle Business-Kommunikation.

Am Standort Bocholt (NRW) entwickelt und fertigt Gigaset Kommunikationslösungen, die technologische Exzellenz, Nachhaltigkeit und deutsche Ingenieurskompetenz vereinen. Die DECT-IP-Systeme der N-Serie stehen für sichere, skalierbare Kommunikation mit nahtloser Integration in Microsoft Teams und AML-Lösungen.

„Mit der Erweiterung unseres Portfolios schließen wir die letzte Lücke zwischen mobiler und stationärer Kommunikation“, betont Ralf Lueb, Senior Vice President Global Sales & Marketing bei Gigaset Technologies. „Unsere Partner profitieren von einem durchgängigen Produktkonzept, das DECT und Desk aus einer Hand vereint – sicher, flexibel und wirtschaftlich.“



# Gigaset

Als europäisches Unternehmen garantiert Gigaset Datenschutz nach EU-Standards, direkten Support aus Deutschland sowie Partneraktionen inklusive Schulungen, Strategieworkshops, Projektkonditionen und Marketingunterstützung.

## Gigaset Crew PTT – Effiziente Teamkommunikation

Mit Gigaset Crew PTT erweitert das Unternehmen im kommenden Jahr sein Portfolio um eine praxisorientierte Lösung für direkte Gruppenkommunikation. Die Push-to-Talk-Technologie ermöglicht spontane Abstimmung in Teams – ideal für Bereiche wie Einzelhandel, Logistik, Gastronomie und Facility Management.

### Vorteile auf einen Blick:

- Permanente Gruppenverbindung für schnellen Informationsaustausch
- Direkte Rufnummernzuweisung für spontane Einzelgespräche
- Kompatibel mit N670 IP PRO, N770 IP PRO und N870 IP PRO

2026 ergänzt Gigaset die Lösung um ein eigenes Headset-Portfolio, das gezielt auf die Anforderungen von PTT-Anwendungen und DECT-Umgebungen ausgelegt ist. Damit entsteht ein ganzheitliches Ökosystem für effiziente Teamkommunikation – leicht integrierbar, robust und zuverlässig.

## Smartphones „Made in Germany“ – GS6, GS6 PRO & Enterprise Edition

Mit den neuen Smartphones GS6, GS6 PRO und der Enterprise Edition stärkt Gigaset seine Position als einziger europäischer Hersteller mit eigener Smartphone-Produktion.

Am Standort Bocholt gefertigte Geräte bieten klare Vorteile: kurze Wege, planbare Lieferzeiten, Reparierbarkeit bis auf Komponentenebene und höchste Qualitätsstandards.

- **GS6** – attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis
- **GS6 PRO** – leistungsstärkeres Consumer-Modell mit mehr Speicher und Akku



**Gigaset bietet als Vollsortimenter** alles aus einer Hand, Produktion „Made in Germany“ – fest verankert in der Gigaset DNA

- **Enterprise Edition** – speziell für Unternehmen, mit langfristigen Sicherheits-updates, stabilem Firmware-Management und optionaler Logo-Gravur

Gerade in Zeiten globaler Unsicherheiten erweist sich die Produktion in Deutschland als strategischer Vorteil für Partner und Endkunden.

## Partnerincentive 2026 – Magic Marrakesch

Als Dankeschön für herausragende Partnerleistungen lädt Gigaset Professional vom 23. bis 26. April 2026 zu einer exklusiven Reise nach Marrakesch ein. Unter dem Motto „Magic Marrakesch – Erlebe 1001 Nacht mit Gigaset Professional“ erwarten die Teilnehmenden ein einzigartiges Erlebnis voller Kultur, Emotion und Gemeinschaft. „Mit Magic Marrakesch möchten wir unseren Partnern Danke sagen – für Vertrauen, Engagement und die gemeinsame Erfolgsgeschichte“, so Christian Lippert, Senior International B2B Marketing Manager.

„Diese Reise steht sinnbildlich für partnerschaftliches Wachstum und unsere Begeisterung für starke Lösungen.“ •



Scannen Sie den QR Code um sich für das INCENTIVE zu registrieren.



## KONTAKT

Gigaset Technologies GmbH  
Frankenstraße 2  
46395 Bocholt  
[gigaset.com/pro](http://gigaset.com/pro)  
[de.pro@gigaset.com](mailto:de.pro@gigaset.com)

Die Gewinner der achten Leserwahl zum besten TK- und UCC-Anbieter: Im SOHO-Bereich konnte Agfeo die Spitze zurückerobern, während im Segment Mittelstand/Enterprise Starface triumphierte.

# Applaus für die Besten

Die Telekommunikationsbranche erlebt turbulente Zeiten: Fusionen prägen das Geschehen, etablierte Anbieter ringen mit wirtschaftlichen Herausforderungen, während neue Player mit aggressiven Strategien in den Markt drängen. In diesem dynamischen Umfeld lieferte die Leserwahl von Telecom Handel ein aussagekräftiges Stimmungsbild darüber, wie Fachhändler

und Systemhäuser die TK-/UCC-Hersteller tatsächlich bewerten.

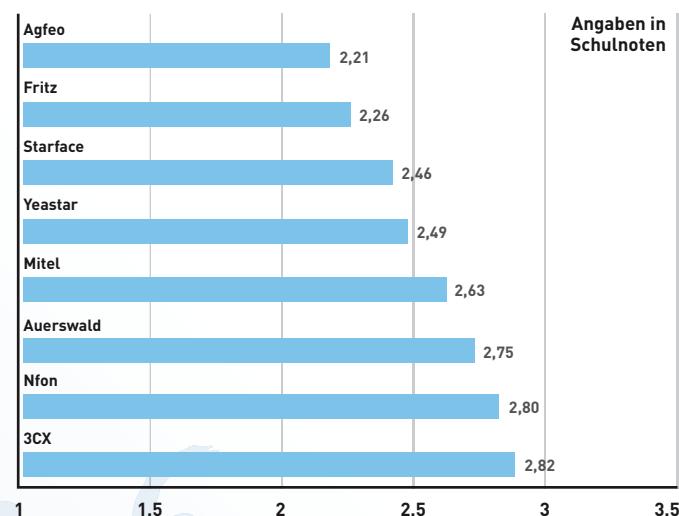
Rund 850 Teilnehmer hatten in diesem Jahr die Anbieter in 16 Kategorien bewertet – von Produktqualität über Support bis zur Partnertreue. Wie in den Vorjahren wurden die Gewinner in zwei Segmenten gekürt: SOHO mit bis zu zehn Nutzern sowie Mittelstand/Enterprise ab elf Anwendern. Im SOHO-Bereich erhielten acht Hersteller genügend Stimmen für eine qualifizierte Bewertung, im Enterprise-Segment waren es 13 Unternehmen.

Plattformanbieter wie Microsoft, Cisco und RingCentral werden zukünftig nicht mehr in der Hauptwertung geführt, sondern in einer separaten Sonderwertung. Auch Carrier wie Plusnet oder Peoplefone werden entsprechend berücksichtigt. Ihre Modelle unterscheiden sich zum Teil deutlich von klassischen TK-/UCC-Herstellern und eine getrennte Auswertung ermöglicht einen faireren Vergleich. Telecom Handel wird dabei regelmäßig prüfen, welche Anbieter in welche Kategorie fallen.

## Agfeo gewinnt im SOHO-Segment

Nach dem zweiten Platz im Vorjahr stand Agfeo in diesem Jahr wieder ganz oben auf dem Siegertreppchen im SOHO-Segment. Der Vorsprung auf Fritz war mit 0,05 Notenpunkten (Gesamtnote 2,21) al-

### Gesamtergebnis SOHO



Platzwechsel: Agfeo holte sich den ersten Platz zurück.

Vorjahressieger Fritz (ehemals AVM) erreichte Rang zwei



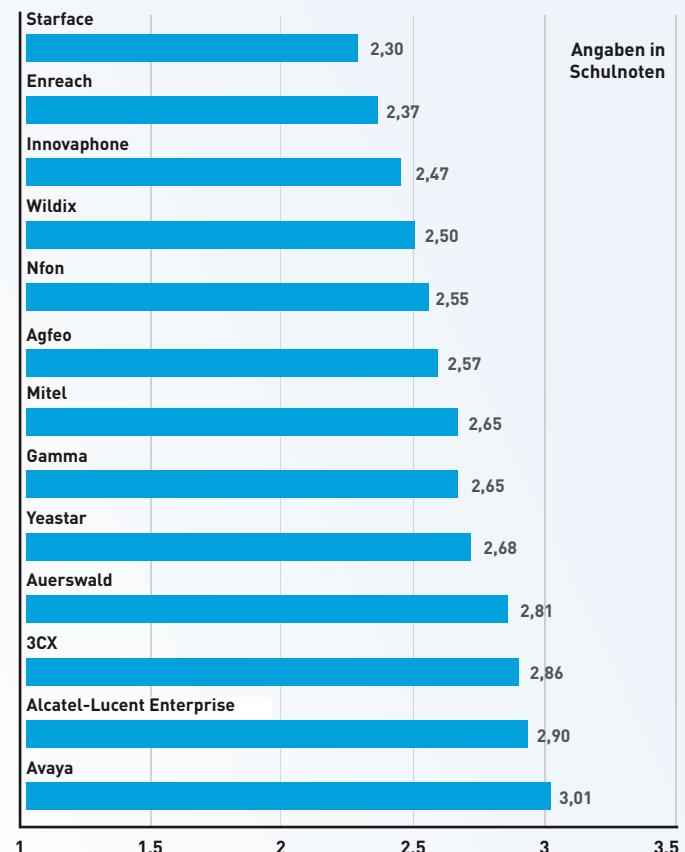
lerdings nur gering. Die Stärke der Bielefelder zeigte sich in den Einzelkategorien: Sieben von 16 Disziplinen gingen an Agfeo, darunter zentrale Bereiche wie Support, Partnertreue und Funktionsvielfalt – allesamt Kategorien, die Agfeo bereits im Vorjahr für sich hatte entscheiden können. Auch bei Partnerprogramm, Projektunterstützung, Prozessen und Schulungen (gemeinsam mit Fritz) lag der Hersteller vorne. „Kurze Wege zum Vertrieb, zum Support und zur Entwicklung“, schrieb ein Fachhändler. Die Produktpalette überzeugte offenbar: „Alles aus einer Hand, von der IP-Anlage zur Hybrid-Anlage, Cloud-Anlage, Systemtelefone DECT“, fasste ein Reseller zusammen. ►

Kritischer sehen Partner das Preis-



Rund **850**  
Leser von  
Telecom Handel  
hatten in diesem Jahr  
an der Wahl zum  
besten TK- und UCC-  
Hersteller  
teilgenommen

## Gesamtergebnis Mittelstand/Enterprise



Starface wurde von den Vertriebspartnern auf Platz eins im Segment Mittelstand/Enterprise gewählt



### Die Gewinner dieses Jahres



Thomas Weiß, CTO bei Starface, freute sich über den Award im Segment „Mittelstand/Enterprise“

Max Bölke und Michael Born (Agfeo) mit dem Award für den Sieg im Segment „SOHO“



hatte entscheiden können. Partner schätzen die starke Marketingunterstützung: „Starface hat auch das beste Marketing und bietet dadurch viel mehr Möglichkeiten, dem Kunden das Produkt schmackhaft zu machen“, so ein Systemhaus. Die Flexibilität der Lösungen – ob On-Premises, virtualisiert oder in der Cloud – wird ebenfalls positiv gesehen.

Yeastar hielt mit der Note 2,49 die vierte Position, die der Hersteller bereits im Vorjahr erreicht hatte, und festigte damit seine Stellung im oberen Mittelfeld. Der chinesische Anbieter konnte zwei Kategoriesiege verbuchen: Beim Preis-Leistungs-Verhältnis und bei den stabilen Preisen erreichte Yeastar jeweils Platz eins. Den Sieg beim Preis-Leistungs-Verhältnis teilte sich Yeastar wie schon in den Vorjahren mit Fritz – eine bewährte Konstante. „Produktvielfalt in der Cloud mit der Leistung von On-Premises-Systemen“, kommentierte ein Händler die weiteren Stärken. Besonders geschätzt wird, dass Yeastar auch kleinere Systeme im Portfolio hat: „Es werden auch Systeme angeboten, die andere Anbieter aus dem Sortiment werfen“, hob ein Partner hervor. Die Kombination aus attraktiven Preisen und solider Technik macht den Hersteller für viele Fachhändler zur interessanten Alternative.

### Platzierungen im Mittelfeld

Mitel verbesserte sich auf Platz fünf. Positiv wird von den Fachhändlern die breite Produktpalette des mit Unify vereinten Unternehmens gesehen. Auerswald landete im hinteren Mittelfeld. Im Juli 2025 musste der Hersteller einen Antrag auf Insolvenz in Eigenverwaltung stellen – eine Entwicklung, die bei vielen Partnern für Unsicherheit gesorgt hat.

Nfon rangiert wie bereits im Vorjahr im hinteren Feld. Zuletzt gab es einige personelle Veränderungen, und auch die Verschmelzung mit der Deutschen Telefon Standard und die Übernahme des KI-Spezialisten Botario banden Ressourcen. Bei

**16**  
Einzelkategorien konnten die Teilnehmer bei den TK- und UCC-Herstellern bewerten

den Demo-/Vorführgeräten holte Nfon den Kategoriesieg. Partner lobten zudem die „klasse KI-Strategie“ des Unternehmens. Und 3CX rutschte im SOHO-Segment auf Platz acht ab.

## Mittelstand: Starface ist wieder an der Spitze

Nach zwei Jahren auf dem zweiten Platz stand Starface wieder ganz oben im Mittelstands- und Enterprise-Segment. Mit der Gesamtnote 2,30 setzte sich der Karlsruher Hersteller knapp vor dem Vorjahressieger Enreach durch. Innovaphone komplettierte das Podium.

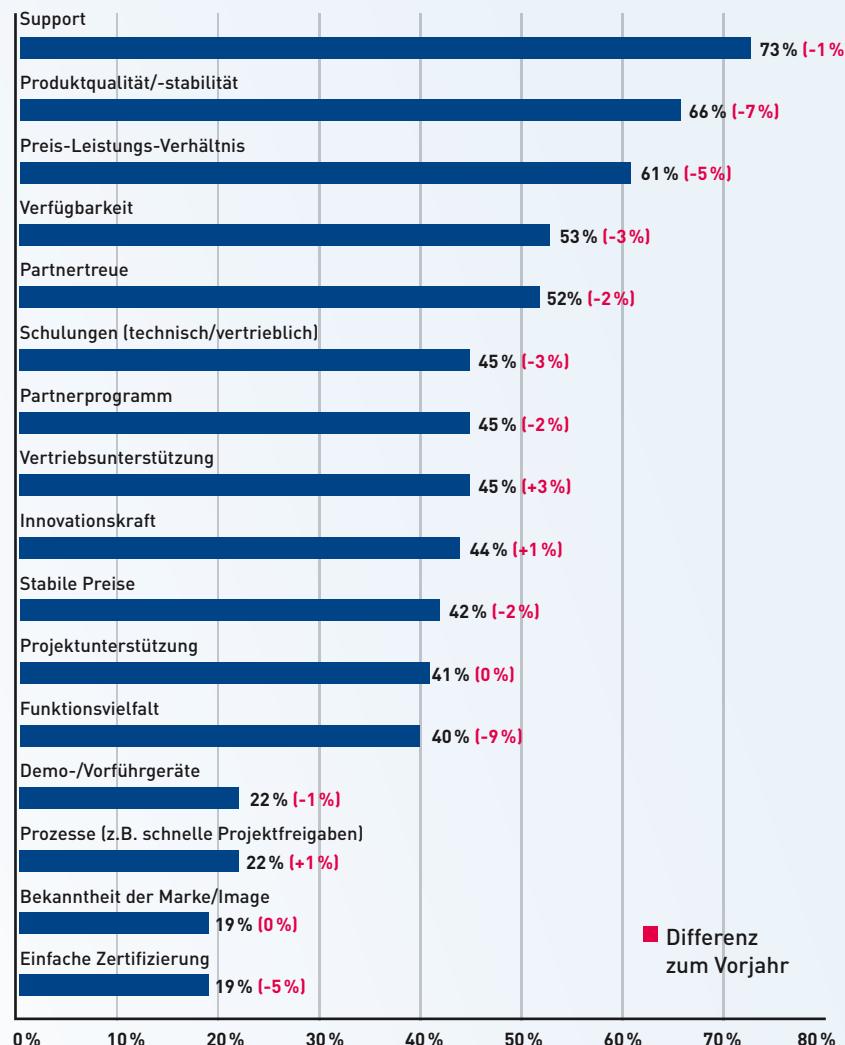
Fünf von 16 Disziplinen gingen an Starface – mehr als bei jedem anderen Anbieter. Bei der Verfügbarkeit holte der Hersteller den mit Abstand besten Wert. Weitere Kategoriesiege verbuchte Starface bei der Bekanntheit der Marke, der einfachen Zertifizierung, beim Partnerprogramm, bei der Funktionsvielfalt und bei den Schulungen. Viele dieser Spitzenpositionen hatte Starface bereits in den Vorjahren verteidigen können. „Starface investiert kontinuierlich in die Partnerqualifizierung, und die Schulungen sind praxisnah“, so ein Fachhändler.

Das Jahr 2025 brachte für Starface grundlegende Veränderungen: Im Februar wurde die Übernahme durch die britische Gamma Communications abgeschlossen, jedoch: „Die persönliche Betreuung ist geblieben, trotz neuer Eigentümer“, berichtete ein Partner.

## Enreach holt drei Kategoriesiege

Enreach musste nach dem Triumph im Vorjahr die Spitzenposition räumen und belegte mit der Note 2,37 den zweiten Platz. Die Stärken zeigten sich in drei Kategoriesiegen: Bei der Innovationskraft, der Projektunterstützung und der Vertriebsunterstützung erreichte der Hersteller Rang eins. „Die Vertriebsunterstützung ist erstklassig, von Vorlagen bis zu Kampagnen“, lobte ein Partner. Auch in puncto Verfügbarkeit lag Enreach im Spitzenfeld, nur knapp hinter Starface. Nach Jahren der Konsolidierung scheint die Integration weitgehend abgeschlossen. „Die Prozesse laufen wieder rund, man merkt die Stabilität“, so ein Partner.

## Worauf legen die Händler Wert?



Top-Thema war auch in diesem Jahr der Support der TK-/UCC-Hersteller

Innovaphone erreichte mit der Note 2,47 den dritten Platz – im Vorjahr hatte das Votum der Leser nur für Rang vier gereicht. Der Anbieter konnte zwei Kategoriesiege verbuchen: bei den Prozessen (schnelle Projektfreigaben) und bei den stabilen Preisen – beides Kategorien, in denen Innovaphone traditionell stark ist. „Kurze Entscheidungswege, keine bösen Überraschungen bei den Kosten“, brachte ein Partner die Stärken auf den Punkt. Die mittelständische Struktur wird als Vorteil wahrgenommen: „Man hat direkten Draht zur Entwicklung.“

Wildix etablierte sich mit der Note 2,50 auf dem vierten Platz. Bei der

## Neue Segmente

Künftig wird die Leserwahl stärker nach Marktsegmenten und Anbietergruppen strukturiert. Neben den bisherigen Kategorien SOHO und Mittelstand/Enterprise werden Plattformanbieter wie Microsoft, Cisco oder Zoom sowie Carrier und SIP-Trunk-Anbieter wie Peoplefone oder Ecotel separat bewertet. Dadurch werden die Marktsegmente transparenter abgebildet und die Ergebnisse besser miteinander vergleichbar.

Funktionsvielfalt holte Wildix den mit Abstand besten Wert aller Anbieter – deutlich vor dem Zweitplatzierten Starface. Die umfangreiche Feature-Palette mit KI-Integration in der Plattform WMS 7, dem Sales-Intelligence-Tool x-bees und der WebRTC-Technologie überzeugte Partner. „Das Schweizer Taschenmesser der Kommunikation“, beschrieb ein Systemhaus das Portfolio.

Nfon kam mit der Note 2,55 auf den fünften Platz und schaffte bei Demo- und Vorführgeräten den Kategoriesieg, wie schon im SOHO-Segment. Agfeo landete mit 2,57 auf dem sechsten Platz und konnte seine starke Position aus dem SOHO-Bereich damit nicht vollständig ins Mittelstandsegment übertragen. Dennoch konnte Agfeo zwei wichtige Kategoriesiege verbuchen: Bei der Partnertreue holte der Familienbetrieb den besten Wert, und auch beim Support liegt Agfeo vorne – beides Kategorien, in denen der Hersteller traditionell seine Stärken ausspielt. „Agfeo steht zu seinen Partnern, auch in schwierigen Zeiten“, lobte ein Fachhändler.

Mitel belegte mit 2,65 den siebten Platz – punktgleich mit Gamma (Flex). Im Vorjahr hatte Mitel gemeinsam mit Unify noch auf Platz fünf gelegen und im Jahr 2023 sogar die Leserwahl gewonnen. Dennoch holte das vereinte Unternehmen bei der Produktqualität und Stabilität mit 2,20 den Kategoriesieg – die jahrzehntelange Enterprise-Erfahrung beider Hersteller zahlt sich hier aus. „Die Systeme laufen stabil, wenn sie erst einmal installiert sind“, so ein Partner.

Gamma fiel mit 2,65 vom sechsten Platz im Vorjahr auf den siebten Rang – punktgleich mit Mitel. Partner schätzen

zwar die Anbindung an den etablierten europäischen Carrier, sehen aber auch Schwächen. Die Übernahme der Starface-Gruppe durch die britische Gamma Communications Anfang 2025 könnte Ressourcen gebunden haben.

Yeastar belegte mit 2,68 den neunten Platz und hält damit in etwa die Position vom Vorjahr. Der chinesische Anbieter überzeugte – wie bereits im SOHO-Segment – vor allem mit einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis. „Produktvielfalt, Cloud, aber Leistung von On-Premises“, fasste ein Händler die Stärken zusammen. Partner schätzen ebenso, dass Yeastar auch kleinere Systeme im Portfolio hat: „Es werden Systeme angeboten, die andere Anbieter aus dem Sortiment werfen.“

## Auerswald kämpft ums Überleben

Auerswald lag mit 2,81 auf dem zehnten Platz – im Vorjahr belegte der Cremplinger Hersteller ebenfalls Platz zehn, die Note hat sich allerdings verschlechtert. Rückläufige Bestellungen und verschobene Projekte hatten das 1973 gegründete Traditionsunternehmen in eine schwierige Lage gebracht und – wie bereits angesprochen – im Sommer dieses Jahres zum Antrag auf Insolvenz in Eigenverwaltung geführt, was die Partnerbewertungen belastet. Auf der anderen Seite loben Partner die technischen Stärken: „Innovation, verständliche Technik, sehr guter Support.“ Die Geschäftsführung arbeitet an einem Sanierungskonzept und betont, dass der Geschäftsbetrieb weiterlaufe.

3CX verschlechterte sich leicht auf Rang elf mit 2,86. Dennoch holte der zypriotische Hersteller beim Preis-Leistungs-Verhältnis den Kategoriesieg vor dem Zweitplatzierten Yeastar. Wie im Vorjahr belegte Alcatel-Lucent Enterprise Platz zwölf. Partner wünschen sich mehr Sichtbarkeit und Innovation. Und Avaya bildete mit 3,01 das Schlusslicht. „Wie es mit Avaya weitergeht, weiß derzeit niemand“, schrieb ein frustrierter Partner. Nach zwei knapp abgewendeten Insolvenzen herrscht erhebliche Unsicherheit über die Zukunft des einzigen Branchenriesen. •

# FOKUS

## Netze und Services

### Leserwahlen

- |  |       |
|--|-------|
| Telefongesellschaft des Jahres           | S. 76 |
| Ergebnisse Discounter und Ethno-Anbieter | S. 82 |

### Wer liefert was?

- |                   |       |
|-------------------|-------|
| Mobilfunkanbieter | S. 84 |
| Festnetzanbieter  | S. 86 |

### Firmenporträts

- |              |       |
|--------------|-------|
| Plusnet      | S. 88 |
| Wertgarantie | S. 90 |





# Das Rennen um den besten Anschluss

Die Leserwahl zur besten Telefongesellschaft umfasste fünf Runden mit 20 Kategorien. Ausschlaggebend für den Erfolg waren Fachhandelsnähe, Verlässlichkeit und eine echte Partnerschaft mit dem Handel.



## Zur Leserwahl

Mehr als 1.400 Fachhändler und Partnershop-Betreiber hatten an der diesjährigen Leserwahl zum besten Netzbetreiber und Provider des Jahres teilgenommen.

Zur Wahl standen die drei Netzbetreiber O2 Telefónica, Telekom und Vodafone sowie die Anbieter Freenet und 1&1. Das Gesamtergebnis setzte sich aus insgesamt 27 Kategorien zusammen und umfasste die Stimmen aus den Bereichen Fachhandel und Partnerships.

Wer ist die beste Telefongesellschaft des Jahres? Diese Frage stellt Telecom Handel alljährlich aufs Neue – und überlässt das Urteil den Lesern. Eine Wahl mit Tradition, an der in diesem Jahr rund 1.400 Leserinnen und Leser teilgenommen haben. 2025 wurde die Leserwahl jedoch grundlegend überarbeitet. Statt wie bisher in 27 Einzelkategorien fiel das Urteil diesmal in nur noch 20 Disziplinen. Einige Rubriken wurden gestrichen, andere neu definiert oder zusammengefasst – immer mit Blick auf die tatsächliche Relevanz für den Fachhandel.

Erstmals war die Bewertung in fünf Leistungssegmente gegliedert: „Verkaufsförderung & Marktauftritt“, „Systeme, Prozesse & Abwicklung“, „Betreuung & Kommunikation“, „Vergütung & Vereinbarungen“ sowie „Fairness & Partnerschaft“. Innerhalb der Segmente wurden die zugehörigen Kategorien nach ihrer Bedeutung für den Handel gewichtet – und am Ende auch die Segmente selbst.

Besonders wichtig war dabei, den Fokus klar auf die Leistungen für den Fachhandel zu legen: 80 Prozent der Gesamtnote entfielen auf Zusammenarbeit, Services und Prozesse, lediglich 20 Prozent auf das Thema Vergütung.

## Fokus auf Zusammenarbeit, Services und Prozesse

Ziel der neuen Struktur ist es, den Mehrwert der Anbieter für den Vertriebskanal transparenter abzubilden – und nicht allein die ausgeschütteten Gelder zu bewerten. Aus Sicht der Redaktion bietet die neue Segmentierung mehr Übersicht, mehr Vergleichbarkeit und ein realistischeres Gesamtbild der Qualität von Netzbetreibern und Providern. Ergänzend zur Hauptauswertung folgen noch verschiedene Sonderwertungen, etwa für Partnerships, den TV-Vertrieb – oder für Kategorien wie „Bestes Mobilfunknetz“ und „Bestes Breitbandnetz“.

Im ersten Leistungssegment geht es um die Frage, wie stark die Netzbetreiber

und Provider den Handel bei der Vermarktung ihrer Produkte unterstützen – sowohl durch klassische Maßnahmen am Point of Sale als auch durch digitale Angebote. Bewertet wurden fünf Kategorien: „Vertriebsunterstützung vor Ort“, „Digitale Verkaufsförderung“, „Unterstützung beim Cross- und Upselling“, „Flexibilität bei der Tarifgestaltung“ sowie „Einbindung in die Omnichannel-Strategie“.

In der Kategorie „Vertriebsunterstützung vor Ort“ lag die Telekom an der Spitze. Auch bei der „Unterstützung beim Cross- und Upselling“ erreichte sie den ersten Platz – eine Disziplin, die bei vielen Partnern als besonders praxisrelevant gilt. „Hier wird einem auch mal aktiv ein Impuls gegeben“, lobte ein Händler. Zweimal auf Rang zwei folgte Freenet, das in der Breite solide abschnitt und sich damit unter den Top 3 des Segments platzieren konnte.

Die Kategorie „Digitale Verkaufsförderung“ entschied Vodafone für sich – ein Bereich, in dem der Anbieter seit Jahren vergleichsweise stark auftritt. In der Kategorie „Flexibilität bei der Tarifgestaltung“ setzte sich O2 Telefónica durch – insbesondere die Möglichkeit individueller Preisnachlässe wurde von vielen Partnern hervorgehoben. Bei der „Einbindung in die Omnichannel-Strategie“ hatte wiederum die Telekom die Nase vorn, was das insgesamt starke Abschneiden des Bonner Konzerns in diesem Segment abrundete.

Im Gesamtergebnis des Leistungssegments „Verkaufsförderung & Marktauftritt“ lag die Telekom vorn. Knapp dahinter folgte O2 Telefónica, den dritten Platz belegte Freenet.

#### Top 3: Verkaufsförderung & Marktauftritt

1. Telekom
2. O2 Telefónica
3. Freenet

Wie gut ein Anbieter aufgestellt ist, zeigt sich oft erst im Tagesgeschäft, etwa wenn sich Tarife ändern, Systeme angepasst oder Aufträge bearbeitet werden. Im Segment „Systeme, Prozesse & Abwicklung“ wurden daher drei Kategorien betrachtet: der „Umgang mit der Auftragsqualität“, die „Proaktive Kommunikation bei Änderun-



Manuel Wolf, Leitung Telekom Partner, freut sich auf der Gala über den Siegerpokal

gen“ sowie die „Bedienbarkeit des Freischaltungssystems und Händlerportals“.

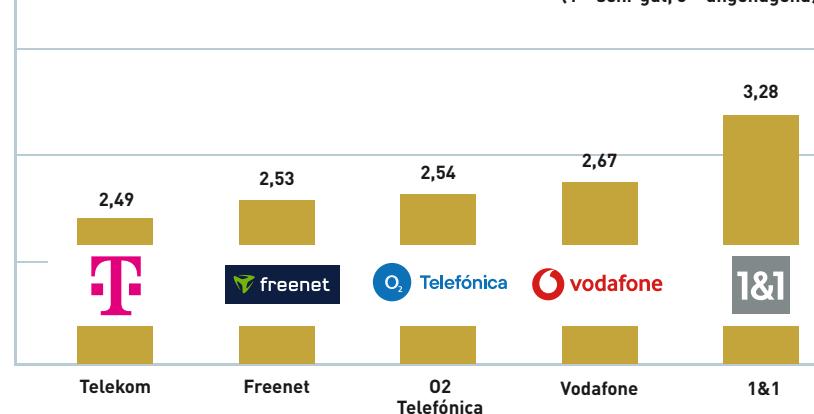
Freenet überzeugte dabei gleich in zwei Kategorien: Beim Umgang mit der Auftragsqualität – also etwa bei Stornos oder Problemen mit sogenannten Never-Pay-Kunden – erhielt der Anbieter die beste Bewertung. Auch bei der Bedienbarkeit des Freischaltungssystems lag Freenet vorn – ein Bereich, in dem das Unternehmen bereits in den Vorjahren oft positiv auffiel. Viele Händler lobten die einfache Abwicklung und die hohe Zuverlässigkeit.

Die Telekom gewann die Kategorie „Proaktive Kommunikation bei Ände- ►

#### Das Ergebnis der Leserwahl

##### Bewertung durch Fachhändler und Partnershop-Betreiber

Angaben in Noten  
(1 = sehr gut, 6 = ungenügend)



### Darauf legen Fachhändler und Partnershop-Betreiber Wert

Vertriebsunterstützung vor Ort (Aktionen, Werbemittel, Frequenzzuführung)



Kein Thema ist dem Handel wichtiger als die Vertriebsunterstützung vor Ort. Hierzu zählen Aktionen und Werbemittel, aber auch Maßnahmen zur Frequenzsteigerung. Neben dem klassischen Thema Provisionen spielt auch die Qualität und Erreichbarkeit der Händler-Hotline eine sehr wichtige Rolle.

#### Ranking nach Wichtigkeit:

- 5 Sterne sehr wichtig
- 4 Sterne
- 3 Sterne
- 2 Sterne weniger wichtig

rungen“; auch bei den beiden anderen Kategorien lag sie nur minimal zurück. Insgesamt landete sie im Segment knapp hinter Freenet auf Rang zwei. O2 Telefónica sicherte sich in allen Teilbereichen solide Noten und belegte in der Gesamtwertung Platz drei.

Vodafone fiel in diesem Segment deutlich zurück – was vermutlich auch auf den zeitgleich zur Leserwahl aufgetretenen IT-Sicherheitsvorfall zurückzuführen ist: Die zentrale Vertriebsplattform Sales World war aufgrund eines Angriffs auf einen Dienstleister wochenlang nicht erreichbar gewesen, was den Alltag vieler Händler massiv beeinträchtigte und auch die Bewertung in anderen serviceorientierten Kategorien negativ beeinflusst haben dürfte.

#### Top 3: Systeme, Prozesse & Abwicklung

1. Freenet
2. Telekom
3. O2 Telefónica

Im Segment „Betreuung & Kommunikation“ beurteilten die Händler die Qualität der täglichen Zusammenarbeit mit ihrem Anbieter – insbesondere Erreichbarkeit, Know-how und persönliche Unterstützung. Bewertet wurden drei Kategorien: „Qualität und Erreichbarkeit der Händler-Hotline“, „Schulungen und Veranstaltungen“ sowie „Kompetenz, Verlässlichkeit und Erreichbarkeit des persönlichen Ansprechpartners“.

O2 Telefónica erzielte die beste Gesamtnote im Segment. Vor allem die Qualität und Erreichbarkeit der Händler-Hotline wurde von vielen Partnern sehr positiv hervorgehoben. Auch in den anderen beiden Kategorien landete der Anbieter jeweils unter den besten drei.

Bei den Schulungen und Veranstaltungen lag die Telekom vorn – wie bereits in früheren Jahren, in denen diese Disziplin separat bewertet wurde. Inhalt und Durchführung der Formate wurden vielfach gelobt. Mit Rang drei in den beiden anderen Kategorien landete die Telekom auch insgesamt im Segment auf dem dritten Platz.

Freenet erzielte in der Kategorie „Kompetenz, Verlässlichkeit und Erreichbarkeit



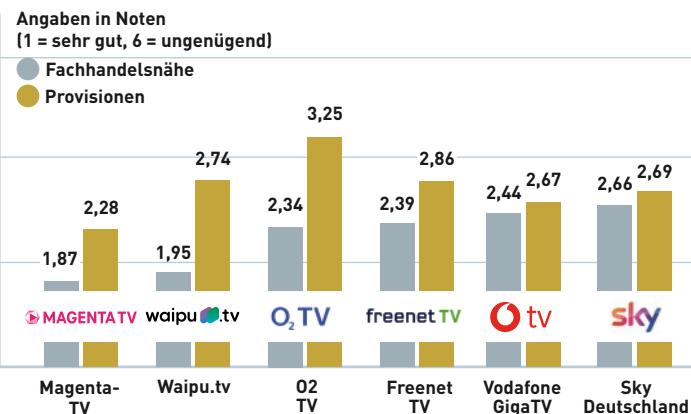
des persönlichen Ansprechpartners“ den besten Einzelwert im Segment. In der Gesamtwertung des Segments reichte das allerdings nur für Platz zwei.

#### Top 3: Betreuung & Kommunikation

1. O2 Telefónica
2. Freenet
3. Telekom

Im Segment „Vergütung & Vereinbarungen“ standen vier Aspekte der finanziellen Zusammenarbeit im Fokus: die Vergütung bei Neuverträgen im Mobilfunk und im Festnetz, die Bezahlung bei Vertragsverlängerungen sowie zusätzliche Vergütungen wie Boni oder Zielprämien. In der Kategorie „Vergütung bei Neuverträgen im Mobilfunk“ landete Vodafone mit deutlichem Vorsprung auf dem ersten Platz – vor Freenet, Telekom und 1&1. Auch bei der „Vergütung bei Neuverträgen im Festnetz-/Breitbandgeschäft“ erzielte Vodafone den besten Wert. Bei der

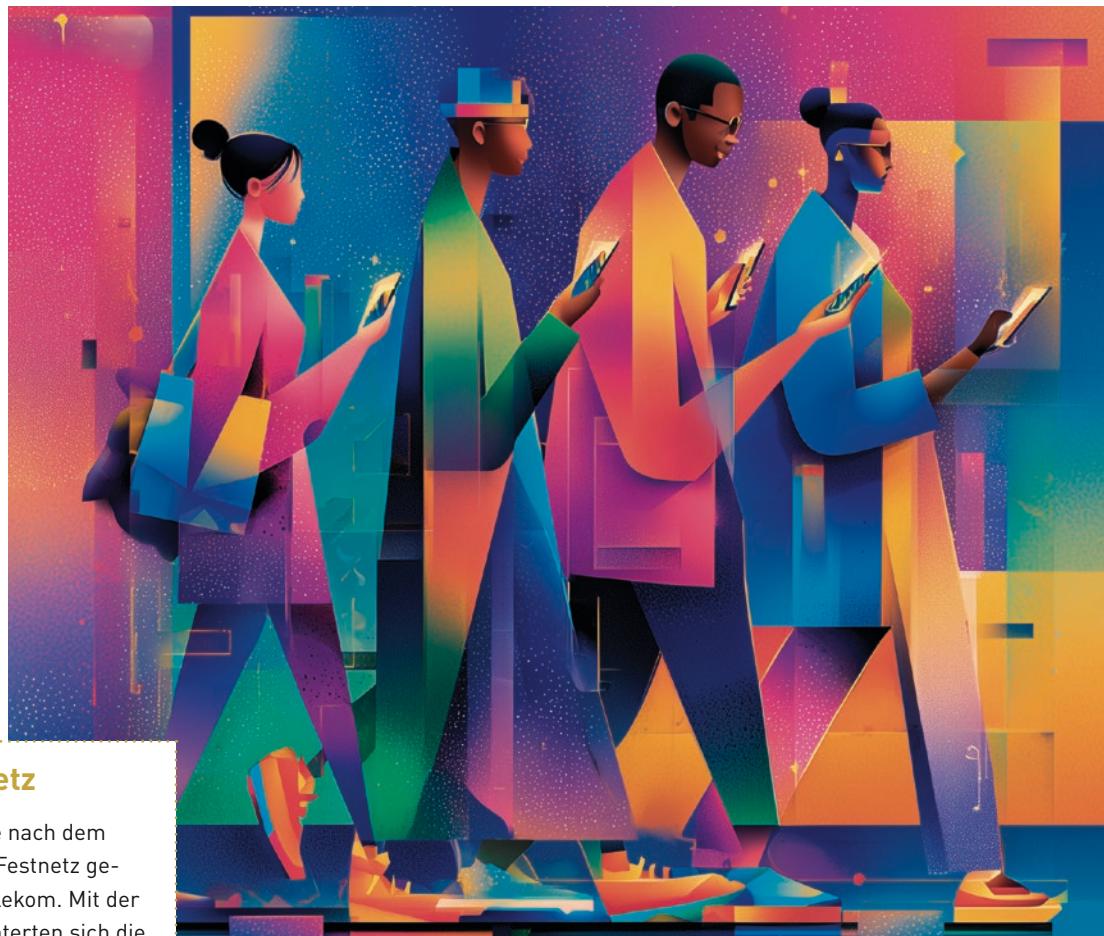
#### Das Ergebnis der Auswertung TV-Anbieter



Vergütung für Vertragsverlängerungen im Mobilfunk erreichte ebenfalls Vodafone die beste Bewertung. Ein Händler lobte Vodafone in diesem Zusammenhang ausdrücklich: „Sehr gute Unterstützung in allen Bereichen, pünktliche und korrekte Auszahlung der Provisionen“. Anders sah es allerdings hinsichtlich der Zusatzvergütungen wie Boni oder Zielprämien aus: In dieser Kategorie machte die Telekom die beste Figur. Für den Segmentsieg reichte dies zwar nicht, aber immerhin für Rang zwei.

#### Top 3: Vergütung & Vereinbarungen

1. Vodafone
2. Telekom
3. Freenet



### Bestes Festnetz

Bei der Zusatzfrage nach dem besten Breitband-/Festnetz gewann erneut die Telekom. Mit der Note 1,9 verschlechterten sich die Bonner leicht gegenüber dem Vorjahr mit der Note 1,8. O2 Telefónica wurde wie im Vorjahr mit der Note 2,7 ausgezeichnet, Vodafone kam auf die Note 2,9 und 1&1 auf die Note 3,8.

### Bestes Mobilfunknetz

Die Frage nach dem besten Mobilfunknetz kommt seit Jahren zum gleichen Ergebnis: Die Telekom liegt mit der Note 1,6 (Vorjahr: 1,7) in Führung. O2 Telefónica erhielt vom Handel die Note 2,7, ebenso wie Vodafone. Der Newcomer 1&1 erzielte die Note 4,2.

Im Segment „Fairness & Partnerschaft“ standen Aspekte im Fokus, die für eine verlässliche und gerechte Zusammenarbeit zwischen Netzbetreibern und Handel besonders wichtig sind. Dazu zählen unter anderem „Chancengleichheit des Handels (bei Tarifen und Preisen)“, „Fairer Zugang zu Vertragsverlängerungen“, der „Umgang bei Reklamationen und Kulanzfällen“, die „Verlässlichkeit und langfristige Partnerorientierung“ sowie die „Vereinbarung und Umsetzung von Zielvorgaben (z.B. Jahres- oder Quartalsziele)“.

Gleich zwei Siege in diesem Segment erzielte die Telekom, die in den beiden Teilkategorien „Umgang mit Reklamationen und Kulanzfällen“ sowie „Verlässlichkeit und langfristige Partnerorientierung“ vorn lag. Ein Händler schrieb: „Man kann sich auf die Ansprechpartner verlassen, Absprachen gelten auch nach Monaten noch.“ Auch in den Vorjahren waren die Bonner bereits regelmäßig für die „Ehrlichkeit und Zuverlässigkeit“ mit Bestnoten ausgezeichnet worden.

Freenet schaffte einen Kategoriesieg für seine Fairness bei der Vereinbarung von Zielvorgaben und O2 Telefónica überzeugte beim fairen Zugang bei Vertragsverlängerungen. 1&1 gelang hier der einzige Sieg: bei der Chancengleichheit des Handels hinsichtlich Preis- und Tarifgestaltung. Insgesamt gewann die Telekom im Segment knapp vor Freenet und O2 Telefónica.

### Top 3: Fairness & Partnerschaft

1. Telekom
2. Freenet
3. O2 Telefónica

Die Leserwahl 2025 basierte auf der Bewertung von fünf zentralen Leistungssegmenten, deren jeweilige Bedeutung unterschiedlich gewichtet wurde: „Verkaufsförderung & Marktauftritt“ flossen mit 25 Prozent am stärksten in die Gesamtwertung ein. „Systeme, Prozesse & Abwicklung“ nahmen 15 Prozent ein, während „Betreuung & Kommunikation“, „Vergütung & Vereinbarungen“ sowie „Fairness & Partnerschaft“ mit je 20 Prozent

gewichtet wurden. Diese Gewichtung spiegelt die vielfältigen Anforderungen wider, die Fachhändler an ihre Partner stellen.

Am Ende setzte sich die Telekom mit einer Durchschnittsnote von 2,49 knapp vor Freenet (2,53) und O2 Telefónica (2,54) durch. Vodafone folgte mit 2,67 auf Rang vier, während 1&1 mit deutlichem Abstand den fünften Platz belegte.

### Kategorien für Partnerships

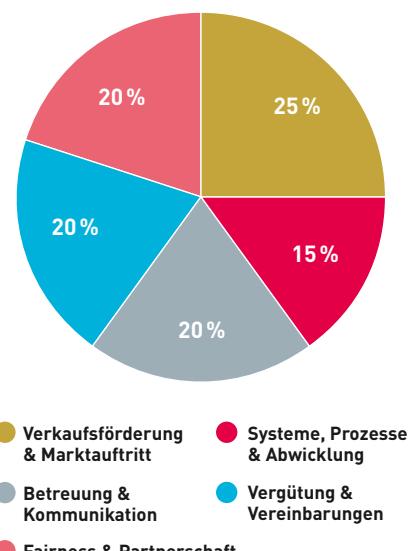
Exklusiv für Partnership-Betreiber gab es in diesem Jahr vier zusätzliche Disziplinen, die nicht in die Gesamtwertung einflossen. Dabei sollten die Netzbetreiber und Provider in den Bereichen „Integration der Anbieter-Systeme in interne Abläufe (z.B. Warenwirtschaft, Kassensystem)“, „Vorgaben zur Zielerreichung und Verkaufsdruck“, „Shop-Mobiliar und PoS-Konzept“ sowie „Lieferfähigkeit und Preisgestaltung von Hardware“ bewertet werden.

Dieses zusätzliche sechste Segment widmete sich somit speziell den Herausforderungen und Anforderungen von Partnerships. Hier konnte Freenet die beste Bewertung erzielen. Besonders in den Kategorien „Shop-Mobiliar“ sowie „Lieferfähigkeit und Preisgestaltung“ setzte sich der Anbieter klar an die Spitze. Die Telekom folgte auf Platz zwei, gefolgt von Vodafone. O2 Telefónica schnitt insbesondere bei den Vorgaben zur Zielerreichung und dem Verkaufsdruck vergleichsweise schwach ab.

Unabhängig davon wurde auch eine separate Wertung für Anbieter im TV-Geschäft durchgeführt. Dabei beurteilten die Teilnehmer zwei zentrale Aspekte: die Fachhandelsnähe der Anbieter sowie die Höhe der Provisionen. Die Telekom er-

### Gesamtwertung

Gewichtung der einzelnen Leistungssegmente



80 Prozent der Gesamtnote entfallen auf Zusammenarbeit, Services und Prozesse, lediglich 20 Prozent auf das Thema Vergütung

reichte mit MagentaTV in beiden Kategorien die besten Ergebnisse und bestätigte damit ihre Spitzenposition aus dem Vorjahr. In der Kategorie Fachhandelsnähe lag MagentaTV vor allen anderen bewerteten Anbietern – ein Ergebnis, das auf eine hohe Zufriedenheit des Handels mit der Betreuung durch die Telekom schließen lässt. Auch bei den Provisionen belegte MagentaTV den ersten Platz.

Dahinter folgten Vodafone GigaTV, O2 TV, Freenet TV, Waipu.tv und Sky Deutschland, wobei O2 TV in der Kategorie Provisionen am schlechtesten bewertet wurde. •

### Die Ergebnisse der Segmente im Überblick

Anbieter	Verkaufsförderung	Systeme, Prozesse & Abwicklung	Betreuung & Kommunikation	Vergütung & Vereinbarungen	Fairness & Partnerschaft
Telekom	<b>2,41</b>	<b>2,27</b>	<b>2,30</b>	<b>2,83</b>	<b>2,69</b>
Freenet	<b>2,51</b>	<b>2,26</b>	<b>2,14</b>	<b>2,96</b>	<b>2,71</b>
O2 Telefónica	<b>2,42</b>	<b>2,33</b>	<b>2,07</b>	<b>3,07</b>	<b>2,78</b>
Vodafone	<b>2,64</b>	<b>2,80</b>	<b>2,54</b>	<b>2,56</b>	<b>2,87</b>
1&1	<b>3,31</b>	<b>3,02</b>	<b>2,90</b>	<b>3,73</b>	<b>3,36</b>

# Günstig allein reicht nicht

**Congstar und Oteloo heißen die Gewinner der Leserwahl 2025 von Telecom Handel in den Segmenten Discount und Ethno. Beide Marken konnten sich wie bereits im Vorjahr in der Gesamtwertung durchsetzen.**



**N**ach der Hauptwertung der großen Netzbetreiber und Provider folgt der Blick auf zwei etablierte Sonderkategorien der Leserwahl: das Discount- und das Ethno-Segment. Den Anfang machen die Discounter, die auf Grundlage einer für dieses Segment zugeschnittenen Auswahl an Bewertungskriterien beurteilt wurden. Die Auswahl umfasste klassische Vertriebskriterien ebenso wie Aspekte der Systembedienung, Vergütung, Chancengleichheit oder langfristige Verlässlichkeit in der Zusammenarbeit. Und auch wenn sich inhaltlich einiges verändert hat: Die Rangfolge an der Spitze bleibt vertraut. Mit einer Gesamtnote von 2,56 setzte sich Congstar an die Spitze des Feldes, gefolgt von Oteloo mit 2,67. Dahinter: Klarmobil (2,79), Blau (2,83) und Yourfone (3,25).

Dabei punktete Congstar vor allem in den Bereichen, in denen es auf klare Strukturen und Verlässlichkeit ankommt: So gewann die Marke gleich fünf Einzelkategorien – unter anderem bei der Vertriebsunterstützung vor Ort, bei der digitalen Verkaufsförderung, bei der proaktiven Kommunikation sowie bei der Bedienbarkeit der Systeme. Auch in der Kategorie „Verlässlichkeit und langfristige Partnerorientierung“ lag Congstar vorn – ein Ergebnis, das viele Händlerkommentare widerspiegeln. Einer von ihnen brachte es auf den Punkt: „Man weiß bei

Congstar, woran man ist. Das Team reagiert schnell, professionell und zieht mit dem Handel an einem Strang.“

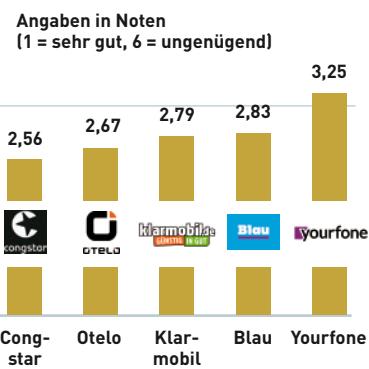
## Oteloo bleibt auf Augenhöhe

Auch wenn Oteloo den Gesamtsieg verpasste, zählt die Vodafone-Marke weiterhin zu den stärksten Anbietern im Discount-Segment. In insgesamt fünf Kategorien belegte Oteloo den ersten Platz – darunter bei der Vergütung für Neuverträge, bei Vertragsverlängerungen und bei zusätzlichen Prämien wie WKZ oder Boni. Auch beim fairen Zugang zu Vertragsverlängerungen lag Oteloo vorn – ein



Frank Heinrichs freut sich über den Sieg von Congstar im Discount-Segment

## Das Ergebnis der Auswertung Discounter



Aspekt, der immer wieder für Diskussionen sorgt. Hinzu kam der Spitzenwert bei der Chancengleichheit des Handels, was den fairen Umgang mit Tarifen und Preisen im Vergleich zu anderen Kanälen betrifft. „Otelo lässt sich gut vermarkten und bietet nachvollziehbare Konditionen“, kommentierte ein Händler.

Mit dem dritten Platz in der Gesamtwertung zeigte Klarmobil vor allem in den Bereichen Prozessqualität und Betreuung seine Stärken. Die Freenet-Marke belegte jeweils den ersten Platz in den Kategorien Umgang mit der Auftragsqualität, Vereinbarung von Zielvorgaben, Reklamationen und Kulanz sowie bei der Kompetenz und Verlässlichkeit des persönlichen Ansprechpartners. Händler lobten insbesondere auch den Umgang mit problematischen Aufträgen sowie die gute Erreichbarkeit und Verlässlichkeit der zuständigen Vertriebsmitarbeiter.

Platz vier belegte Blau. Besonders im operativen Geschäft zeigte die Telefónica-Marke Stärken mit Bestnoten bei der Händler-Hotline, bei Schulungen, der Einbindung in die Omnichannel-Strategie sowie der Flexibilität in der Tarifgestaltung. Gelobt wurden vor allem die gute Erreichbarkeit im Support und die praxisnahen Weiterbildungsformate.

Yourfone bildet das Schlusslicht der diesjährigen Bewertung. Vor allem bei der Hotline, der Kulanz und in der Betreuung gab es aus Sicht vieler Partner deutlichen Verbesserungsbedarf.

### Ethno-Anbieter: Otelo erneut vorn

Auch im Ethno-Segment kam das neue Bewertungsmodell von Telecom Handel zur Anwendung, allerdings wurde auf Basis von zwölf Kategorien ausgewertet, die laut Fachhandel speziell für diesen Markt relevant sind.

Otelo Mobile holte sich mit einer Gesamtnote von 2,70 den ersten Platz. Die Telefónica-Marke erzielte in fünf Disziplinen die Bestnote – bei der Erreichbarkeit des persönlichen Ansprechpartners, bei der Händler-Hotline sowie in den Bereichen Schulungen, Kulanz und Zielvereinbarungen. Besonders häufig wurde von den Händlern die gute Ansprechbarkeit des Außendienstes gelobt. Auch bei Re-



Otelo-Geschäftsführer  
Gregor Fränzel mit der  
Auszeichnung für den Sieg  
im Ethno-Segment

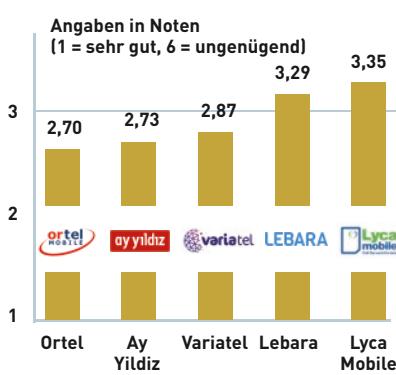
klamationen zeigte sich Otelo aus Sicht vieler Partner am ehesten pragmatisch und lösungsorientiert.

Ay Yildiz landete mit einer Gesamtnote von 2,73 auf dem zweiten Platz im Ethno-Segment. Die Marke punktete insbesondere in der Partnerorientierung, bei der Vergütung für Neuverträge sowie in der digitalen Verkaufsförderung – drei Bereiche, in denen Ay Yildiz die Bestnote erzielte. Variotel stieg neu in die Wertung ein und sicherte sich mit einer Gesamtnote von 2,87 auf Anhieb Platz drei. Der Anbieter konnte vor allem bei der Vertriebsunterstützung vor Ort, bei Zusatzvergütungen und in puncto Chancengleichheit des Handels überzeugen – in diesen drei Kategorien reichte es jeweils zum Spitzensatz.

Lebara landete mit einer Gesamtnote von 3,29 auf dem vorletzten Platz im Ranking. Immerhin: In der Kategorie Freischaltungssystem und Händlerportal erreichte die Marke mit der besten Bewertung unter allen Ethno-Anbietern einen Achtungserfolg. Lyca Mobile bildete mit einer Gesamtnote von 3,35 erneut das Schlusslicht der diesjährigen Ethno-Wertung. In keiner der zwölf ausgewerteten Kategorien konnte die Marke den ersten Platz belegen. •



### Das Ergebnis der Auswertung Ethno



# Wer welche Marken führt

**Die Mobilfunkvermarktung der Distributoren bleibt vielfältig. Unterschiede gibt es insbesondere im Bereich der Ethno-, Service- und Discount-Produkte.**

Die Übersicht von Telecom Handel verdeutlicht, dass die Distributoren weiterhin mit unterschiedlichen Markenportfolios arbeiten. Die großen Netzbetreiber sind bei vielen Häusern vertreten, doch darüber hinaus unterscheiden sich die Sortimente teils deutlich. Ob eine Marke angeboten wird, hängt oft von der jeweiligen Vertragsstruktur ab: Einige Distributoren arbeiten direkt mit Netzbetreibern oder Providern zusammen, andere übernehmen Angebote über Subdistributionen. Gerade im Bereich der Ethno-, Service- und Discount-

Anbieter zeigt sich, wie heterogen der Markt bleibt. Mehrere Marken sind ausschließlich online erhältlich oder an bestimmte Vertriebskanäle gebunden und erscheinen deshalb nicht in der klassischen Distribution. Gleichzeitig haben einzelne Großhändler ihre Vermarktung in den vergangenen Jahren neu ausgerichtet, was das Markenbild verändert.

Für Händler bietet die Tabelle eine klare Orientierung, welche Marken aktuell über die Distributoren verfügbar sind – und wo sich je nach Partner ein breiteres oder eingeschränkteres Angebot ergibt. •

## Distributoren im Bereich Mobilfunk (Auswahl)

Name des Unternehmens	Aetka	Also	Api	ASVG	Brodos	EinsAmobile	Electronic-Partner	Epsilon
<b>Mobilfunk-Netzbetreiber</b>								
1&1	●	○	○	○	●	○	●	○
Deutsche Telekom	●	●	○	●	●	●	●	●
O2 Telefónica Deutschland	●	●	○	○	●	○	●	●
Vodafone	●	●	○	○	●	○	●	●
<b>Service-Provider und Mobilfunk-Discounter</b>								
Ay Yildiz	○	○	○	○	○	○	●	○
Blau	●	○	○	○	●	○	●	○
Congstar	●	●	○	●	○	○	●	○
Drillisch / Yourfone	●	○	○	○	○	○	●	○
Freenet	●	○	○	○	○	○	●	○
High	○	○	○	○	○	○	●	○
Klarmobil	●	○	○	○	○	○	●	○
Lebara Mobile	●	○	○	○	○	○	●	○
Ortel Mobile	●	○	○	○	○	○	●	○
Otelo	●	○	○	○	●	○	●	○
Simyo	○	○	○	○	○	○	●	○
Yourfone	●	○	○	○	●	○	●	○
Sonstige	○	○	Dogado, Easybell	○	○	○	Pyur	Fusion IoT

● = ja; ○ = nein; Quelle: Unternehmensangaben, inkl. Subdistribution



Foto: Unai Huizi Photography / Shutterstock

## MOBILFUNK

	Euronics	Expert	Faro	Herweck	Komsa	Michael	Mobilezone	Motion TM	Netcom	TK World
	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	○	○	○	●	○	○	●	●	○	○
	○	○	●	○	●	○	●	○	●	●
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	○	○	●	○	○	●	●	○	○	○
	○	○	●	○	●	●	●	●	●	●
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	○	○	●	○	○	●	●	○	○	○
	○	○	●	○	●	●	●	○	○	○
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	○	○	AetkaSmart	○	○	○	Pyur	○	○	Pyur

# Festnetz und Breitband: Portfolios der Distributoren

**Der Breitbandmarkt entwickelt sich im Vertrieb zu einem stabilen Zusatzgeschäft. Wir sagen, welche Anbieter über die Distribution verfügbar sind.**

**A**nbieterstrukturen im Festnetzgeschäft folgen anderen Regeln als im Mobilfunk. Die Zahl der bundesweit relevanten Marken ist kleiner, und viele regionale Carrier setzen weiterhin auf eigene Vertriebsmodelle statt auf eine breite Zusammenarbeit mit Distributoren. Für Händler bleibt daher vor allem das Angebot der großen Netzbetreiber und ausgewählter Glasfaser- oder Kabelanbieter bestimend.

Die Distributoren verfügen allerdings über sehr unterschiedliche Portfolios. Während manche Häuser mit mehreren Festnetzanbietern zusammenarbeiten, konzentrieren sich andere auf einzelne Partnerschaften oder bieten lediglich ausgewählte Wholesale-Produkte an.

Entsprechend variiert die Breite des Angebots je nach Vertriebspartner, nicht zuletzt auch deshalb, weil regionale und alternative Carrier ihre Vermarktung oft gezielt steuern.

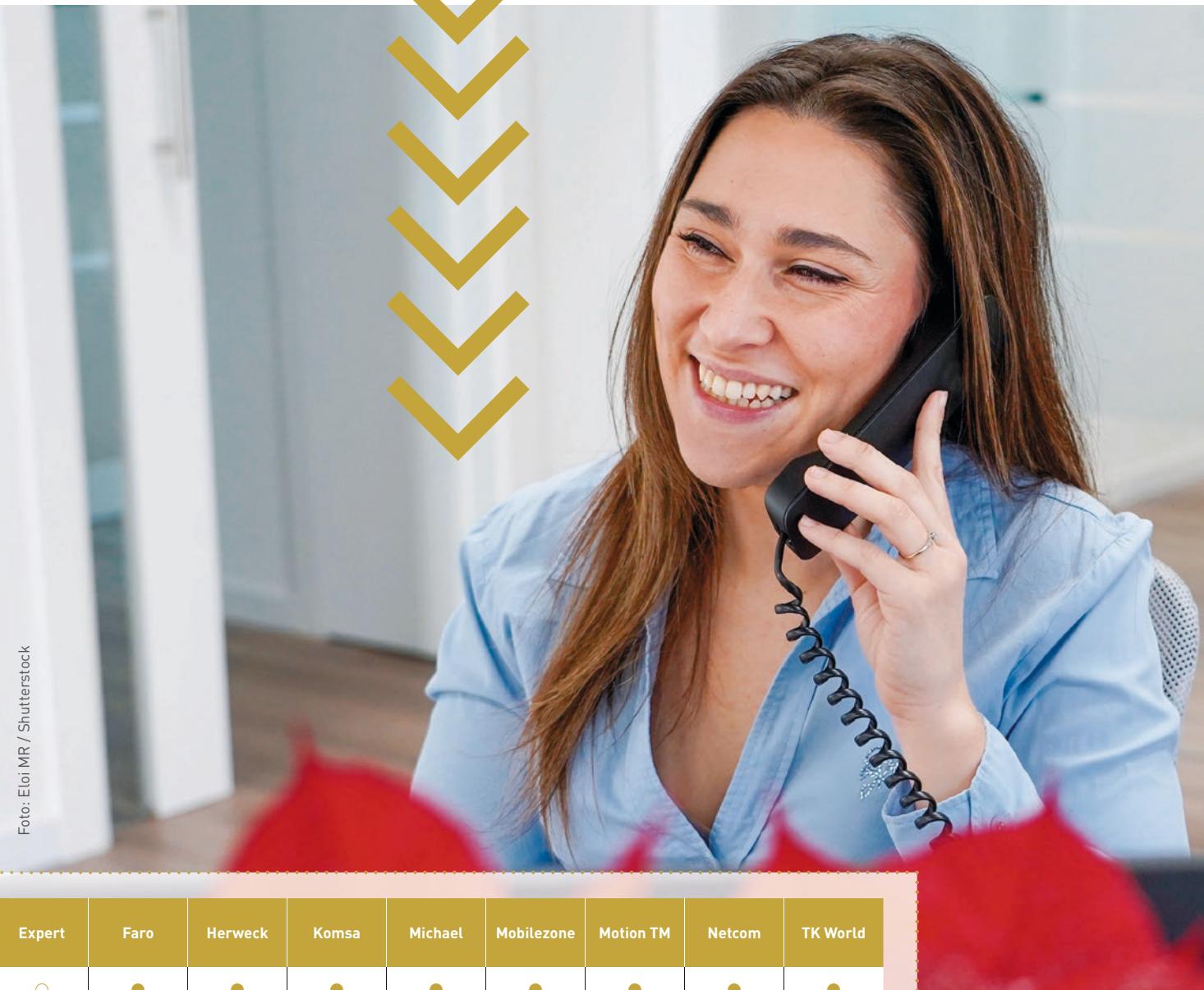
Für den Handel entsteht aus dieser Situation ein Markt, der überschaubar wirkt, aber dennoch differenziert ist. Die Übersicht zeigt, welche Anbieter aktuell über die Distribution vertreten sind und welche Optionen sich daraus für die Vermarktung ergeben, in einem Segment, in dem Stabilität und planbare Provisionen eine große Rolle spielen.

Dabei ist von Bedeutung, ob der Anbieter bundesweit aktiv ist, ein eigenes Netz betreibt oder ausschließlich über Partner vermarktet. •

## Distributoren im Bereich Breitband/Festnetz (Auswahl)

Name des Unternehmens	Aetka	Allnet	Also	ASVG	Brodos	EinsAmobile	Electronic-Partner	Epsilon	Euronics
<b>1&amp;1</b>	●	○	○	○	●	○	●	○	○
<b>1&amp;1 Versatel</b>	○	○	●	○	○	○	●	○	○
<b>Congstar</b>	●	○	●	●	●		●	○	●
<b>Deutsche Glasfaser</b>	○	○	○	○	○	○	○	○	○
<b>Deutsche Telekom</b>	●	●	●	●	●	●	●	●	●
<b>Ecotel</b>	●	○	●	○	○	○	●	○	○
<b>Gamma</b>	○	○	○	○	○	○	○	●	○
<b>Plusnet</b>	●	●	●	○	○	○	●	○	○
<b>Tele Columbus / Pyur</b>	○	●	○	○	○	○	●	○	○
<b>Telefónica Deutschland</b>	●	○	●	○	●	○	●	●	○
<b>Vodafone</b>	●	○	●	○	●	○	●	●	●

● = ja; ○ = nein; Quelle: Unternehmensangaben



Expert	Faro	Herweck	Komsa	Michael	Mobilezone	Motion TM	Netcom	TK World
○	●	●	●	●	●	●	●	●
○	○	○	○	○	●	●	○	●
●	●	●	●	●	●	○	●	●
○	○	○	○	○	○	○	○	●
●	●	●	●	●	●	●	●	●
○	○	○	●	●	○	○	○	○
○	○	●	○	●	○	○	○	○
○	○	○	○	○	○	○	○	○
●	●	●	●	●	●	●	●	●
●	●	●	●	●	●	●	●	●

# Plusnet

## Schrittmacher für die

Mit unseren Partnern vertrauensvoll auf Augenhöhe zusammenzuarbeiten ist eine Kernkompetenz im heterogenen Telekommunikationsmarkt und wird im hoch-zersplitterten Glasfasermarkt noch wichtiger werden. Die hohe Individualität unserer Services, unsere Verlässlichkeit, die enorme Fachexpertise und das außergewöhnliche Engagement unserer Mitarbeitenden machen uns stark.



Dirk Borowsky, Executive Director Sales & Marketing, Plusnet GmbH



Plusnet ist einer der führenden Partner in Telekommunikation für Mittelstand und Großkunden in Deutschland. Mit der richtigen Lösung für Internet, Telefonie und Vernetzung sowie Gigaspeed-Technologie machen wir Telekommunikation für unsere Kunden und Partner einfach und zukunftssicher. Seit mehr als zwanzig Jahren bietet das Kölner Unternehmen, hervorgegangen aus der damaligen QSC AG (heute

q.beyond), die gesamte Bandbreite moderner Telekommunikations- und Netzdienstleistungen. Zudem betreibt Plusnet eine eigene, bundesweite Netzinfrastruktur und verfügt über jahrzehntelange Erfahrung im Betrieb unterschiedlicher Breitband-Technologien.

So ist das Unternehmen in der Lage mit seinen mittlerweile mehr als 40.000 Geschäftskunden in ganz Deutschland zukunftssichere Produkte und Lösungen in den Bereichen Internet, Telefonie und Vernetzung zur Verfügung zu stellen – in unterschiedlicher Wertschöpfungstiefe.

### Open Access als Schlüssel zum Erfolg

Eine leistungsfähige Breitbandanbindung und die dazugehörigen Dienste entscheiden im Gigabit-Zeitalter über die Zukunftsfähigkeit von Unternehmen, Kommunen und der gesamten Gesellschaft.

Der Begriff „Open Access“ ist mittlerweile fest im Vokabular der Branche verankert. Doch zwischen Anspruch und Wirklichkeit klappt häufig eine Lücke.

Glasfaser

Internet

Telefonie

Vernetzung



# digitale Zukunft

Während viele Marktteilnehmer die gegenseitige Öffnung der vielen Glasfasernetze im Land strategisch befürworten, bleibt die technische und kommerzielle Umsetzung komplex.

Genau hier setzt Plusnet mit der Connectivity-Handelsplattform Netbridge an. Sie bringt Anbieter und Nachfrager von Gigabit-Internet zusammen und bildet das Rückgrat einer interoperablen, skalierbaren und wirtschaftlich tragfähigen Aggregation von Glasfasernetzen.

## Große Partnerlandschaft mit individueller Lösungskompetenz

Die bundesweit über 300 Vertriebs- und Untervertriebspartner bilden das Rückgrat des Erfolges. Sie vermitteln das Plusnet B2B-Produktportfolio an tausende Geschäftskunden im Land. Value Added Reseller gehen noch einen Schritt weiter und integrieren die angebotenen Vorleistungsprodukte in ihr eigenes Produktportfolio.

Zusätzlich arbeitet Plusnet im Bereich ISP & Carrier sowie Consumer Wholesale bundesweit mit einer Vielzahl von Internet- & Telefonie-Anbietern zusammen. Hier steht der Wiederverkauf von Internetzugängen und Sprachdiensten auf Basis des Plusnet-Netzes im Vordergrund.

Ob als IT- oder Telekommunikationsdienstleister, Reseller, Systemhaus, Systemintegrator, Service Provider oder Carrier mit eigener Netzinfrastruktur: Plusnet-Partner können den Ansprüchen ihrer Kunden individuell und ganzheitlich gerecht werden – und dazu

auf Plusnet-Produkte aus unterschiedlichen Kategorien zurückgreifen. Damit verbinden sich die vielfältigen Möglichkeiten einer modularen Produktpalette mit der Effizienz eines einzigen kompetenten Ansprechpartners für alle TK-Lösungen.

## Kommunikation auf Augenhöhe

Mit Partnern vertrauensvoll auf Augenhöhe zusammenzuarbeiten ist eine Kernkompetenz im heterogenen Telekommunikationsmarkt und wird im hoch zersplitterten Glasfasermarkt noch wichtiger werden. Die Rückmeldung der Partner ist Bestätigung für Plusnets Investition in gute Zusammenarbeit.

Neben individuellen Partnerevents bietet das Unternehmen regelmäßige Produkt-Workshops und individuelle Beratungen: Das exklusive Partnerportal liefert eine intensive Pre- und Aftersales Unterstützung sowie professionelle Unterstützung fürs Marketing in den Bereichen Produkt, Vertrieb und Technik.

## Mit Plusnet in die Zukunft durchstarten

Gemessen an der Dauer der Kundenbeziehung und Wechselabsicht besitzt Plusnet die treuesten Kunden im deutschen TK-Markt. Auch für die kommenden Monate hat sich das Unternehmen viel vorgenommen. So investiert Plusnet konsequent in die Digitalisierung der eigenen Geschäftsabläufe und entwickelt das eigene Produktportfolio weiter – fokussiert auf die Bedürfnisse seiner Kunden und Partner. •



## Plusnet in Zahlen

- Über 40.000 Geschäftskunden
- Bandbreiten bis 100 Gbit/s bundesweit
- Mehr als 6.500 km eigenes, aktives Glasfaser-Backbone
- Über 300 Vermarktungspartner
- Rund 500 Mitarbeitende an 10 Standorten

## Produktportfolio

- **Internet**  
Glasfaser, DSL und Richtfunk
- **Telefonie**  
Cloud-Telefonanlage, SIP-Trunk und ISDN
- **Vernetzung**  
SD-WAN, VPN und WDM

## KONTAKT

**Plusnet GmbH**  
Rudi-Conin-Straße 5a  
50829 Köln  
Tel.: 0800 7722375  
E-Mail: [info@plusnet.de](mailto:info@plusnet.de)  
[www.plusnet.de](http://www.plusnet.de)

# → WERTGARANTIE®

## Innovation und Engagement: Wertgarantie setzt 2025 neue Maßstäbe



Der Erfolg unseres Unternehmens ist ein weiteres Zeichen für das attraktive Geschäftsmodell von Wertgarantie sowie für die großartige Arbeit, die der Fachhandel täglich leistet.

Thilo Dröge,  
Geschäftsführer Vertrieb  
bei Wertgarantie

2025 war ein spannendes und gutes Jahr für den Spezialversicherer Wertgarantie, mit vielen Aktivitäten in unterschiedlichen Bereichen. So wurde die Vermarktung des Komplettschutzes weiter vorangetrieben und schließlich sogar mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis prämiert. Zusammen mit dem BVT (Bundesverband der Technik des Einzelhandels) brachte das Unternehmen eine Studie zum Recht auf Reparatur heraus und Wertgarantie nahm erstmalig als Aussteller mit eigenem Stand an der IFA teil. Zudem starteten die Hannoveraner „Mieten statt Kaufen“ auch im deutschen CE-Einzelhandel, und auch WERT-Management, das Wertgarantie-Entwicklungsprogramm für Führungskräfte im Handel, konnte erfolgreich weiterentwickelt werden.

### Premium-Produkt Komplettschutz und Angebotsrechner für „3 für 2“

Im Vorjahr brachte Wertgarantie den neuen Komplettschutz auf den Markt, der sich im Laufe dieses Jahres weiter hervorragend entwickelte. Die Gleichsetzung von Neu-, Gebraucht- oder Refurbishedgeräten zum gleichen Versicherungsbeitrag ab 3,50 Euro ist Kern des Produkts, was auf die nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens einzahlt und die Gebrauchtgerätequote weiterhin signifikant erhöht. Dies liegt auch am beliebten „3 für 2“-Angebot, welches insbesondere auf die Geräte abzielt, die der Kunde im Haushalt hat. Um dem Handel dafür noch mehr Argumente an die Hand zu geben, stellte Wertgarantie Mitte des Jahres seinen neuen „3 für 2“-Angebotsrechner vor. „Mit dem Angebotsrechner kann der Fachhandelspartner noch genauer auf die Wünsche und Bedürfnisse des Kunden eingehen, alle elektronischen Geräte aus dem Haushalt erfassen und die Vorteile und Ersparnisse von „3 für 2“ oder „6 für 4“ aufzeigen“, sagt Thilo Dröge, Geschäftsführer Vertrieb bei Wertgarantie. Der Rechner steht in der Wertgarantie-Akademie zur Nutzung bereit und kann auf einem Tablet oder einem beliebigen Bildschirm innerhalb eines Ladengeschäfts präsentiert werden. „Die Nutzungszahlen und Vertragsabschlüsse zeigen, dass dies bereits sehr erfolgreich umgesetzt wird“, so Dröge.



Der Wertgigant entwickelte sich auf der IFA zu einem wahren Publikumsmagnet

### Wertgarantie auf der IFA, Nachhaltigkeitspreis und Mieten statt Kaufen

Erstmals war Wertgarantie in diesem Jahr mit einem eigenen großen Stand auf der IFA vertreten, um das Thema Recht



Nach der erstmaligen Vorstellung Mitte des Jahres konnte der Angebotsrechner auch auf der IFA überzeugen und punktet nun im Fachhandel

auf Reparatur zusätzlich zur Studie zu visualisieren. Ein voller Erfolg! Dafür bezog auch der vom Versicherer in Auftrag gegebene und vom Aktionskünstler HA Schult gestaltete Schrottriese Wertgigant auf dem Stand Position und entwickelte sich zum Publikumsmagneten. Thilo Dröge erläutert: „Das Thema Reparatur von Elektrogeräten ist in aller Munde und die aktuellen Entwicklungen beim Recht auf Reparatur gaben uns die Chance, unsere Expertise einzubringen. Die IFA bot dafür den passenden Rahmen, um genau die richtige Zielgruppe anzusprechen, und natürlich hat da auch der Wertgigant seinen Teil beigetragen.“

Es gab aber auch noch weitere Gründe zur Freude in Hannover. Im Oktober startete der Versicherer mit „Mieten statt Kaufen“ für zunächst Geräte der Weißen Ware in Deutschland, nachdem man dies im Vorjahr in Österreich übernommen und im Laufe des Jahres dort weiter erfolgreich ausgebaut hat. Im November 2025 erhielt der Wertgarantie-Komplettschutz zudem den Deutschen Nachhaltigkeitspreis in der Kategorie Produkte. Mit der Auszeichnung würdigte die Fachjury den Beitrag des Komplettschutzes zur Stärkung der Kreislaufwirtschaft sowie das Engagement des Unternehmens für das Thema „Reparieren statt Wegwerfen“. Das Schulungs- und Trainingsangebot für den Fachhandel wurde weiter ausgebaut und verstärkt in die unternehmenseigene Akademie investiert. Im Mittelpunkt stand auch in diesem Jahr vor allem „WERT-Management“, das Wertgarantie-Entwicklungsprogramm für Führungskräfte im Handel, welches erfolgreich weiterentwickelt wurde. Auch im Jahr 2025 konnte Wertgarantie erneut große Erfolge verzeichnen und zahlreiche

neue Fachhandelspartner sowie Koope- rations- und Netzwerkpartner gewinnen.

### Studien als Kompass für nachhaltige Zukunft und starke Fachhandelspartner

Wertgarantie hat sich nicht nur der Absicherung von Technik verschrieben, sondern sieht sich auch in einer aktiven Rolle, wenn es darum geht, Debatten rund um Ressourcenschonung, Kreislaufwirtschaft und nachhaltigen Konsum fakturbasiert zu begleiten. Mit der Beauftragung regelmäßiger Studien, u.a. in Kooperation mit dem BVT, möchte Wertgarantie Transparenz schaffen, zur Meinungsbildung beitragen und die Perspek- tiven aller relevanten Akteure – von Verbrauchern über den Fachhandel bis hin zu Herstellern – in den politischen und gesellschaftlichen Dialog einbringen.

Die Auswertung aktueller Studien zeigt deutlich, dass Reparaturen bei defekten Elektrogeräten geschätzt sind: Mehr als 80 Prozent der Kunden sind mit den Reparaturen sehr zufrieden, sowohl was Dauer als auch Kosten angeht. Und über die Hälfte der Händler und Hersteller rechnet mit einer weiteren Zunahme der Reparaturanfragen, während 74 Prozent der Fachhandelsbetriebe aktuell nicht über ausreichend Kapazitäten verfügen, um die Nachfrage voll zu bedienen. Besonders der Mangel an qualifizierten Fachkräften und die steigende regulatorische Komplexität werden als größte Hürden genannt.

### Die Studien zeigen auch:

Wer reparieren lässt, leistet einen entscheidenden Beitrag zur Reduktion von Elektroschrott und zur Verlängerung der Gerätelebenszyklen. •

## NETZE UND SERVICES



### Unser Sortiment

Versicherungslösungen für Konsumelektronik, Haushaltsgeräte, Fahrräder, E-Bikes & E-Scooter, Hörgeräte, Uhren, Brillen und Hausleitungen, um diese vor Reparaturkosten zu schützen. Premium-Produkt ist der Komplettschutz, das umfangreichste Versicherungsprodukt seiner Art am Markt und zudem das nachhaltigste Kundenbindungsinstrument im Fachhandel.

### Unsere Zielgruppe

Fachhandelspartner aus den Branchen Konsumelektronik, Haushaltsgeräte, Fahrräder, E-Bikes & E-Scooter, Hörgeräte, Uhren und Hausleitungen sowie deren Endkunden.

## KONTAKT

### WERTGARANTIE SE

Breite Straße 6  
30159 Hannover  
Tel.: +49 511 71280123  
[www.wertgarantie.de](http://www.wertgarantie.de)

### Mehr Informationen dazu unter

[www.reparieren-statt-wegwerfen.de](http://www.reparieren-statt-wegwerfen.de)

# 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](http://anbieter.telecom-handel.de).



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

<b>Distribution</b>	S. 94
<b>Hersteller</b>	
Mobiltelefone/Smartphones	S. 95
Tablets/Notebooks	S. 95
Wearables/Smartwatches	S. 95
Festnetz-/DECT-Telefone	S. 95
TK-Anlagen/UCC/Cloud-PBX	S. 96
Smart Home	S. 96
Zubehör	S. 96
<b>Netzbetreiber/Provider</b>	
Mobilfunk	S. 97
Breitband	S. 97
Regionale Carrier	S. 97
Discounter	S. 97
Ethno-Anbieter	S. 97
<b>Sonstiges</b>	
Repair-Dienstleister	S. 97
Versicherungen	S. 97

# Anbieter- verzeichnis



## ANBIETERVERZEICHNIS

### Distribution

#### Action Europe

[www.actioneurope.de](http://www.actioneurope.de)

#### ADN Distribution

[www.adn.de](http://www.adn.de)



#### aetka AG

[www.aetka.de](http://www.aetka.de)

KOMSA Allee 1

09232 Hartmannsdorf

Tel.: +49 3722 713500

E-Mail: [vertrieb@aetka.de](mailto:vertrieb@aetka.de)

#### Allnet

[www.allnet.de](http://www.allnet.de)



THE TECHNOLOGY PROVIDER

#### ALSO Deutschland GmbH

[www.also.de](http://www.also.de)

Lange Wende 43

59494 Soest

Tel.: +49 2921 99 0

Fax: +49 2921 99 1199

[info@also.com](mailto:info@also.com)

Ihr ITK-Partner für Mobilfunk, Festnetz, Netzvermarktung, TK-Anlagen und -Systeme, Navigation, Audio und Video Conferencing, Gebäudeautomation u.v.m.

#### API

[www.api.de](http://www.api.de)

#### ASVG

[www.asvg.de](http://www.asvg.de)

#### ASWO International Service

[shopde.aswo.com](http://shopde.aswo.com)

#### Axxess Digital Solutions

[www.axxess-digital.de](http://www.axxess-digital.de)

#### Bluestring

[www.teleservice-solutions.de](http://www.teleservice-solutions.de)

#### Complus

[www.complus.de](http://www.complus.de)



#### comTeam Systemhaus GmbH

[www.comteam.de](http://www.comteam.de)

Mündelheimer Weg 40

40472 Düsseldorf

Tel.: +49 211 4156 6414

E-Mail: [partner@comteam.de](mailto:partner@comteam.de)

#### D-Parts

[www.d-parts.de](http://www.d-parts.de)

#### Dexxit

[www.dexxit.de](http://www.dexxit.de)



#### einsAmobile GmbH

[Partnerportal: www.pluspos.de](http://www.pluspos.de)

Samerwiesen 6

63179 Oberursel

Tel. 06104 - 40 57 - 300

[support@einsamobile.de](mailto:support@einsamobile.de)

• Fachhandelskonzept

• GK & PK Netzvermarktung

• Mobilgeräte & IoT

• Energie

• Fulfillment



#### ElectronicPartner Handel SE

[www.electronicpartner.com](http://www.electronicpartner.com)

Mündelheimer Weg 40

40472 Düsseldorf

Tel.: +49 211 4156-0

Fax: +49 211-4156-310

E-Mail: [info@electronicpartner.de](mailto:info@electronicpartner.de)



#### Epsilon Telecom

[www.epsilon-telecom.de](http://www.epsilon-telecom.de)

#### Etronixx Sales

[www.etrонixx-sales.de](http://www.etrонixx-sales.de)

#### Euronics

[www.euronics.de](http://www.euronics.de)

#### Exclusive Networks

[www.exclusive-networks.de](http://www.exclusive-networks.de)

#### Expert

[www.expert.de](http://www.expert.de)

#### IVS

[www.ivsgmbh.de](http://www.ivsgmbh.de)



#### KOMSA AG

[www.komsa.com](http://www.komsa.com)

KOMSA Allee 1

09232 Hartmannsdorf

Tel.: +49 3722 7138500

E-Mail: [info@komsa.com](mailto:info@komsa.com)

#### MFC Communication

[www.mfc24.de](http://www.mfc24.de)



#### Michael AG

Vertriebsteam

<https://www.michael-ag.de>

Bruchheide 34, 49163 Bohmte

Tel.: +49 5471 8060

Fax: +49 5471 806222

[info@michael-ag.de](mailto:info@michael-ag.de)

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



#### mobilezone

<https://mobilezone.org/>

Richmodstraße 10

50667 Köln

Tel.: +49 234 9571963950

[presseteam@mobilezone.org](mailto:presseteam@mobilezone.org)

- Netzvermarktung
- Mobilfunk-Hardware
- IoT & Smart Home
- Festnetz & Internet
- Individuelle Partnerkonzepte

#### Moon Fachhandel

[www.moon-fachhandel.de](http://www.moon-fachhandel.de)

#### MPS Mobile

[mpsmobile.de/de](http://mpsmobile.de/de)

#### Municall

[www.municall.de](http://www.municall.de)

#### Netcom

[www.netcom-gmbh.de](http://www.netcom-gmbh.de)

#### One Pass

[www.one-pass.de](http://www.one-pass.de)

#### Onni-Tec

[www.onni-tec.de](http://www.onni-tec.de)

#### PDA-Solutioncenter

[www.pda-solutioncenter.com](http://www.pda-solutioncenter.com)

#### peitel Communications GmbH

[www.peitel.com](http://www.peitel.com)

#### ProdyTel

[www.prodytel.de](http://www.prodytel.de)

#### Quinta

[www.quinta.biz](http://www.quinta.biz)



Kessler GmbH

#### Inocent Kessler GmbH

[www.inocent.de](http://www.inocent.de)

Wilhelm-Kraut-Str. 46

72336 Balingen

Tel.: 07433-1403-200

[vertrieb@inocent.de](mailto:vertrieb@inocent.de)

Südstraße 1

• Netzvermarktung

• Hardware

• Hohe Warenverfügbarkeit

• Lieferung am nächsten Werktag

• Individuelle Fachhandelskonzept

• Print & Digitalmedien durch eigene Werbeagentur



#### ITAS AG

[www.itas.ag](http://www.itas.ag)

Südstraße 1

DE-09221 Neukirchen/Erzg.

Tel.: +49 371 56004-444

[vertrieb@itas.ag](mailto:vertrieb@itas.ag)

WeDo.IT

• B2B-Distribution – 20 Jahre Branchenerfahrung

• ITK-Produkte namhafter Enterprise-Hersteller

• Cloud TK mit WebRTC

• UCC

• Netzvermarktung

• Trainings in kleinen Gruppen

• Fulfillment

• Roll-Out

**ScanSource**  
[www.scansource.com](http://www.scansource.com)

**S & G Communication**  
[www.sug-online.de](http://www.sug-online.de)

**Siewert & Kau**  
[www.siewert-kau.de](http://www.siewert-kau.de)

**Sim Wert**  
[www.simwert.de](http://www.simwert.de)

**Sonepar**  
[www.sonepar.de](http://www.sonepar.de)

**Soular Distribution**  
[www.soular.de](http://www.soular.de)

**SuperNova**  
[www.supernova-koeln.de](http://www.supernova-koeln.de)

**Talk-Point**  
[www.talk-point.de](http://www.talk-point.de)

**Talksky**  
[www.talksky.de](http://www.talksky.de)

**TD Synnex**  
[www.tdsynnex.de](http://www.tdsynnex.de)

**Tekpoint**  
[www.tekpoint.com/de](http://www.tekpoint.com/de)

**TelePart Distribution**  
[www.telepart.com](http://www.telepart.com)

**Teqphone**  
[www.teqphone.de](http://www.teqphone.de)

**TFK**  
[tfk-austria.at](http://tfk-austria.at)



**TK-World AG**  
[www.tk-world.de](http://www.tk-world.de)  
Oberes Feld 6  
33106 Paderborn  
Tel.: +49 5251 6939020  
Mail: [vertrieb@tk-world.de](mailto:vertrieb@tk-world.de)

**Toker Telecom**  
[www.toker24.de](http://www.toker24.de)

**Wegatrade**  
[www.wegatrade.de](http://www.wegatrade.de)

**Westcon**  
[www.westcon.com](http://www.westcon.com)

**WORTMANN**  
TELECOM GM

**WORTMANN TELECOM GmbH**  
[www.wortmann-telecom.de](http://www.wortmann-telecom.de)

Hankamp 2

32609 Hüllhorst

Tel.: 05744 944 - 4500

[info@wortmann-telecom.de](mailto:info@wortmann-telecom.de)

Ihr Partner für Industrie & Handel

- Smartphones
- Tablets
- Unterhaltungselektronik
- Smart Home
- Zubehör
- Mobile Device Management
- Finanzierung & Leasing
- uvm.

**X7 TELECOM**  
[www.x724.de](http://www.x724.de)



**Yukatel GmbH**  
[www.yukatel.de](http://www.yukatel.de)  
Yuka-Platz 1  
63303 Dreieich  
Tel.: +49 69 838325-0  
[info@yukatel.de](mailto:info@yukatel.de)

**Unsere Leistungen:**

- Internationaler Großhandel für Mobilgeräte, Wearables, Haushaltselektronik & mehr
- Über 150.000 Geräte ständig auf Lager
- B2B-Onlineportal für Händler
- Lukratives Prämienprogramm (Yuka-Points)
- Über 8.000 zufriedene Geschäftskunden

**Zoozy**  
[www.zoozyportal.de](http://www.zoozyportal.de)

## Hersteller

### Mobiltelefone/ Smartphones

**Apple**  
[www.apple.de](http://www.apple.de)

**Asus**  
[www.asus.de](http://www.asus.de)

**Beafon**  
[www.beafon.com](http://www.beafon.com)

**Carbon Mobile**  
[www.carbonmobile.com](http://www.carbonmobile.com)

**Crosscall**  
[www.crosscall.com](http://www.crosscall.com)

**Cyrus**  
[www.cyrus-technology.de](http://www.cyrus-technology.de)



**Doro Deutschland GmbH**  
[www.doro.com/de](http://www.doro.com/de)

Im Frauental 14  
92224 Amberg

**Emporia**  
[www.emporia.eu](http://www.emporia.eu)

**Fairphone**  
[www.fairphone.com/de](http://www.fairphone.com/de)

## Gigaset

**Gigaset Technologies GmbH**

[gigaset.com/pro](http://gigaset.com/pro)

[de.pro@gigaset.com](mailto:de.pro@gigaset.com)

Frankenstraße 2  
46395 Bocholt

**Google**  
[www.google.de](http://www.google.de)

**HMD/Nokia**  
[www.hmd.com/de](http://www.hmd.com/de)

**Honor**  
[www.hihonor.com/de](http://www.hihonor.com/de)

**Huawei**  
[www.huaweidevices.de](http://www.huaweidevices.de)

**Motorola**  
[www.motorola.de](http://www.motorola.de)

**Nothing**  
[de.nothing.tech](http://de.nothing.tech)

**Nubia**  
[eu.nubia.com](http://eu.nubia.com)

**Oneplus**  
[www.oneplus.de](http://www.oneplus.de)

**Oppo**  
[www.oppo.de](http://www.oppo.de)

**RugGear**  
[www.ruggear-europe.com](http://www.ruggear-europe.com)

**Samsung**  
[www.samsung.de](http://www.samsung.de)

**Sonim**  
[www.sonim.de](http://www.sonim.de)

**Sony**  
[www.sony.de](http://www.sony.de)

**Tecno**  
[www.tecno-mobile.com](http://www.tecno-mobile.com)

**Xiaomi**  
[www.mi.com/de](http://www.mi.com/de)

**ZTE**  
[www.zte-deutschland.de](http://www.zte-deutschland.de)

### Tablets/Notebooks

**Acer**  
[www.acer.de](http://www.acer.de)

**Apple**  
[www.apple.de](http://www.apple.de)

**Archos**  
[www.archos.com/de](http://www.archos.com/de)

**Asus**  
[www.asus.de](http://www.asus.de)

**Beafon**  
[www.beafon.com](http://www.beafon.com)

**Dell**  
[www.dell.de](http://www.dell.de)

**Doro**  
[www.doro.com](http://www.doro.com)

**Dynabook**  
[www.de-dynabook.com](http://www.de-dynabook.com)

**Emporia**  
[www.emporia.at](http://www.emporia.at)

**Fujitsu**  
[www.fujitsu.de](http://www.fujitsu.de)

**Google**  
[www.google.de](http://www.google.de)

**Honor**  
[www.hihonor.com/de](http://www.hihonor.com/de)

**HP**  
[www.hp.de](http://www.hp.de)

**Huawei**  
[www.huaweidevices.de](http://www.huaweidevices.de)

**Lenovo**  
[www.lenovo.de](http://www.lenovo.de)

**Medion**  
[www.medion.de](http://www.medion.de)

**Microsoft**  
[www.microsoft.de](http://www.microsoft.de)

**Realme**  
[www.realme.com](http://www.realme.com)

**Samsung**  
[www.samsung.de](http://www.samsung.de)

**Panasonic**  
[www.panasonic.de](http://www.panasonic.de)

**Xiaomi**  
[www.mi.com/de](http://www.mi.com/de)

### Wearables/ Fitness-Armbänder/ Smartwatches

**Amazfit**  
[www.amazfit.com](http://www.amazfit.com)

**Apple**  
[www.apple.de](http://www.apple.de)

**Denver**  
[www.denver.eu](http://www.denver.eu)

**Doro**  
[www.doro.com](http://www.doro.com)

**Emporia**  
[www.emporia.eu](http://www.emporia.eu)

**Fitbit**  
[www.fitbit.de](http://www.fitbit.de)

**Fossil**  
[www.fossil.de](http://www.fossil.de)

**Garmin**  
[www.garmin.de](http://www.garmin.de)

**Honor**  
[www.hihonor.com](http://www.hihonor.com)

**Huawei**  
[www.huaweidevices.de](http://www.huaweidevices.de)

**Samsung**  
[www.samsung.de](http://www.samsung.de)

**Withings**  
[www.withings.com](http://www.withings.com)

**Xiaomi**  
[www.mi.com/de](http://www.mi.com/de)

**Xplora**  
[www.myxplora.de](http://www.myxplora.de)

### Festnetz-/ DECT-Telefone

**Audioline (Amplicomms)**  
[www.audioline.de](http://www.audioline.de)  
[www.amplicomms.com](http://www.amplicomms.com)

**Auerswald**  
[www.auerswald.de](http://www.auerswald.de)

**Doro**  
[www.doro.com](http://www.doro.com)

**Duophon**  
[www.duophon.de](http://www.duophon.de)

**Emporia**  
[www.emporia.eu](http://www.emporia.eu)

**Fritz!**  
[www.fritz.com](http://www.fritz.com)

## ANBIETERVERZEICHNIS

# Gigaset

Gigaset Technologies GmbH

[gigaset.com/pro](http://gigaset.com/pro)  
[de.pro@gigaset.com](mailto:de.pro@gigaset.com)

Frankenstraße 2  
46395 Bocholt

Mitel  
[www.mitel.de](http://www.mitel.de)

Philips  
[www.philips.de](http://www.philips.de)

Snom  
[www.snom.com](http://www.snom.com)

Tiptel  
[www.tiptel.com](http://www.tiptel.com)

## TK-Anlagen/UCC/ Cloud-PBX

Alcatel-Lucent Enterprise  
[www.al-enterprise.com/de-de](http://www.al-enterprise.com/de-de)

Auerswald  
[www.auerswald.de](http://www.auerswald.de)

Avaya  
[www.avaya.de](http://www.avaya.de)

Blue PBX  
[www.bluepbx.com](http://www.bluepbx.com)

Cisco  
[www.cisco.de](http://www.cisco.de)

Deutsche Telefon Standard  
[www.deutsche-telefon.de](http://www.deutsche-telefon.de)

Deutsche Telekom  
[www.telekom.de](http://www.telekom.de)

Easybell  
[www.easybell.de](http://www.easybell.de)

Ecotel  
[www.ecotel.de](http://www.ecotel.de)

Enreach  
[www.enreach.de](http://www.enreach.de)

Equada  
[www.equada.de](http://www.equada.de)

Fritz!  
[www.fritz.com](http://www.fritz.com)

GN Audio Germany  
[www.jabra.com.de](http://www.jabra.com.de)

Gamma  
[www.gammacommunications.de](http://www.gammacommunications.de)

GoTo  
[www.goto.com](http://www.goto.com)

Innovaphone  
[www.innovaphone.de](http://www.innovaphone.de)

Lifesize  
[www.lifesize.com/de](http://www.lifesize.com/de)

Logitech  
[www.logitech.de](http://www.logitech.de)

Mitel  
[www.mitel.de](http://www.mitel.de)

Nfon  
[www.nfon.de](http://www.nfon.de)

Pascom  
[www.pascom.de](http://www.pascom.de)

Peoplefone  
[www.peoplefone.de](http://www.peoplefone.de)

Placetel

[www.placetel.de](http://www.placetel.de)

Plusnet

[www.plusnet.de](http://www.plusnet.de)

Poly

[www.poly.com](http://www.poly.com)

RingCentral Germany

[www.ringcentral.com/de/de](http://www.ringcentral.com/de/de)

Sipbase

[www.sipbase.de](http://www.sipbase.de)

Sipgate

[www.sipgate.de](http://www.sipgate.de)

Starface

[www.starface.com](http://www.starface.com)

O2 Telefónica

[www.telefónica.de](http://www.telefónica.de)

Tiptel

[www.tiptel.com](http://www.tiptel.com)

Toplink

[www.toplink.de](http://www.toplink.de)

Vodafone

[www.vodafone.de](http://www.vodafone.de)

Vodia

[www.vodia.com/de](http://www.vodia.com/de)

Zoom

[www.zoom.us](http://www.zoom.us)

Xelion

[www.xelion.com/de](http://www.xelion.com/de)

## Smart Home

Acer

[www.acer.de](http://www.acer.de)

Apple

[www.apple.de](http://www.apple.de)

Asus

[www.asus.de](http://www.asus.de)

Belkin

[www.belkin.de](http://www.belkin.de)

Buffalo

[www.buffalo-technology.com/de](http://www.buffalo-technology.com/de)

Devolo

[www.devolo.de](http://www.devolo.de)

D-Link

[www.d-link.de](http://www.d-link.de)

**DoorBird**  
Bird Home Automation GmbH

[www.doorbird.com](http://www.doorbird.com)

Uhlandstraße 165, 10719 Berlin, Deutschland

+49 (0) 30 120 8586 5

[pr@doorbird.com](mailto:pr@doorbird.com)

Partnerportal:

[www.doorbird.com/de/partner](http://www.doorbird.com/de/partner)

Innovative IP-Technologie in der Türkommunikation für Einfamilienhäuser als auch für große Wohnanlagen und Gewerbegebäude.

Fritz!

[www.fritz.com](http://www.fritz.com)

Grundig

[www.grundig.de](http://www.grundig.de)

Hama

[www.hama.de](http://www.hama.de)

Honeywell

[www.honeywell.com](http://www.honeywell.com)

Lenovo

[www.lenovo.de](http://www.lenovo.de)

LG Electronics

[www.lg.de](http://www.lg.de)

Linksys

[www.linksys.com](http://www.linksys.com)

Logitech

[www.logitech.de](http://www.logitech.de)

Medion

[www.medion.de](http://www.medion.de)

Microsoft

[www.microsoft.de](http://www.microsoft.de)

Netgear

[www.netgear.de](http://www.netgear.de)

Samsung Electronics

[www.samsung.de](http://www.samsung.de)

Tado

[www.tado.com/de](http://www.tado.com/de)

Technisat

[www.technisat.de](http://www.technisat.de)

TP-Link

[www.tp-link.com/de](http://www.tp-link.com/de)

Trendnet

[www.trendnet.com](http://www.trendnet.com)

Zyxel

[www.zyxel.de](http://www.zyxel.de)

## Zubehör

4Smarts

[www.4smarts.com](http://www.4smarts.com)

Arcotec Mobilfunktechnik

[www.arcotec.de](http://www.arcotec.de)

Arktis.de

[www.arktis.de](http://www.arktis.de)

Artwizz

[www.artwizz.com](http://www.artwizz.com)

Assmann Electronic

[www.digitus.info](http://www.digitus.info)

Audioline (Ampliocomms)

[www.audioline.de](http://www.audioline.de)

Belkin

[www.belkin.com](http://www.belkin.com)

Bose

[www.bose.de](http://www.bose.de)

Bowers & Wilkins

[www.bowers-wilkins.de](http://www.bowers-wilkins.de)

CarComm Mobile Solutions

[www.carcomm.de](http://www.carcomm.de)

Cardo Systems

[www.cardosystems.de](http://www.cardosystems.de)

Cellularline

[www.cellularline.com](http://www.cellularline.com)

Crocfol

[www.crocfol.de](http://www.crocfol.de)

Dicota

[www.dicota.com/de](http://www.dicota.com/de)



D-Parts

[www.d-parts.de](http://www.d-parts.de)

Epicor

[www.myepico.com/de](http://www.myepico.com/de)

Epos

[www.eposaudio.com](http://www.eposaudio.com)

**faro-line**  
competence in communication

[www.faro.de](http://www.faro.de)

faro IMPORT EXPORT GmbH & Co. KG  
Gewerbeparkstraße 21  
DE - 03099 Cottbus  
Telefon: +49 (0)355 49491-200  
Telefax: +49 (0)355 49491-210  
E-Mail: [info@faro.de](mailto: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-Zubehör
- nachhaltiges Schutzfolienkonzept CUT & USE powered by anco®

Germanmade.

[www.germanmadepunkt.de](http://www.germanmadepunkt.de)

GN Audio Germany

[www.jabra.com.de](http://www.jabra.com.de)

Golla

[www.golla.com](http://www.golla.com)

Griffin

[www.griffintechnology.com](http://www.griffintechnology.com)

Gripis

[www.gripis.com](http://www.gripis.com)

Hama

[www.hama.de](http://www.hama.de)

Harman

[www.harman.com](http://www.harman.com)

JBL

[de.jbl.com](http://de.jbl.com)

<b>Kingston</b>	<a href="http://www.kingston.com/de">www.kingston.com/de</a>
<b>Krusell</b>	<a href="http://www.krusell.se">www.krusell.se</a>
<b>Lancom Systems</b>	<a href="http://www.lancom.de">www.lancom.de</a>
<b>Lintech</b>	<a href="http://www.lintech.de">www.lintech.de</a>
<b>Native Union</b>	<a href="http://www.nativeunion.com">www.nativeunion.com</a>
<b>Olympia</b>	<a href="http://www.olympia-vertrieb.de">www.olympia-vertrieb.de</a>
<b>Online USV-Systeme</b>	<a href="http://www.online-usv.de">www.online-usv.de</a>
<b>Otterbox</b>	<a href="http://www.otterbox.com">www.otterbox.com</a>
<b>PanzerGlass</b>	<a href="http://www.panzerglass.com">www.panzerglass.com</a>
<b>Parrot</b>	<a href="http://www.parrot.com">www.parrot.com</a>
<b>Pearl</b>	<a href="http://www.pearl.de">www.pearl.de</a>
<b>Peter Jäckel</b>	<a href="http://www.peterjaeckel.com">www.peterjaeckel.com</a>
<b>Poly</b>	<a href="http://www.poly.com">www.poly.com</a>
<b>Samsung Electronics</b>	<a href="http://www.samsung.de">www.samsung.de</a>
<b>SBS Mobile Deutschland</b>	<a href="http://www.sbsmobile.com/de-de">www.sbsmobile.com/de-de</a>
<b>Skullcandy</b>	<a href="http://www.skullcandy.com">www.skullcandy.com</a>
<b>Sony</b>	<a href="http://www.sony.de">www.sony.de</a>
<b>Strax</b>	<a href="http://www.strax.com">www.strax.com</a>
<b>Technaxx</b>	<a href="http://www.technaxx.de">www.technaxx.de</a>
<b>Vivanco</b>	<a href="http://www.vivanco.de">www.vivanco.de</a>
<b>Xiaomi</b>	<a href="http://www.mi.com/de">www.mi.com/de</a>
<b>Xtorm</b>	<a href="http://www.xtorm.eu/de">www.xtorm.eu/de</a>
<b>ZAGG</b>	<a href="http://www.zagg.com">www.zagg.com</a>

## Netzbetreiber/ Provider

Mobilfunk	
<b>1&amp;1</b>	<a href="http://www.1und1.de">www.1und1.de</a>
<b>Deutsche Telekom</b>	<a href="http://www.telekom.de">www.telekom.de</a>
<b>Freenet</b>	<a href="http://www.freenet.de">www.freenet.de</a>
<b>O2 Telefónica</b>	<a href="http://www.o2online.de">www.o2online.de</a>
<b>Vodafone</b>	<a href="http://www.vodafone.de">www.vodafone.de</a>

### Breitband

**1&1**  
[www.1und1.de](http://www.1und1.de)

**1&1 Versatel**  
[www.versatel.de](http://www.versatel.de)

**O2 Telefónica**  
[www.telefonica.de](http://www.telefonica.de)



**Deutsche Glasfaser**

## FACHHÄNDLER WERDEN.

Kontaktieren Sie uns unter:  
[deutsche-glasfaser.de/fachhaendler](http://deutsche-glasfaser.de/fachhaendler)  
[toppartner@deutsche-glasfaser.de](mailto:toppartner@deutsche-glasfaser.de)

Deutsche Glasfaser Wholesale GmbH  
 Am Kuhm 31 / 46325 Borken

**Deutsche Telekom**  
[www.telekom.de](http://www.telekom.de)

**Easybell**  
[www.easybell.de](http://www.easybell.de)

**Ecotel Communication**  
[www.ecotel.de](http://www.ecotel.de)

**Filiago**  
[www.filiago.de](http://www.filiago.de)

**Gamma**  
[www.gammacomunications.de](http://www.gammacomunications.de)

**Extra**

### Provision



- Schnelle Provision
- Provider unabhängig
- Zu jedem Breitbandvertrag durch Routervermietung

  
**miepo**  
 Miepo GbR  
[www.business-miepo.de](http://www.business-miepo.de)  
 03923/7589750  
[info@miepo.de](mailto:info@miepo.de)

### Plusnet

**Wir leben Kommunikation**

**Plusnet GmbH**  
[www.plusnet.de](http://www.plusnet.de)  
 Rudi-Conin-Straße 5a  
 50829 Köln  
 Tel.: 0800 77 22 375  
[info@plusnet.de](mailto:info@plusnet.de)

**SkyDSL Deutschland**  
[www.sky-dsl.de](http://www.sky-dsl.de)

**Vodafone**  
[www.vodafone.de](http://www.vodafone.de)

**Regionale Carrier**

**EWE TEL**  
[www.ewe.de](http://www.ewe.de)

**M-net**  
[www.m-net.de](http://www.m-net.de)

**NetCologne**  
[www.netcologne.de](http://www.netcologne.de)

**Tele Columbus**  
[www.telecolumbus.com](http://www.telecolumbus.com)

**Discounter**

**Blau**  
[www.blau.de](http://www.blau.de)

**Congstar**  
[www.congstar.de](http://www.congstar.de)

**Fonic**  
[www.fonic.de](http://www.fonic.de)

**Klarmobil**  
[www.klarmobil.de](http://www.klarmobil.de)

**Otelo**  
[www.otelo.de](http://www.otelo.de)

**Simon Mobile**  
[www.simonmobile.de](http://www.simonmobile.de)

**Yourfone**  
[www.yourfone.de](http://www.yourfone.de)

**Ethno-Anbieter**

**Ay Yildiz**  
[www.ayyildiz.de](http://www.ayyildiz.de)

**Lebara Germany**  
[lebara.com/de](http://lebara.com/de)

**Lyca Mobile**  
[www.lycamobile.de](http://www.lycamobile.de)

**Ortel Mobile**  
[www.ortelmobile.de](http://www.ortelmobile.de)

**TürkeiSIM**  
[www.turkei-sim.de](http://www.turkei-sim.de)

### Sonstiges

**Repair-Dienstleister**

**Dat Repair**  
[www.service.datrepair.de](http://www.service.datrepair.de)

**ECC-ESC**  
[www.ecc-esc.de](http://www.ecc-esc.de)

**Phone Service**  
[www.phone-service.de](http://www.phone-service.de)

**W-Support.com**  
[www.w-support.com](http://www.w-support.com)

**Weyrauch Repair**  
[www.weyrauch-repair.de](http://www.weyrauch-repair.de)

**Versicherungen**

**Assona**  
[www.assona.com](http://www.assona.com)

**Easy Insurance**  
[www.easy.eu](http://www.easy.eu)

**Ergo**  
[www.ergo.de](http://www.ergo.de)

**Helvetia**  
[www.helvetia.com](http://www.helvetia.com)

 **WERTGARANTIE®**

**WERTGARANTIE SE**  
[www.wertgarantie.com](http://www.wertgarantie.com)  
 Breite Straße 6-8  
 30159 Hannover  
 E-Mail:  
[fachhaendler@wertgarantie.com](mailto:fachhaendler@wertgarantie.com)

Vor 5 Jahren

**KABEL ABGEKLEMMT**

Nach der Übernahme des ursprünglich 2005 durch den Zusammenschluss von lesy, Ish und Tele Columbus West entstandenen Kabelnetzbetreibers Unitymedia im Herbst 2019 sollte Vodafone die Marke nur noch wenige Monate nutzen. Bereits im Frühjahr 2020 wurde umdekoriert. Heute ist Vodafone dank des dazugekauften Netzes der größte Kabelbetreiber in Deutschland.

Vor 15 Jahren

**DER NÄCHSTE STREICH**

Es sah aus wie ein großes iPhone und war ganz schön teuer: Mit dem ersten iPad belebte Apple den bis dahin in der Nische vegetierenden Markt der Tablets, in dem sich die Kultmarke bis heute klar an der Spitze behaupten kann. Aus dem ersten iPad wurde eine kleine Familie mit vier Modellen. Bis heute wurden mehr als 800 Millionen Geräte verkauft.

Vor 25 Jahren

**UNFASSBARE SUMMEN**

99,3682 Milliarden D-Mark brachte dem Staatssäckel die Versteigerung der 3G-Frequenzen ein. Sechs Anbieter erhielten den Zuschlag, doch am Ende sollten nur die vier bestehenden Netzbetreiber T-Mobile, D2 Mannesmann/Vodafone, E-Plus und Viag Interkom tatsächlich UMTS einführen. Anfang 2022 wurde die einst so teure Technik wieder abgeschaltet.



Telecom Handel – die Fachzeitung für Telekommunikations-Fachhändler und Systemhäuser ist eine Publikation der Ebner Media Group GmbH & Co. KG

**MEDIENHAUS**

Ebner Media Group GmbH & Co. KG  
Karlstraße 3  
89073 Ulm  
info@ebnermedia.de  
www.ebnermedia.de

**GESCHÄFTSFÜHRUNG**

Annabel Ebner, Marco Parrillo  
DE147041097  
Sitz: Ulm, Amtsgericht Ulm, HRA 1900  
Persönlich haftende Gesellschafterin der Ebner Media Group GmbH & Co. KG ist die Ebner Ulm MGV GmbH, Ulm.  
Sitz: Ulm, Amtsgericht Ulm, HRB 576

**OFFICE**

Ebner Media Group GmbH & Co. KG  
Office München  
Brienerstraße 45a-d  
80333 München  
Telefon: +49 731 88005-8000  
www.telecom-handel.de

**VERANTWORTUNG CONTENT**

**Chefredaktion**  
Roland Bernhard  
roland.bernhard@ebnermedia.de

**Redaktionelle Mitarbeit**  
Sabine Block, Boris Boden

**Art Direction**  
Maria-Luise Steinkühler  
malu.steinkuehler@ebnermedia.de

**Gestaltung**  
EMG DESIGN UNIT  
DesignUnit@ebnermedia.de

**Publisher**  
Roland Bernhard  
roland.bernhard@ebnermedia.de

**MEDIA**

**Media Sales**  
Klaus Ahlering  
klaus.ahlering@ebnermedia.de

**Client Success (Disposition)**  
Anja Büttner  
clientsuccess@ebnermedia.de

**HERSTELLUNG, VERTRIEB & KUNDENSERVICE**

**Leitung Herstellung, Vertrieb & Kundenservice**  
Thomas Heydn  
thomas.heydn@ebnermedia.de

**Kundenservice**  
Telefon: +49 731 88005-8205  
kundenservice@ebnermedia.de

**DRUCK**

L.N. Schaffrath GmbH & Co. KG  
DruckMedien, Marktweg 42-50  
47608 Geldern

**VERÖFFENTLICHUNG § 8 ABS. 3 BAYPRG**

Alleinige Gesellschafterin der Ebner Media Group GmbH & Co. KG ist die Ebner Ulm MGV GmbH, Ulm.



