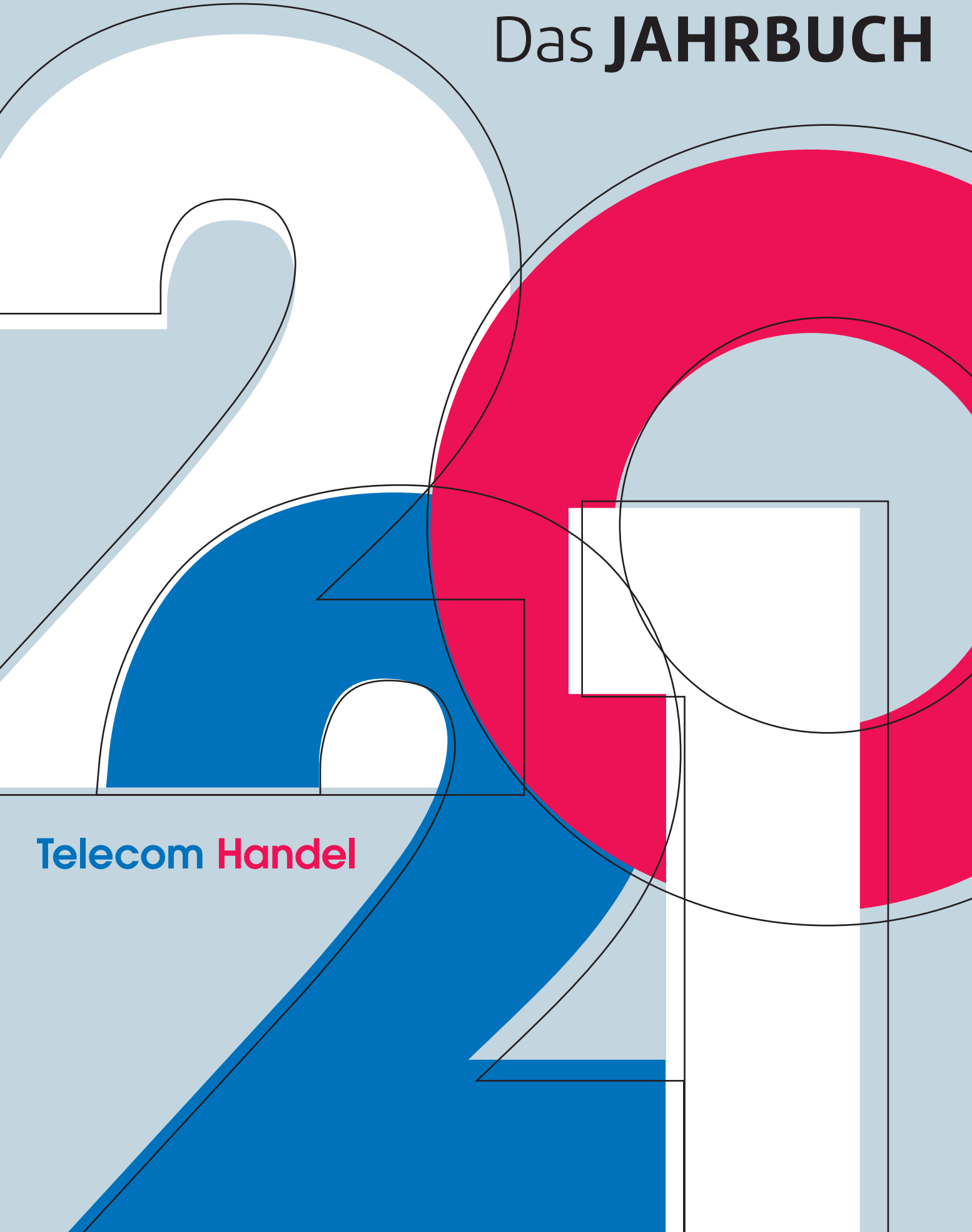
Das **JAHRBUCH**



Telecom Handel

Gemeinsam durch schwere Zeiten

Bereits das zweite Jahr hält die Corona-Pandemie Deutschland und die Welt nun schon in Atem – und ein Ende scheint kaum in Sicht zu sein. Immerhin hat die Politik seit dem zweiten Lockdown ein Einsehen mit dem Handel und erkennt seine Bedeutung an: Wenn überhaupt, so mussten Geschäfte – zumindest bislang – nur in einigen Regionen schließen. Neben Corona waren die Lieferprobleme der Industrie, insbesondere bei den Smartphones, ein zentrales Thema, das die Branche bewegt hat – und wohl noch weiter bewegen wird.

In diesem Jahrbuch lassen wir die wichtigsten Ereignisse des Jahres noch einmal Revue passieren. Erfahren Sie, wer zu den Gewinnern und Verlierern 2021 zählt und welche Händler mit einem „Best Practice Award“ ausgezeichnet wurden. Und tauchen Sie ein in den Branchenevent „Communicate!“, auf dem wir in München mit rund 550 Fachhändlern sowie Vertretern von Netzbetreibern, Herstellern und Distributoren gemeinsam Wege aus der Krise gesucht haben.

Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen!

Roland Bernhard
Chefredakteur

PS: Sie können dieses Jahrbuch auch als PDF herunterladen unter
www.telecom-handel.de/jahrbuch

Jahrbuch 2021

16

24

40

72

104

110

5 **Rückblick**

Das war das Jahr 2021
Das war das zweite Jahr in der Corona-Zeit: Ein Rückblick mit den wichtigsten Ereignissen und Zahlen **S. 6**

24 **Communicate!**

Volles Haus in München
Bei einer der wenigen Veranstaltungen der Branche trafen sich Hersteller, Netzbetreiber, Distributoren und Händler **S. 24**

Die besten Händler des Jahres
Diese Reseller wurden in sieben Kategorien mit den Best Practice Awards von Telecom Handel ausgezeichnet **S. 28**

39 **Distribution**

Leserwahl: Die besten Großhändler
Herweck gewinnt zum zweiten Mal in Folge bei der Händlerbefragung **S. 40**

Mehr als nur Kistenschieben
Diese Services bieten die Distributoren ihren Fachhändlern **S. 44**

65 **Hersteller**

Leserwahl: Smartphone-Hersteller
Samsung verteidigte den ersten Platz **S. 66**

Wer liefert was? Handy-Hersteller
Großhändler für Smartphones **S. 70**

Leserwahl: TK- und UC-Hersteller
AVM, Starface und ALE gewannen **S. 72**

Wer liefert was? On-Prem und Cloud
Die Angebote der Distributoren **S. 78**

95 **Netzbetreiber**

Die Ergebnisse der Leserwahlen in verschiedenen Bereichen **S. 96**

Wer liefert was? Festnetz und Mobilfunk
Die Programme der Großhändler **S. 104**

110 **Anbieterverzeichnis**

Die wichtigsten Anbieter und Distributoren in verschiedenen Segmenten im Überblick **S. 110**

Rangezoomt/Impressum **S. 114**

Fotos: Sheila-Fitzgerald, PopTika, This Lama, Abscent / Shutterstock

FOKUS

Rückblick

Rückblick 2021

- 5G schafft den Durchbruch S. 6
- Klare Worte S. 8
- Corona und der Handel S. 10
- Das passierte in der B2B-Welt S. 12
- Netzbetreiber und Provider S. 14
- Distribution S. 15
- Die Lieferkrise S. 16
- Smartphones des Jahres S. 19
- Herausforderung für die Hersteller S. 20
- Die Zahlen des Jahres S. 22
- Das war die Communicate! 2021 S. 24

Best Practice Awards

- Shop-Gestaltung S. 28
- Local Hero S. 30
- Marketing S. 32
- Web-Präsenz S. 34
- Personalführung S. 35
- Service S. 36
- Innovation S. 37

5G Der Durchbruch

Eine neue Technologie

Schneller als mancher gedacht hat, wird 5G Realität in Deutschland: Die Telekom und Vodafone haben ihre Netze bereits in die Fläche gebracht und der Spätstarter O2 baut inzwischen zügig aus, während der vierte Lizenzinhaber 1&1 langsam zur Startlinie schreitet. Die Auswahl an 5G-fähigen Smartphones nimmt ebenfalls zu.

Im Frühjahr hat eine Bitkom-Umfrage ergeben, dass die 5G-Fähigkeit ihres Smartphones für rund zwei Drittel der Endkunden bereits ein wichtiges Kaufkriterium bei der Neuanschaffung ist. Selbst wenn sie noch keine Nutzer der neuen Technologie sind, weil sie vielleicht noch keine Abdeckung oder keinen passenden Tarif haben, wollen sie offenbar gerüstet für die Zukunft sein. Nach Angaben des Hemix wurden im dritten Quartal erstmals mit 57 Prozent die meisten Umsätze mit 5G-Smartphones erzielt.

Vor allem die Verfügbarkeit von günstigeren Chip-Sätzen mit 5G wie dem Dimensity 700 von Mediatek oder dem Snapdragon 480 von Qualcomm hat schon dieses Jahr dazu geführt, dass beispielsweise Xiaomi Smartphones der 200-Euro-Klasse mit dem Datenturbo anbieten konnte. Im Oberklassesegment kommt praktisch kein Gerät mehr ohne 5G aus, damit ist die breite Einführung bei der Hardware viel schneller gegangen als vorher bei UMTS oder LTE.

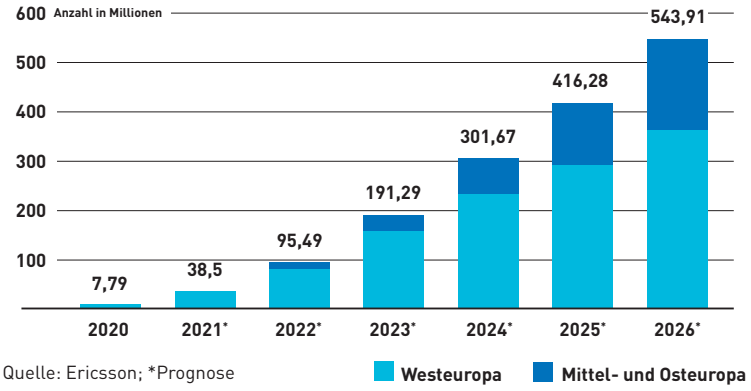
Nun ist die Bühne reif für die nächste Generation der Hardware mit Notebooks, Tablets und IoT-Geräten mit 5G-Modems. Der Chip-Riese Qualcomm bereitet hier schon den Markt mit ersten Entwicklungen. Der Deutschland-Chef Hamid-Reza Nazeman sagte im Mai im Interview mit Telecom Handel: „Grundsätzlich wird irgendwann alles vernetzt sein, was vernetzbar ist. Mit immer günstigeren Modulen wird das möglich. Mit 5G wird das Thema IoT deutlich an Fahrt gewinnen."

1

Bild 1 Zur IAA Mobility demonstrierte O2 ein Rennen mit 5G-Steuerung ohne Verzögerung

Denn auch die Netzbetreiber haben 5G schnell erschlossen: Die Telekom schraubte das Ausbauziel nach oben und will nun bis Ende des Jahres 90 Prozent der Bevölkerung versorgen. Im April waren es bereits 80 Prozent in 5.000 Städten und Gemeinden. „Wir haben angekündigt und wir haben geliefert – schneller als geplant", sagte dazu Telekom-Deutschland-Vorstand Srini Gopalan. Insgesamt habe man 50.000 Antennen im 5G-Netz im Betrieb. Auf dem Land werden

5G-Anschlüsse in Europa



Quelle: Ericsson; *Prognose

2

3

2,1-GHz-Frequenzen verwendet, in mehr als 30 Städten kommt auch 3,6 GHz mit bis zu einem Gigabit zum Einsatz.

Telefónica holt auf

Telefónica Deutschland startete erst vor gut einem Jahr den kommerziellen 5G-Betrieb, macht beim Ausbau seines Mobilfunknetzes aber nun Fortschritte und holt auf. Im Herbst waren 3.000 Antennen in mehr als 100 deutschen Städten aktiviert. Zudem nutzte der Carrier zu diesem Zeitpunkt dafür ausschließlich die schnellen 3,6-GHz-Frequenzen, bei denen die Konkurrenz deutlich weniger weit voraus war, da sie die hohen Antennenzahlen vor allem durch eine Nutzung alter 4G-Standorte auf niedrigeren Frequenzen erreichten. „Wir wollen bis Jahresende mehr als 30 Prozent der Bevölkerung in Deutschland mit 5G versorgen", erklärte Telefónica-Deutschland-Chef Markus Haas damals. Ende 2022 sollen es mindestens 50 Prozent sein.

Die Netzbetreiber haben erkannt, dass sie im Alleingang nicht immer den Forderungen der Bundesnetzagentur und der Endkunden nach schnellem mobilen Internet in der Fläche nachkommen können. Im Januar haben sie eine Erklärung unterschrieben, die sogenannten grauen Flecken zu gleichen Teilen mit gemeinsamen Funktürmen zu schließen. Das sind rund 2.400 Standorte vor allem in dünn besiedelten Gegenden, an denen Kunden nicht alle Netze mit mindestens LTE-Tempo zur Verfügung stehen.

Solche Antennen müssen dann auch gleich 5G-fähig sein, wobei sich auch dieses Jahr gezeigt hat, dass die Carrier beim Ausbau in der Fläche auf unterschiedliche Frequenzbereiche und Strategien setzen.

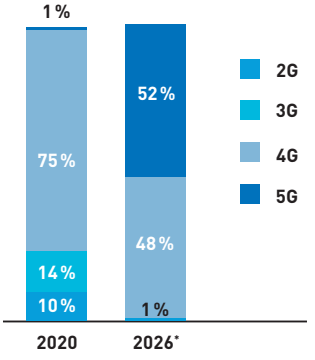
Der nächste technologische Schritt ist bereits eingeleitet, denn als erster Netzbetreiber stellt Vodafone seit dem Herbst etwa zehn Millionen seiner Kunden 5G-Stand-alone zur Verfügung, bei dem das Netz nicht mehr auf 4G-Technik zurückgreifen muss und Leistungsmerkmale wie die geringe Latenzzeit oder eine höhere Kapazität des Netzes erst möglich werden. Bis 2023 wollen die Düsseldorfer ihr 5G-Netz komplett umstellen, die anderen beiden Netzbetreiber, die sich noch in Versuchen befinden, dürften folgen.

Die ersten Türme für ein eigenes 5G-Netz baut jetzt auch der vierte Inhaber einer Lizenz, 1&1, in Zusammenarbeit mit dem japanischen Internet-Konzern Rakuten. Das ist auch dringend nötig, denn nach Vorgaben der Bundesnetzagentur müssen bis Ende des nächsten Jahres 1.000 Basisstationen errichtet werden. Erst im Sommer hatte man sich mit Telefónica Deutschland über einen Roaming-Vertrag geeinigt, der 4G umfasst und 5G so lange öffnet, bis die Kunden in das eigene 1&1-Netz migriert werden, was erst 2023 erfolgen soll. •

Bild 2 Als erster Netzbetreiber bietet Vodafone 5G-Stand-alone an

Bild 3 Der Ausbau von Funktürmen mit 5G geht rapide voran, auch wenn es lokal manchmal Widerstand gibt

Anteile von Mobilfunkanschlüssen



Quelle: GSMA Intelligence, *Prognose in Deutschland

Foto: izzayani / Shutterstock

Die klaren Worte des Jahres 2021

„Wir brauchen eine deutsche TÜV- und Tesla-Mentalität“

Hannes Ametsreiter,
CEO Vodafone Deutschland

„Die drei Weisheiten der Tablet - und Handy- Versicherung sind: Display-Schaden, Display-Schaden, Display-Schaden“

Patrick Döring,
Vorstandsvorsitzender Wertgarantie AG

„Es hilft nicht, zu denken, man müsste nur online gehen und die Welt wäre gerettet“

Manfred Gößl,
Hauptgeschäftsführer der Industrie- und Handelskammer München und Oberbayern

„Man glaubt's nicht, aber als ich Bundeskanzlerin wurde, gab es das iPhone noch nicht“

Angela Merkel,
(Ex-)Bundeskanzlerin

„Deutschland steckt beim Thema Digitalisierung in einer Umsetzungskrise“

Timotheus Höttges,
Vorstandsvorsitzender der Telekom AG

„Ich kenne durchaus Fälle, wo ein Ort sagt: Ich hätte gerne 5G, aber bitte keinen Mast“

Achim Berg,
Präsident des Branchenverbands Bitkom

„Olaf Scholz holte im März 2020 die Bazooka heraus. Aber ein Waffensystem ist immer nur so gut wie die Leute, die es bedienen. Und da kamen nur Knallerbsen heraus“

Karl Trautmann,
Vorstand ElectronicPartner

„Das iPhone 12 ist das beste Smartphone der Welt“

Ren Zhengfei,
CEO von Huawei

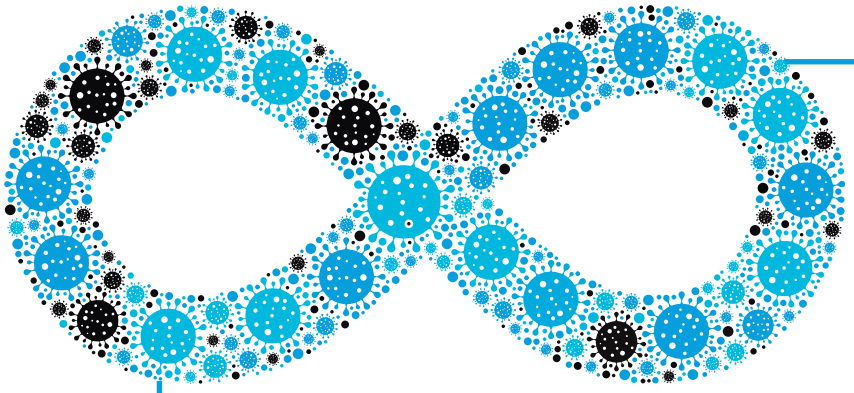
O2 can do

o2.de/netz

Willkommen im sehr guten Netz von O2

Eine Telefónica Marke

* SMARTPHONE MAGAZIN NETZTEST 2022, Heft Dez. 2021 – Jan. 2022: „sehr gut“ (283 Punkte); insgesamt wurden vergeben: 1x „hervorragend“ (307 Punkte), 2x „sehr gut“ (283 und 279 Punkte). Hier symbolisch eingesetzte Empfangsbalken sind auf Mobilfunkgeräten nur ein Indikator für die örtliche Signalstärke des Netzes. Telefónica Germany GmbH & Co. OHG, Georg-Brauchle-Ring 50, 80992 München, WEEE-Reg.-Nr. DE 10160685



Das zweite Corona-Jahr

Erneuter Lockdown für den Handel

Ein paar Sommermonate lang war alles gut: Die Inzidenz der Corona-Neuinfektionen stagnierte auf niedrigem Niveau, Geschäfte und Restaurants waren geöffnet – doch mit dem Beginn der kalten Jahreszeit im Spätherbst 2020 schlug das Virus wieder massiv zurück. Im November 2020 wurde der sogenannte Lockdown Light ausgerufen, und Anfang Januar 2021 gab die Bundesregierung dann den zweiten harten Corona-Lockdown bekannt. Mit der Folge, dass auch viele Läden wieder schließen mussten. Manche Händler hatten eine Sondergenehmigung erwirkt. Oftmals durften sich Kunden auch nur im Eingangsbereich aufhalten, nicht aber das Ladengeschäft betreten. So konnten Reparaturen und Dienstleistungen angeboten werden, aber auch die Abholung von bestellter Ware war möglich. Kritik kam im TK-Handel auf, dass etwa Großmärkte nicht nur Dinge des täglichen Bedarfs verkaufen durften, sondern zum Beispiel auch Smartphones.

Neue Virusvarianten

Ab Februar 2021 breitete sich die ansteckendere Alpha-Variante des Coronavirus immer mehr aus. Das blieb nicht ohne Folgen: Nachdem die Inzidenz kurzzeitig auch in Folge des Lockdowns zurückgegangen war, stiegen die Zahlen plötzlich wieder: Die dritte Welle stand vor der Tür. Die Regierung hingegen schlingerte zunächst zwischen Lockdown und Lockerungen hin und her. Zunächst hieß es, dass es eine fünftägige Osterruhe geben sollte, dann übernahmen doch wieder die Bundesländer die Regie – mal mit „Corona-Notbremse", mal ohne. Für den Handel bedeutete diese Phase einmal mehr größtmögliche Unsicherheit ohne jegliche Perspektive für die Zukunft.

Drei Viertel forderten Öffnung

Im Rahmen einer Leserbefragung hatte Telecom Handel Mitte März ein aktuelles Stimmungsbarometer ermittelt. Die wichtigste Botschaft: Drei von vier Fachhändlern forderten, dass ihre Shops wieder regulär geöffnet werden dürfen und

1

Bild 1 Bei einigen Händlern konnte man Waren direkt mit dem Auto abholen

Bild 2 Die meisten Läden mussten im Lockdown schließen

2

Foto: ArtMediaWorx, DesignRage, Aha-Soft / Shutterstock

3

damit genauso wie Lebensmittelgeschäfte, Blumenläden und Baumärkte behandelt werden – natürlich unter Beibehaltung eines Hygienekonzepts. Allerdings betrieb zu diesem Zeitpunkt schon ein knappes Drittel aller Händler ihre Shops – häufig mithilfe einer Ausnahmegenehmigung – im Normalbetrieb. 65 Prozent boten eine Beratung nach Terminvereinbarung (Click & Meet) an, und 43 Prozent ermöglichten die Abholung von Waren (Click & Collect). Bei den meisten Händlern – insbesondere mit Schwerpunkt im Consumer-Segment – waren die Umsätze stark gesunken, jedoch blieb das Minus im zweiten Lockdown unter dem des ersten im Frühjahr 2020.

Veränderungen im Handel

Dennoch gaben viele Händler an, dass sie trotz Lockdown positiv in die Zukunft blicken würden. So manche Änderung, die während der Corona-Zeit eingeführt wurde, schien sich auch für die Zeit danach zu eignen. Ein Beispiel hierfür ist die Terminvergabe: Einige Händler haben die Öffnungszeiten reduziert – und den Laden beispielsweise morgens später geöffnet oder den Samstag komplett gestrichen. Stattdessen wurden vermehrt individuelle Termine vereinbart, häufig nach den regulären Geschäftszeiten.

4

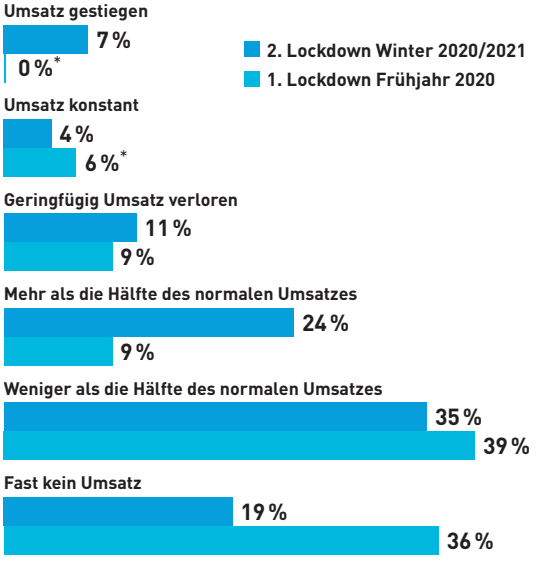
Weniger physische Veranstaltungen

Massive Auswirkungen hatte Corona im Jahr 2021 auch auf die vielen sonst in der Branche üblichen Präsenzveranstaltungen. So fiel die IFA zum zweiten Mal in Folge aus, auch eine Online-Variante gab es – anders als im Vorjahr – nicht. Ähnlich erging es vielen Hausmessen der Distributoren, die ebenfalls entweder gar nicht stattfanden oder aber in den virtuellen Raum verlegt wurden. Die Communicate! blieb Mitte September 2021 letztlich eine der wenigen größeren Veranstaltungen, die überhaupt vor Ort möglich waren.

Die vierte Welle

Obwohl im Herbst rund zwei Drittel der Bevölkerung geimpft war, stiegen die Inzidenz-Zahlen, insbesondere aufgrund der noch ansteckenderen Delta-Variante, im November wieder stark an. Auch wenn die Politik offiziell nicht mehr von einem Lockdown sprechen wollte, wurden in mehreren Bundesländern Einschränkungen, vor allem für ungeimpfte Personen, erlassen. Teilweise musste der Handel auch wieder schließen. •

Umsätze während des zweiten Lockdowns



Im 2. Lockdown war der Umsatzverlust kleiner

Quelle: Leserbefragung Telecom Handel
* Im Frühjahr 2020 wurden die beiden Antwortmöglichkeiten zusammengefasst.

Bild 3 Der zweite Lockdown sorgte für deutlich mehr Unmut im Handel als der erste

Bild 4 Viele Händler reduzierten ihre Öffnungszeiten

Die Konsolidierung geht weiter

Starface expandiert

Vor allem die zweite Jahreshälfte brachte einige Veränderungen bei den TK- und UCC-Herstellern. Am deutlichsten zeigt sich das bei Starface: Im September hatten die Karlsruher den Cloud-PBX-Anbieter Teamfon übernommen und sich somit den Zugriff auf eine Multimandanten-fähige Cloud-PBX gesichert, die darüber hinaus noch als White-Label-Angebot vermarktet werden kann. Kurz darauf, im Oktober, kündigte Starface an, man wolle mit dem UCC-Spezialisten Estos unter dem Dach der SF Technologies Gruppe zusammengehen. Damit verdoppelte der Hersteller die Zahl seiner Mitarbeiter – und auch der Partner. Die Unternehmen haben nun Zugriff auf mehr als 1.500 Reseller, die möglichst die Produkte aller Beteiligten vermarkten sollen.

RingCentral greift an

Die Wettbewerber betrachteten diese Entwicklung natürlich mit Argwohn. Mehr Sorge dürfte so manchem aber die Entwicklung von RingCentral aus den USA machen. Nachdem der UCaaS-Anbieter 2020 schon Partnerschaften mit den Herstellern Atos (Unify), Alcatel-Lucent Enterprise und Avaya abgeschlossen hatte, folgte nun die Ankündigung, man wolle auch mit Mitel kooperieren. Rund 650 Millionen US-Dollar ist RingCentral diese Kooperation wert. Anders als bei den anderen Partnern wird Mitel das Produkt unter der Marke RingCentral anbieten und arbeitet aktuell an einem Modell, wie die Reseller die Lösungen verkaufen können. Ziel ist dabei, dass die Partner den Vertrag mit den Endkunden halten und nicht RingCentral – wie das bei den anderen Herstellern der Fall ist. Wie genau dies aussehen könnte, ist allerdings noch weitgehend offen.

Darüber hinaus arbeitet das Unternehmen nun auch mit Ecotel und 1&1 Versatel zusammen – und es gibt auch Vereinbarungen mit der Deutschen Telekom und Vodafone, die allerdings noch nicht mit Leben gefüllt sind. Parallel dazu ist RingCentral gerade dabei, mit einigen Distributoren entsprechende Verträge

1

Bild 1 Die SF Technologies Gruppe hat mit Estos ein weiteres Mitglied

2

Bild 2 RingCentral gibt weiter Gas im UCaaS-Markt

Fotos: Fotoldee, Girts Ragelis, Monkey Business Images / Shutterstock

3

Bild 3 Die vielen Videokonferenzen belasteten viele Mitarbeiter, sie litten unter Zoom-Fatigue

auszuhandeln. Ziel ist sicherlich, sich so schnell wie möglich ein großes Stück vom deutschen Cloud-PBX-Markt zu sichern, der laut den Analysten von Cavell hierzulande bis 2025 immerhin einen Marktanteil von 28,5 Prozent haben soll. Zum Vergleich: 2020 lag er noch bei 9,8 Prozent. Damit ist aber auch klar, dass der On-Prem-Bereich auch in den nächsten Jahren weiterhin dominieren wird.

Dennoch gibt es nur noch wenige Hersteller, die keine Cloud-PBX im Programm haben. Andere wie beispielsweise Pascom haben sogar angekündigt, sich komplett vom On-Prem-Geschäft trennen zu wollen, wenn auch mit einer Übergangsfrist bis zum Jahr 2025.

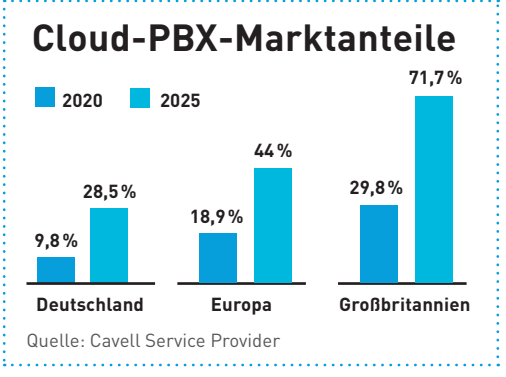
Collaboration weiterhin wichtig

Darüber hinaus stieg nach wie vor der Bedarf an Collaboration-Lösungen, auch durch den anhaltenden Trend zum hybriden Arbeiten. Und die Hersteller machten hier – ebenso wie die Reseller – meist gute Geschäfte, zumal die steigenden Infektionszahlen zum Ende des Jahres die Homeoffice-Nutzung wieder in die Höhe trieben. Doch diese Entwicklung hat und hatte auch ihre Schattenseiten: Immer mehr Mitarbeiter beklagten, die vielen Videokonferenzen würden sie zunehmend ermüden, Stichwort Zoom-Fatigue. Und sie wünschten sich alternative Lösungen, um die Arbeit effizienter zu gestalten. Das ist eine gute Möglichkeit für Reseller, hier mit Beratung zu punkten.

4

Bild 4 Immer mehr Händler stiegen in die GK-Vermarktung ein

Corona hatte aber auch im mittlerweile zweiten Pandemiejahr einen zusätzlichen Effekt: Immer mehr Händler suchten sich neben dem PK-Geschäft ein zweites Standbein im Geschäftskunden-Bereich und wurden dabei auch von den Distributoren auf vielfältige Art und Weise unterstützt *(siehe Seite 15)*. Der Grund: B2B-Kunden sind nicht so preissensitiv und auch bereit, bei gutem Service mehr zu bezahlen. Eine Chance, die viele Händler nutzten und nutzen wollen. ●



Licht und Schatten

Dunkle Wolken am Horizont

Neben vielen positiven Ereignissen wie dem fortschreitenden Ausbau von 5G, der Händlern neue Verkaufsargumente für Tarife und Hardware gebracht hat, war das Jahr 2021 leider auch von einigen schwierigen Themen bei den Netzbetreibern geprägt.

Während des Lockdowns zu Beginn des Jahres standen viele Händler und Partnershop-Betreiber vor der Frage „Was passiert mit unseren Zielvereinbarungen?“. Die Netzbetreiber und Service-Provider kamen den Resellern dabei – wie auch schon 2020 – weitgehend entgegen, wenn auch nicht in dem Maße, wie es sich manche Händler erhofft hatten. Gegenüber Telecom Handel machten deshalb einige ihrem Unmut über „Verschärfungen bei Zielvereinbarungen“ und „fehlende Kulanz“ Luft.

Etwas ungemütlich schien es im März für Telefónica zu werden, als mehr als ein Dutzend O2-Shop-Betreiber einen neuen Verband ins Leben gerufen haben: den OPSHVV e.V. Zweck der Vereinigung war es, „die Interessen der Telefónica und der O2-Partnershop-Betreiber als eng verbundene Partner im Einklang zum gemeinsamen Erfolg voranzutreiben“. Der Netzbetreiber sah die Gründung als nicht notwendig an. „Es gibt bereits eine Vielzahl an Dialogmöglichkeiten, die von unseren Partnern sehr gut angenommen werden. Aus unserer Sicht bietet ein Austausch über ein weiteres Gremium wie dem OPSHVV weder für unsere Partner noch für Telefónica Germany einen erkennbaren Vorteil“, sagte dazu Rüdiger Baumann, Vice President B2C Retail Partnershops bei Telefónica.

Ungemach gab es im Sommer auch bei Vodafone. Der Düsseldorfer Netzbetreiber hatte Strafanzeige gegen mehrere Partneragenturen erstattet und außerordentliche Kündigungen ausgesprochen. Weitere Fälle befinden sich noch in Untersuchung. Bei Konkretisierung von Sachverhalten werde Vodafone auch hier Strafanzeige erstatten, hieß es vom Netzbetreiber.

Starlink startet

Als neuer Player auf dem TK-Markt präsentierte sich 2021 kein Geringerer als Elon Musk mit seinem Dienst Starlink. Er drang damit in das angestammte Geschäftsfeld von Anbietern wie Eutelsat ein, die ebenfalls Internet via Satellit vermarkten. Die Netzbetreiber setzten dagegen weiter auf den Ausbau der Glasfaser, wie die Telekom, die mit dem Investor IFM Global Infrastructure Fund das Joint Venture GlafaserPlus GmbH gründete. ●

Foto: metamorworks / Shutterstock

Suche nach Geschäftskunden

Fexcom in Teilen gerettet

Während es im vergangenen Jahr Übernahmen und Umstrukturierungen im Distributoren-Umfeld gab, war dieses Jahr weitgehend ruhig. Nachdem der Mobilfunkdienstleister Philion SE im Oktober 2020 einen Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens für seine Tochtergesellschaften Fexcom GmbH und One Brand Solutions GmbH stellen musste, wurde die Zukunft zumindest teilweise gesichert: So hatte die SafeToNet Family Store GmbH im Rahmen eines Asset-Deals den Geschäftsbetrieb, 81 Stores und 220 Mitarbeiter mit Wirkung zum 1. Januar 2021 übernommen. Allerdings gab es im Zuge der Übernahme auch einen deutlichen Personalabbau. Dieser betraf offenbar fast jeden zweiten Job, denn vor der Eröffnung des Insolvenzverfahrens gab es bei Fexcom und One Brand Solutions noch rund 160 Shops sowie 400 Mitarbeiter.

B2B-Geschäft wächst

Ausgelöst durch Corona und die streckenweisen Ladenschließungen haben die Großhändler zudem ihr Engagement im Geschäftskunden-Bereich verstärkt. Parallel dazu haben einige Netzbetreiber mehr Distributoren im GK-Segment aufgenommen. Ein Beispiel dafür ist Vodafone, die Düsseldorfer erweiterten die Zusammenarbeit mit Großhändlern in diesem Jahr beispielsweise um Komsa und auch Brodos. Das Ziel ist, insgesamt mehr Partner für die GK-Vermarktung zu gewinnen.

Neben dem Netzbetreibergeschäft bauten manche Großhändler auch ihre Angebote im Cloud-Umfeld weiter aus und haben hier einige neue Kooperationen unterzeichnet *(siehe auch Seite 78)*.

Ein weiteres Problem, das die Branche und damit auch die Distributoren in diesem Jahr beschäftigte, ist die knappe Verfügbarkeit von Produkten, ausgelöst durch die Chip-Krise *(Seite 16)*. Einige Großhändler befürchteten deshalb vor allem für das wichtige Jahresendgeschäft Lieferengpässe, betonten aber auch, sie seien gut gerüstet. Ein Thema, dass die Branche 2022 noch weiter prägen wird. •

1

2

Bild 1 Die Distributoren haben ihr Cloud-Geschäft ausgeweitet

Bild 2 Die neu gegründete SafeToNet Family Store GmbH übernahm 81 Shops von Fexcom und One Brand Solutions

Foto: Ratana21 / Shutterstock

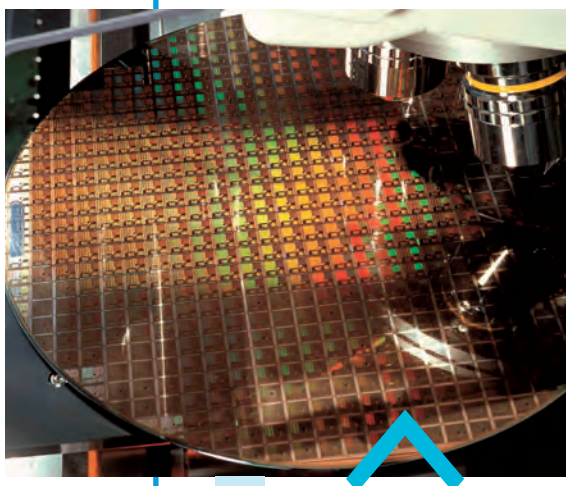
Ein Jahr im Lieferchaos

Zu hohe Nachfrage

Eigentlich ist eine starke Nachfrage eine gute Nachricht für Händler. Doch dieses Jahr wurden die Gesetze des Markts ausgehebelt, denn eine hohe Nachfrage auch nach Elektronikprodukten traf auf ein kleineres – und manchmal auch gar nicht vorhandenes – Angebot. Ein Corona-Ausbruch in der chinesischen Hafenstadt Yantian, ein plötzlicher starker Bedarf an Tablets in deutschen Schulen und ein havarierter Frachter im Suezkanal – diese Ereignisse des Jahres hatten nur scheinbar keinen Zusammenhang. Doch in ihrem zeitlichen Zusammentreffen in den vergangenen Monaten haben diese und weitere auf den ersten Blick kleinere Ereignisse eine große Krise ausgelöst. Im angelsächsischen Sprachraum wird das als „perfect storm" bezeichnet.

Die Lieferkrise ist so groß, dass sie die gesamte wirtschaftliche Erholung in Deutschland gefährdet. Laut dem Kieler Institut für Weltwirtschaft (IfW) wird sie die Industrieproduktion noch lange belasten: „Für das gesamte Jahr 2021 dürften sich die Verluste für die deutsche Volkswirtschaft auf rund 25 Milliarden Euro belaufen", schätzt IfW-Konjunkturexperte Klaus-Jürgen Gern. Laut einer Umfrage des Instituts für Wirtschaftsforschung (Ifo) hatten schon im Sommer 80 Prozent der Elektronikhersteller, Autobauer und Zulieferer Probleme, an Chips zu kommen. Deshalb wurden Neuwagen „auf Halde" geparkt, bis Komponenten wieder verfügbar waren, oder bestimmte Ausstattungen wie Navigationssysteme nicht mehr zur Bestellung angeboten.

Bei TK-Produkten waren zumindest nicht ganze Segmente betroffen, sondern immer mal wieder einzelne Produkte: Samsungs A-Serie bei den Smartphones oder die neue Generation der Apple Watch waren zeitweise kaum verfügbar, auch manche Tablets gingen angesichts der starken Nachfrage aus. Die Hersteller, die sich meist nicht offiziell zum Thema äußern wollen, räumen unter der Hand immer wieder solche Engpässe ein. Bei einem heißt es etwa, dass der Launch neuer Modelle wegen fehlender Kompo-



1

Bild 1 Die Chip-Hersteller arbeiten aktuell unter Volllast

2

Bild 2 In chinesischen Häfen stockte die Abfertigung

Foto: Sheila-Fitzgerald, Alisa24 / Shutterstock

nenten auf 2022 verschoben werden muss. Laut einer Analyse von Techthelead.com wurden im ersten Halbjahr 2021 weltweit etwa 310 neue Smartphones vorgestellt, 20 Prozent weniger als 2020.

Eveline Pupeter, Chefin des Herstellers Emporia, berichtete im Interview mit Telecom Handel im Juli zudem über „Preissteigerungen von über 30 Prozent" bei den Komponenten. Analysten sind sich sicher, dass die Hersteller diese gestiegenen Einkaufspreise für Bauteile an die Endkunden weitergeben.

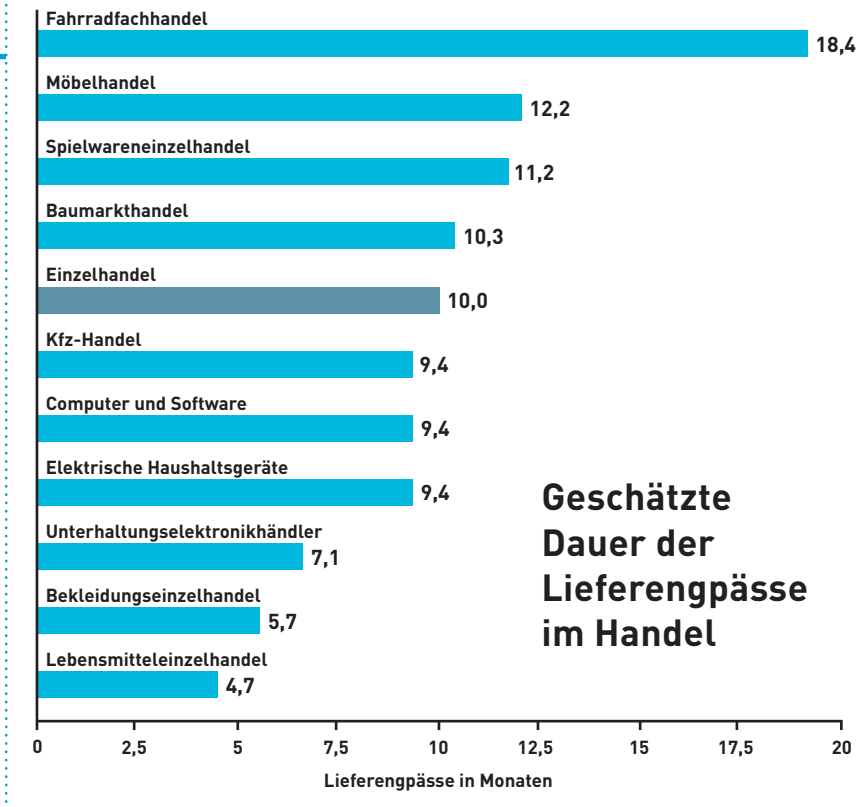
Wer liefert, gewinnt

Betroffen waren bei Mobiltelefonen vor allem Prozessoren, Displays und Speicher-Chips, aber laut Apple-CEO Tim Cook auch periphere Bauteile wie Chips für die Stromzufuhr von Displays oder die Audiocodierung. Allerdings sind offenbar nicht alle Hersteller gleich stark betroffen, so dass die Krise erhebliche Umwälzungen im Markt brachte – Gewinner war zeitweise nicht der mit den besten Smartphones, sondern der, der liefern konnte.

Vor allem kleinere Smartphone-Schmieden mit weniger Einkaufsvolumen gingen immer öfter leer aus und kamen in Produktionsprobleme, wie unter anderem der CEO von HMD Global/Nokia, Florian Seiche, einräumte. Andere wie der Marktführer Samsung, der im Konzern auch Chips und Displays produziert, waren trotzdem betroffen – wenn, wie in Vietnam, genau diese Fabriken zeitweise durch Corona-Ausbrüche in der Belegschaft lahmgelegt wurden.

Doch wie konnte es zu diesen Engpässen kommen? Eigentlich spielen zwei Krisen zusammen: Logistik und Komponenten, beide haben viel mit Corona zu tun. Immer komplexere Produkte, die eine Vielzahl von Komponenten verschiedener Zulieferer aus vielen verschiedenen Ländern benötigen, bedingen eine extrem aufwendige Einkaufs- sowie Produktionsplanung und hundertprozentig funktionierende Lieferketten – doch genau das alles wurde ausgehebelt.

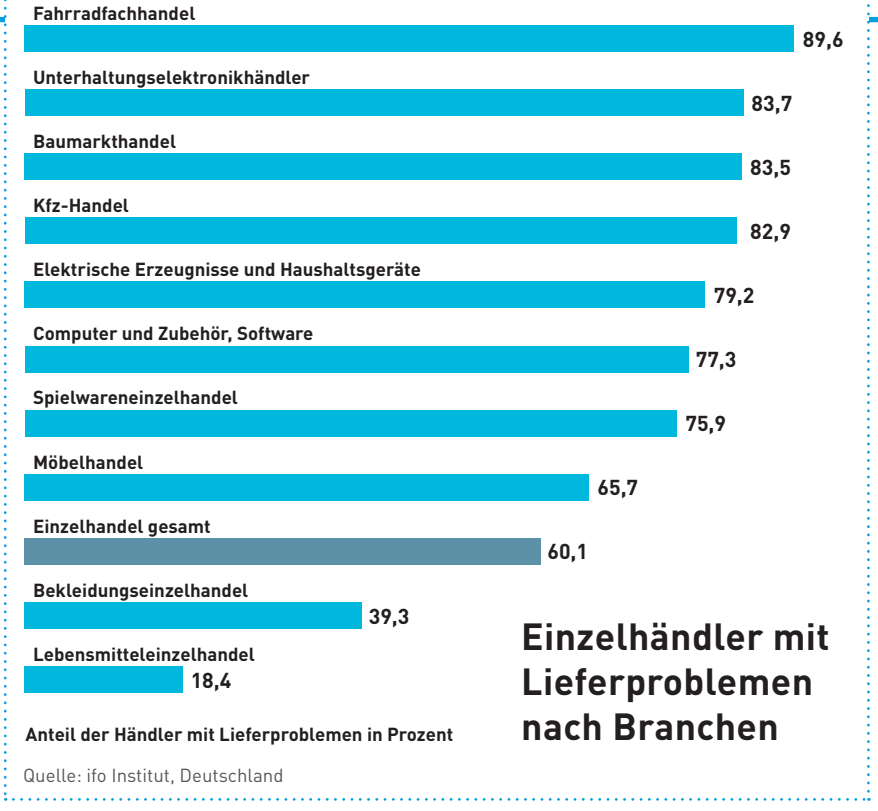
Zudem ist der Bedarf an Chips immer noch größer als das Angebot. Und das gilt branchenübergreifend, denn wenn eine Fabrik für Halbleiter Aufträge eines Smartphone-Herstellers erfüllt, kann sie nicht gleichzeitig andere Chipsets für ▶



Quelle: ifo Institut, für Deutschland

3

Bild 3 Leere Regale gibt es immer mal wieder



Einzelhändler mit Lieferproblemen nach Branchen

Quelle: ifo Institut, Deutschland

einen Autohersteller produzieren. Nachdem diese zu Beginn der Corona-Krise in Erwartung eines zusammenbrechenden Markts ihre Bestellungen an Bauteilen drastisch reduziert hatten, nutzten die ITK-Hersteller schnell die frei gewordenen Kapazitäten, da ihre Produkte auch in der Krise gefragt blieben. Die Autohersteller können nun die wieder steigende Nachfrage nach ihren Fahrzeugen nicht befriedigen, da die Chips fehlen.

Gegensteuern dauert länger

Als Gegenmaßnahme den Ausstoß von Chipsets zu steigern, erwies sich nicht so einfach, denn schon vor der Krise liefen die Anlagen der großen Player beinahe mit Volllast. Neue Fabriken, wie sie aktuell in den USA von TSMC oder Intel aufgebaut werden, brauchen noch mehrere Jahre bis zum Betriebsbeginn – zumindest haben die Chip-Schmieden durch die stark gestiegenen Umsätze nun viel Geld für Investitionen.

Wenn die Produkte trotzdem zusammengebaut werden konnten und versandfertig in der Fabrik in China lagen, ging das Drama weiter: Die Logistikkrise übernahm von der Komponentenkrise. So gab es im März nach der Havarie des Frachters „Ever Given" zeitweise einen wochenlangen Stau von rund 200 Schiffen vor dem Suezkanal. Nachdem dann im Sommer wegen Corona-Ausbrüchen unter dem Personal mehrere große chinesische Containerhäfen wochenlang geschlossen werden mussten, gab es dort dann Staus und die Logistikketten brachen endgültig zusammen. Alternativen wie der Lufttransport litten noch dazu unter viel zu geringen Kapazitäten, da durch die vielen gestrichenen Passagierflüge nun auch deren Frachtraumkapazität fehlte.

Am Ende des Chaos-Jahres 2021 werden wohl so manche Weihnachtswünsche wie eine PlayStation 5 unerfüllt bleiben oder irgendwann im nächsten Jahr ausgeliefert werden. Die Produkte, die es noch zu kaufen gibt, werden angesichts der gestiegenen Komponentenpreise und Frachtraten meist deutlich teurer. ●

Die Geräte des Jahres

Samsung Galaxy Z Flip3 5G

Mit der dritten Generation der Falt-Smartphones sollte für Samsung der Durchbruch der neuen Display-Technologie kommen. Denn das kompakte Z Flip3 5G wurde beim Debüt im August gegenüber dem Vorgänger mit 1.049 Euro deutlich günstiger positioniert und der Vertrieb auch für mehr Kanäle wie den Fachhandel geöffnet. Vor allem modebewusste Käufer schätzen das kompakte Smartphone, dessen Display ausgeklappt auf 6,7 Zoll kommt.

Fairphone 4

Das neue Modell des niederländischen Herstellers wird wieder nach strengen Umwelt- sowie Sozialstandards produziert und kann vom Anwender repariert werden. Es ist das erste Fairphone mit 5G und einer verbesserten Dreifachkamera, allerdings steigt auch der Preis deutlich auf mindestens 579 Euro.

OnePlus 9 Pro

Das Smartphone ist in der Oberklasse mit 899 Euro günstiger positioniert als andere Flaggschiffe, bietet aber trotzdem eine erstklassige Ausstattung. Bei der Entwicklung der leistungsstarken Vierfachkamera mit einem 3,3-fachen optischen Zoom war erstmals die Traditionsmarke Hasselblad mit an Bord.

iPhone 13 Pro

Nach dem Debüt im Herbst wurde die 13er-Generation der iPhones mit ihren vier Modellen zum Bestseller. Gegenüber den Vorgängern hat Apple vor allem die Dreifachkamera der Pro-Varianten optimiert, die nun wieder zu den besten Smartphone-Kameras gehört. Dazu gibt es den neuen rasanten A15-Bionic-Prozessor.

Nokia XR20

Das erste Outdoor-Smartphone von HMD Global und seiner Marke Nokia ist eines von wenigen robusten Modellen mit 5G. Das Gehäuse ist vor Stürzen aus bis zu 1,8 Metern Höhe geschützt und gemäß IP68 wasser- und staubdicht. Der Hersteller verspricht zudem drei Jahre Garantie und ein Jahr kostenlosen Display-Tausch im Schadensfall.

Emporia Smart.5

Für die Zielgruppe der „Best Ager" brachte Emporia im Frühjahr sein neues Smartphone mit einer einfach zu bedienenden Benutzeroberfläche. Eine Besonderheit des Smart.5 ist das im Kaufpreis von 249 Euro enthaltene Smart Cover, das es erlaubt, auch im geschlossenen Zustand wichtige Telefonfunktionen zu nutzen.

Dreikampf um die Spitze

Viel Bewegung im Markt

Bisher folgte das Smartphone-Geschäft meist den Gesetzen des freien Marktes: Wer die attraktivsten Geräte hatte, lag auch bei den Verkäufen vorne. Doch 2021 ging es oft gar nicht mehr darum, wer der Beste war, sondern wer überhaupt noch die gewünschten Stückzahlen liefern konnte. Denn die Liefer- und Logistikkrise trifft auch die Smartphone-Branche hart, manche Chipsets, Kameramodule oder Speicherbausteine waren zeitweise nicht zu bekommen. Auch die Kaufpreise steigen wegen der Knappheit bei einigen Herstellern wieder.

Doch nicht nur das Problem mancher Smartphone-Schmieden, überhaupt die Nachfrage bedienen zu können, sondern auch einige Abgänge und das Fast-Verschwinden von Huawei haben viel Bewegung in den Markt gebracht. So entschied der LG-Konzern Anfang April, das Smartphone-Geschäft aufzugeben und die Sparte in den folgenden Monaten abzuwickeln. Mehr als fünf Jahre in den roten Zahlen und ein immer kleinerer Marktanteil auch in der koreanischen Heimat haben die Entscheidung beschleunigt. Ebenfalls im April hat auch Sharp die Vermarktung seiner Aquos-Smartphones in Europa eingestellt.

Beide Hersteller hatten nicht mehr viel Marktanteil, den sich die Konkurrenz einverleiben konnte, anders war das bei Huawei. Der chinesische Technologiekonzern leidet weiter unter dem US-Embar-

Bild 1 Vor allem im Bildungsbereich fanden Tablets viele Kunden

Comeback dank Corona

Eigentlich hatten die Tablets einen jahrelangen Sturzflug der Verkaufszahlen hinter sich, doch Corona hat die Produktkategorie wieder belebt: Laut dem Branchenindex Hemix stiegen die Verkäufe in den ersten drei Quartalen des Jahres gegen den rückläufigen Trend bei anderen Computern hierzulande um satte 37 Prozent. Der durchschnittliche Verkaufspreis ging im Jahresvergleich von 379 auf 402 Euro nach oben.

1

Vor allem zwei Effekte beflügeln die Nachfrage nach Tablets: Während der Lockdowns brauchten viele Konsumenten zusätzliche Bildschirme im Heim, etwa zum Betrachten von Videos oder für den Web-Zugang. Zudem sind die Produkte neben den Chromebooks die Gewinner der Digitalisierung des Lernens. Viele Schulen kauften Tablets mit Tastatur-Covern in größeren Mengen.

Profitieren konnten davon vor allem der unangefochtene Marktführer Apple mit Anteilen von über 30 Prozent am Weltmarkt und der Verfolger Samsung, der sich dieses Jahr knapp unter der 20-Prozent-Marke bewegte. Den Rest des Kuchens teilen sich neben Amazon, Lenovo und der stark schwächelnden Huawei jetzt wieder mehr Hersteller.

Denn mit Xiaomi, RealMe, Nokia und Emporia haben dieses Jahr bereits vier Newcomer das Feld in Europa betreten. Mit Oppo und Motorola könnte es bald weitergehen, so dass der Markt eine ähnliche Dynamik wie in den Frühzeiten entwickeln könnte. Allerdings drohen auch hier nun wegen knapper Chips Engpässe bei der Fertigung.

2

go, das auch die neue Biden-Regierung nicht gekippt hat. Gegenmaßnahmen wie der Aufbau des eigenen Betriebssystems HarmonyOS und der App Gallery laufen zwar, doch noch gibt es nur zaghafte Gehversuche mit zwei Tablets mit HarmonyOS in Europa. In China läuft es zwar auf den im August gezeigten neuen Flaggschiffen der P50-Serie, doch müssen diese deswegen auf das wichtige 5G verzichten: Qualcomm darf nur eine auf 4G gebremste Version seines Snapdragon-888-Prozessors an Huawei liefern.

Steiler Sturzflug

Entsprechend stürzte der Marktanteil weiter ab: Nachdem man im zweiten Quartal des Jahres 2020 mit 20 Prozent einmalig weltweiter Marktführer war, konnte Huawei im dritten Quartal dieses Jahres gerade noch 5,8 Millionen Smartphones vor allem in China verkaufen, in Europa lag der Marktanteil bei 0,5 Prozent. Zumindest die Tochter Honor, die Ende des Vorjahres unabhängig wurde, hat die Talsohle durchquert und liegt im Heimatmarkt schon fast wieder auf dem Niveau vor den Sanktionen. In Europa soll das Comeback jetzt mit Android und 5G auch gelingen.

Die vielen Millionen Kunden von Huawei haben sich vor allem die anderen chinesischen Hersteller geschnappt, allen voran Xiaomi, die im zweiten Quartal sogar erstmals Apple überholen konnten und damit stärkster Verfolger von Samsung waren. Doch auch Oppo, die dieses Jahr mit OnePlus fusionierten, Vivo und RealMe intensivierten ihre Aktivitäten auf dem deutschen Smartphone-Markt und liefern sich ein hartes Rennen hinter den drei Platzhirschen.

Samsung wird über das Jahr hinweg wohl trotzdem seinen Spitzenplatz auf dem Weltmarkt und in Deutschland verteidigen können, auch wenn der Abstand zu den Verfolgern immer geringer wird. Ein Erfolg sind die im Sommer gestarteten neuen Falt-Smartphones, vor allem das Galaxy Z Flip3 5G, dessen Preis deutlich fiel, womit es in der Oberklasse konkurrenzfähig wurde. Beim wertigen Marktsegment der Foldables ist Samsung hierzulande praktisch allein unterwegs und bedient mit der aktuellen Gerätegeneration endlich auch den Fachhandel.

Auch Apple hat noch kein Falt-iPhone im Programm, doch auch so war es ein erfolgreiches Jahr für die US-Marke, denn das im Spätsommer präsentierte iPhone 13 mit seinen vier Varianten verkauft sich gut. So konnte im dritten Quartal der zweite Platz auf dem Weltmarkt zurückerobert werden. •

Bild 2 Xiaomi eröffnete in Köln den zweiten deutschen Flagship-Store

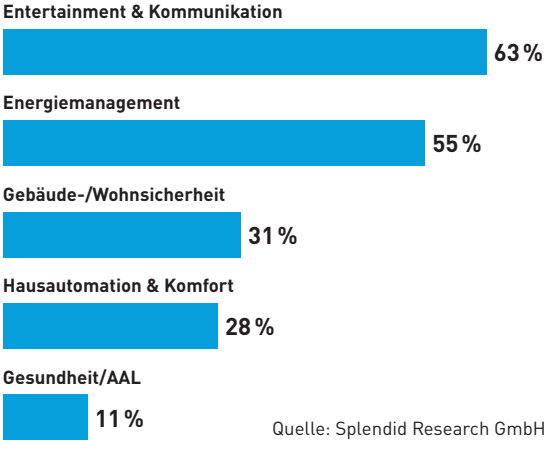
Bild 3 Mit dem Galaxy Z Flip3 5G versorgt Samsung nun auch den Fachhandel

3

Das Telekommunikations-Jahr 2021 in Zahlen

Aktuelle Nutzung von Smart Home

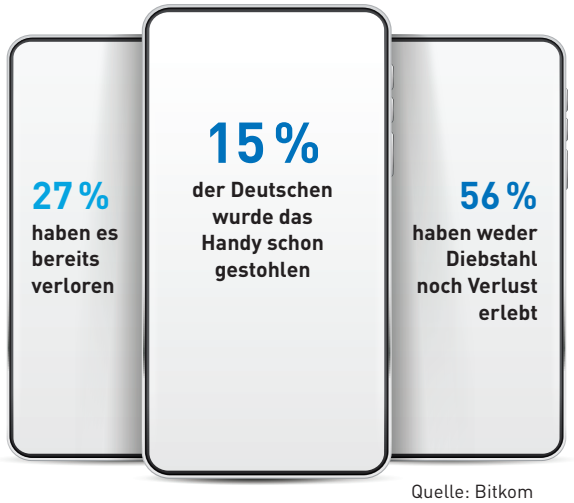
Entertainment ist immer noch das meistgenutzte Segment im Smart Home



Quelle: Splendid Research GmbH

Diebstahl und Verlust

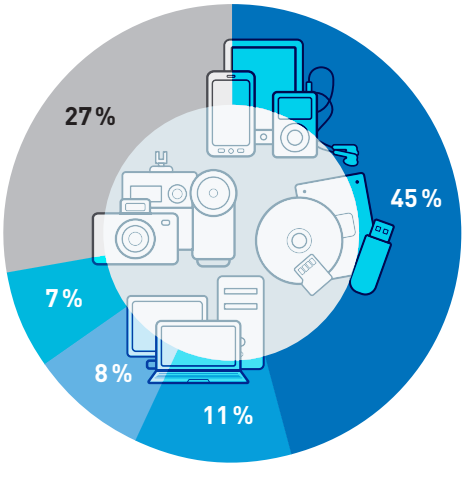
Mehr als jedem Vierten ist bereits das Handy oder Smartphone abhanden gekommen



Quelle: Bitkom

Umsatz mit Unterhaltungselektronik im Jahr 2021

In diesem Jahr wird der Umsatz für UE-Produkte und -Services in Deutschland rund 8,96 Milliarden Euro betragen



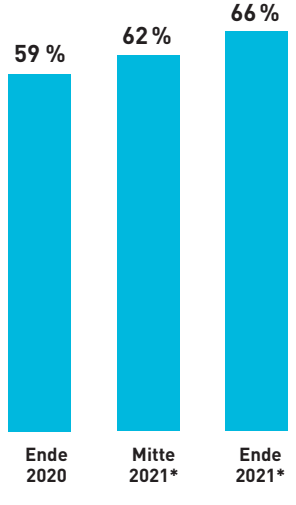
8,96 Milliarden Euro aufgeteilt auf:

- **Flat-TV:** 4,07 Mrd. €
- **Audiogeräte:** 0,96 Mrd. €
- **Spielekonsolen:** 0,75 Mrd. €
- **Digitalkameras:** 0,60 Mrd. €
- **Sonstiges CE:** 2,35 Mrd. € (DVD-Player/-Rekorder, Mediaboxen, Mediasticks, Camcorder, Interchangeable Lenses, Digital-Fotoframes, Headphones, Headsets, Docking Speaker, ICE)

Quelle: Bitkom Research 2021 (Werte gerundet)

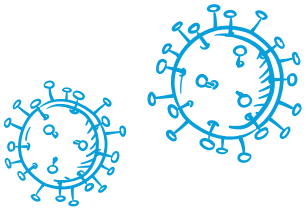
Glasfaser boomt

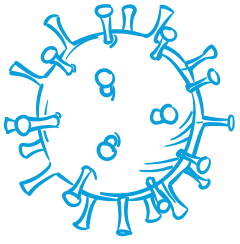
Der Anteil der Haushalte in Deutschland mit Glasfaser steigt



Quelle: VATM, *Prognose

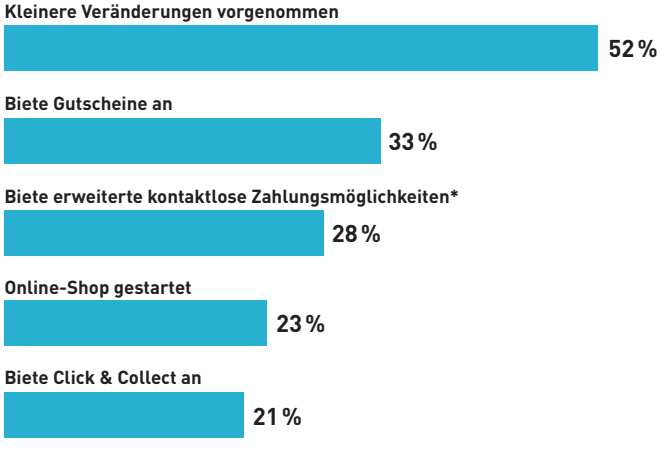
Foto: bsd, tsaplia / Shutterstock





Händler wollen Neuerungen beibehalten

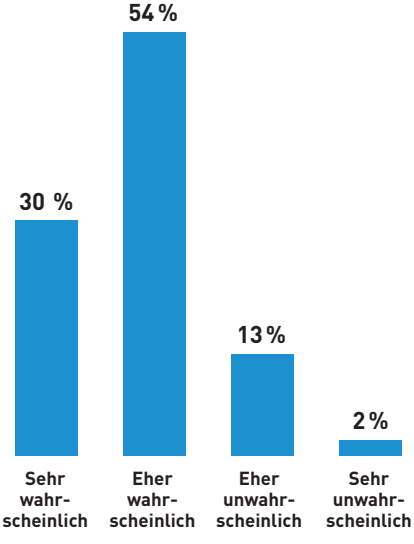
In einer Befragung von Telecom Handel nannten die Händler viele Neuerungen, mit denen sie durch die Corona-Zeit kommen wollen und die sie auch weiter beibehalten möchten



*Rechnungen, QR-Code, Zahlungs-Link etc.

Corona verändert Kaufverhalten

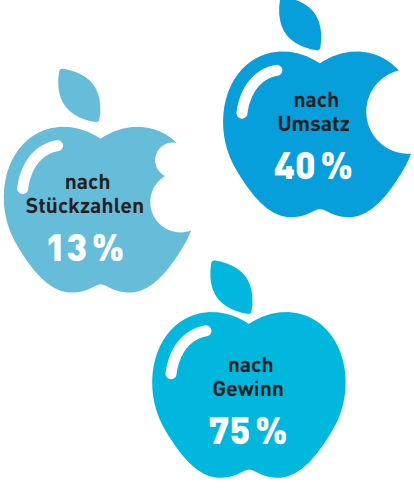
So antworteten die Kunden auf die Frage: Werden Sie auch nach der Corona-Krise vermehrt online einkaufen?



Quelle: Bitkom; Basis: Deutschland – Ende Oktober bis Anfang November 2020; 1.055 Befragte; ab 16 Jahre

Apple macht Gewinn

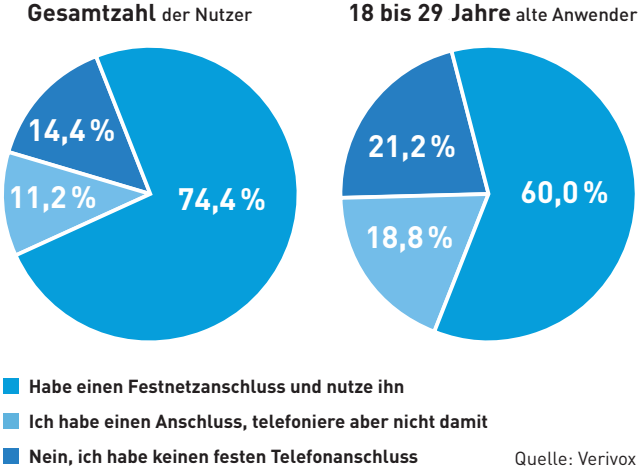
Wenn man die Marktanteile nach Gewinn betrachtet, liegt Apple weit vor der Konkurrenz



Quelle: Counterpoint Research; 2. Quartal 2021 weltweit

Keinen Bock auf Festnetz

Wenig überraschend nutzen vor allem die Jüngeren immer seltener den Festnetzanschluss



Quelle: Verivox

Volles Haus in München

Die Communicate! brachte als eine von ganz wenigen Veranstaltungen in diesem Jahr Handel, Distribution, Hersteller und Netzanbieter vor Ort zusammen.

Nach der erfolgreichen Premiere im Vorjahr fand am 16. September die zweite Auflage des Branchentreffs Communicate! statt. Der Zuspruch war enorm: Mehr als 550 Teilnehmer aus Handel und Industrie – und damit fast dreimal so viele wie 2020 – ließen sich das umfangreiche Programm aus Workshops, Masterclasses und Expert Talks, aber vor allem auch die Möglichkeit zur direkten Kommunikation vor Ort nicht entgehen. **Telecom Handel** hatte als Veranstalter gleich vier Messehallen in der Münchner Messelocation MTC angemietet, in denen sich mehr als 30 Aussteller präsentierten. Zwei hochkarätige Keynotes leiteten den Branchentag ein: Ex-Telekom-Deutschland-Chef Niek Jan

Netzwerken in der großen Meeting Area

Keynotes

Nach der Eröffnung durch den Projektleiter der Communicate! Christopher Bertele *(rechts)* folgten die zahlreichen Teilnehmer den spannenden Keynotes von Carola Wahl und Niek Jan van Damme

Fotos: jacklinfotos

van Damme zeigte den Besuchern gemeinsam mit dem Unternehmer Jürgen Dagutat auf, wie man auch unter Unsicherheit bestmögliche Entscheidungen trifft und wie sich dies im Alltag am Point of Sale umsetzen lässt. Und Carola Wahl, die lange Jahre als Senior Vice President Indirect Sales und Service bei der Telekom tätig war, legte in ihrem Vortrag dar, wie aus ihrer Sicht die Corona-Pandemie das Einkaufsverhalten der Menschen verändert hat. Rund 20 weitere Vorträge und Workshops standen auf dem Programm und boten den Teilnehmern die Möglichkeit, mit anderen Resellern und Experten über die wichtigsten Themen der Branche zu diskutieren, wie etwa den erfolgreichen Neustart nach der Pandemie. ▶

Endlich wieder ein echtes Get-together

Die Communicate! wurde für einen regen Austausch mit neuen und alten Geschäftspartnern genutzt

Viel Raum zum Diskutieren und Netzwerken

Workshops

Die mehr als 20 Workshops und Expertenvorträge waren sehr gut besucht

Fotos: jacklinfotos

NFON
Die Cloud-Telefonanlage

NGAGE 2022

Das neue NFON-Partnerprogramm bietet noch mehr!

Werden Sie jetzt NFON Partner

Und sichern Sie sich

1000€ Provision ON TOP!

Mehr auf nfon.com/de/partner

And the winner is ...

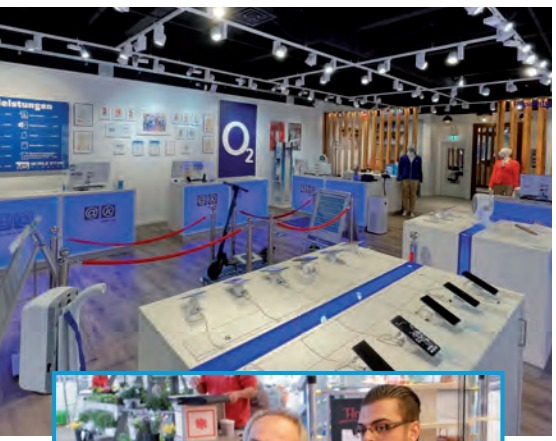
Vom kleinen Handyladen über den Partnershop bis hin zum ITK-Systemhaus: Das Spektrum der Preisträger der diesjährigen „Best Practice Awards" konnte vielfältiger kaum sein. Mehr als 200 Nominierungen wurden im Vorfeld in den Kategorien Shopgestaltung, Local Hero, Web-Präsenz, Marketing, Personalführung, Service und Innovation eingereicht und einer fünfköpfigen Experten-Jury vorgelegt. Diese hatte 35 Fachhändler ausgewählt, die im Rahmen des Branchentreffs „Communicate!" mit dem Handelspreis ausgezeichnet wurden. Prämiert wurden dabei insbesondere innovative Ideen und außergewöhnliche Projekte, die auch als Vorbild für andere Händler dienen können.

Vergeben wurden insgesamt 37 Preise, davon zehn Platin-Awards, 13 Gold-Awards und 14 Silber-Awards. Zwei Händler erhielten jeweils zwei Auszeichnungen. Telecom Handel gratuliert allen Preisträgern recht herzlich und stellt auf den folgenden Seiten die Konzepte der besten Award-Gewinner vor.

Vom Restauranttester „gepimpt"

Dass die Themen Shopgestaltung, Feeling und Shoppingerlebnis für den Unternehmenserfolg wichtig sind, weiß Himaschu Luthra schon seit vielen Jahren. Der Inhaber des Mobile Store Hamburg stellte sich bereits im Jahr 2013 dem Experiment „Pimp my shop" mit Restauranttester Christian Rach. Bekannt für seinen kritischen Blick, hob dieser damals die Potenziale des Shops und gab nach einer nächtlichen „Pimp-Aktion" grünes Licht für noch mehr Kundenerlebnis.

Neun Jahre später ist der Mobile Store in ein neues Einkaufscenter umgezogen, hat hierfür aber mit den Erfahrungswerten von damals und gesammeltem Kunden-Feedback ein völlig neues Shopkonzept entwickelt und umgesetzt. Das Erscheinungsbild des Vorgängershops ist einem neuen Layout gewichen, das teilweise Industrie-Charme besitzt, an einen Concept Store erinnert und neue Maßstäbe setzt, die man in einem klassischen TK-Shop eher nicht erwartet. Holzelemente, eine offene Decke, eine angenehme Beleuchtung statt „OP-Licht". Die Ladentheke befindet sich weit hinten im Raum, um den Kunden zunächst Platz und Entfaltungsspielraum zu geben. Es gibt auch eine Ruhezone mit Wartebereich, in der Dienstleistungen präsent in Szene gesetzt werden. Im Schaufenster hat Luthra einen großen Screen zur 24/7-Unterhaltung und -Vermarktung in Richtung Laufkundschaft eingesetzt, und in der Mitte des Shops wurde eine spezielle, repräsentative Fläche zur Präsentation von Trendprodukten geschaffen.



Fotos: Mobile Store Hamburg, fairnetzt

Die Preisträger

PLATIN fairnetzt,
Susann Sauerteig (Radebeul)

GOLD Mobile Store,
Himaschu Luthra (Hamburg)

SILBER Mobile Entertain GmbH, Tanja Schütz (Neustadt am Rübenberge)

SILBER AktiOnHandy GmbH, Osman Süzgec (Hamm)

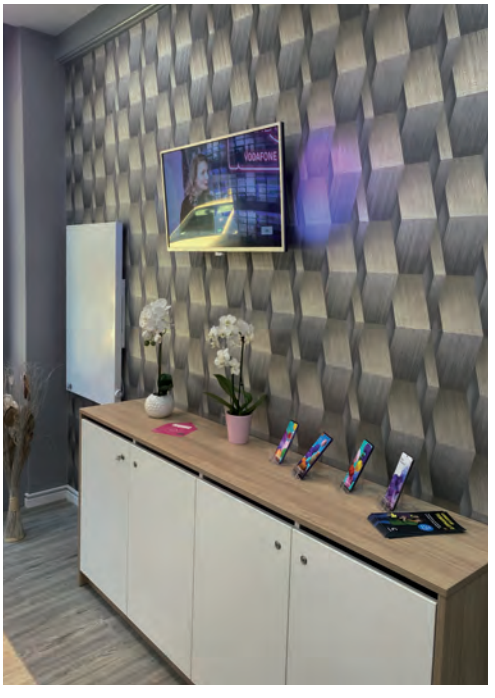
Telecom Handel Bester Händler Shopgestaltung 2021

Elegant und einladend

Erfahrungen in der TK-Branche hatte Susann Sauerteig als Verkäuferin ja seit langem. Aber nun, im Jahr 2020, sollte es endlich ein eigener Laden sein. Mit viel Mühe und Eigenleistung sanierte die Unternehmensgründerin zwei Räumlichkeiten in Radebeul im Kern und verband diese miteinander. Dadurch entstanden ein Beratungsraum mit Live-Geräten, ein Showroom sowie eine angrenzende Reparaturwerkstatt für kostenpflichtige Reparaturen vor Ort.

In Zusammenarbeit mit einer örtlichen Tischlerei wurde eine Möblierung nach den persönlichen Ideen und Vorstellungen von Sauerteig entworfen und umgesetzt. Das türkise Farbkonzept findet sich im Logo, Schaufenster, Innenraum und auch der kompletten Geschäftsausstattung, der Arbeitskleidung und den Give-aways wieder. Besonders wichtig war der Inhaberin das Styling ihres Geschäfts: Elegant, einladend und durchdacht sollte es sein. Mit besonderen Materialien, Farbakzenten und echten Hinguckern, wie leuchtenden Oberlichtern in der sonst dunkel gehaltenen Decke, einer metallischen Fototapete mit faszinierendem Endlosmuster und großen Monitoren, ist der Shop etwas ganz Besonders und Einzigartiges. Die Kombination aus Dunkelgrau, Türkis und Weiß mit hellem Holz ergibt ein modernes Ambiente mit hohem Wiedererkennungswert und Wohlfühlcharakter. Die Farben passen auch zu den Akzentfarben Rot und Magenta der beiden bekannten Netzbetreiber, die der Hauptschwerpunkt in dem Shop von Sauerteig sind.

Der Name des neuen Shops, „fairnetzt", soll nun für faire Beratung über alle Teilgebiete der Telekommunikation stehen – eben rundum (fair) vernetzt.



Der beste Panzerknacker im ganzen Ort

Kai Mosner ist in Remscheid bekannt wie der sprichwörtliche bunte Hund. Mit seinem Team von Highspeed Media hat er die gesamte Innenstadt mit freiem WLAN versorgt, und er kümmert sich auch mal um die Weihnachtsbeleuchtung oder unterstützt andere Remscheider Händler bei ihren Social-Media-Kampagnen. Derzeit plant er eine KeepLocal-Kampagne, um darauf aufmerksam zu machen, wie wichtig es ist, vor Ort einzukaufen. Für eine aufmerksamkeitsstarke Werbekampagne schlüpft der Händler auch schon mal ins Verbrecherkostüm – das er für die Verleihung des Bürgerpreises aber gegen Hemd und Jackett tauschte.

Telecom Handel Bester Händler Local Hero 2021

Die Preisträger

PLATIN Highspeed Media, Kai Mosner (Remscheid)

PLATIN my-eXtra Shop Memmingen, Manfred Lescovs (Memmingen)

GOLD KLS MediaLounge, Volkmar Klaus (Oschersleben)

SILBER GALEON, Marko Strzebin (Dippoldiswalde)

SILBER Medi@Welt, Thomas Sommer (Pirna)

SILBER mobilcom-debitel Shop, Sven Bahro (Minden)

Der Local Hero von Memmingen

Während der Corona-Zeit hat Manfred Lescovs eine Plattform aufgebaut, die es allen in Memmingen und Umgebung erlaubt, sich zu vernetzen. Zum Beispiel wurde dort festgehalten, welcher Händler wann geöffnet hat, welche Händler es für welches Anliegen gibt, beispielsweise eine Reparatur, und welche Services diese anbieten – zum Beispiel Click & Collect. „Alles, was auf dieser Seite gepostet wird, kommt aus Memmingen und ist für Memmingen gedacht", so Lescovs. Die Seite ist zudem noch mit Google und Facebook verknüpft, somit kann jeder, der Memmingen besucht, sich dort informieren.

ortel MOBILE

ALLES DRIN:
INTERNET & TELEFONIEREN

Ortel. Wir sprechen Deine Sprache.

Google play | Available on the App Store

Aufladbar mit: ortel MOBILE, O2, e-plus

Erhältlich in vielen Kiosken, Internetcafés, Tankstellen, Supermärkten und Drogerien.

Auf den Hund gekommen

Umtriebig ist Michael Falterer von der Fonland GmbH – und wer sich jetzt über das Foto mit dem Hund wundert: Am Welttierschutztag übernahm Falterer die Patenschaft für die Hündin Nelly, regionale Blätter hatten darüber berichtet. Zudem spendet Fonland regelmäßig an verschiedene Organisationen. Generell lässt Falterer kaum eine Gelegenheit aus, zu aktuellen Themen Stellung zu beziehen. So veranstaltete er beispielsweise ein Squid-Game-Gewinnspiel und verloste AirPods zur angesagten Netflix-Serie.

Telecom Handel
Bester Händler
Marketing
2021

Die Preisträger

SILBER Speed Phone Shop GmbH, Hamid Tabib Nia (Köln)

SILBER Schneider & Görgülü GbR, W. Schneider/S. Görgülü (Gießen)

SILBER MF Connect GmbH, Raphail Mitrou (Gräfelfing)

Auf allen Kanälen unterwegs

In Sachen Marketing ist auch Christian Hohenadel, Inhaber der Illkom GmbH in Illingen, mehr als umtriebig. Der Telekom-Partner setzt auf eine 360-Grad-Web-Präsenz und deckt damit alle wesentlichen Aspekte im Online-Marketing ab – über Google, Facebook, Instagram und Co. Parallel dazu lässt er aber auch traditionelle Werbemethoden nicht aus den Augen, verteilt beispielsweise Flyer, macht Print-Anzeigen, Mailings an Bestandskunden und auch Postwurfsendungen.

Die Preisträger

PLATIN SEC-COM GmbH,
Guido Otterbein (Recklinghausen)

GOLD Illkom GmbH,
Christian Hohenadel (Illingen)

GOLD fonland GROUP,
Michael Falterer (Markt Schwaben)

GOLD Der Planitzer Telefonladen,
Torsten Wolf (Zwickau)

Die Kunden überall erreichen

Mit immer neuen Marketingformaten wirbt das Systemhaus SEC-COM in Recklinghausen für sein Unternehmen. Geschäftsführer Guido Otterbein veranstaltet beispielsweise einmal pro Jahr eine Hausmesse für bestehende und neue Kunden. Im vergangenen Jahr musste diese leider ausfallen, 2021 konnte sie aber wieder stattfinden. Alle zwei Monate informiert Otterbein zudem via SEC-SOM-TV über neue Trends der Branche. Das Videoformat wird über Youtube, LinkedIn, Xing und auf der eigenen Website verbreitet. Parallel dazu setzt das Systemhaus auf bewährte Maßnahmen wie Print- und Online-Werbung. Ganz neu, seit Mai dieses Jahres, gibt es darüber hinaus das SEC-COM Security Magazin für Kunden und Interessenten. Und schließlich ist Otterbein Sponsor von örtlichen Sportvereinen.

Seit Jahren stadtbekannt

Sehr aktiv in Sachen Marketing ist auch Torsten Wolf, Inhaber des Planitzer Telefonladens. Regelmäßig informiert er die Planitzer und Zwickauer über Social-Media-Videos und -Posts zu aktuellen Tarifen, Innovationen und neuester Hardware sowie auch zu allgemeinen Themen aus der Welt der Kommunikation und Digitalisierung. Der Sender „TV Westsachsen" ist zudem gerne bei ihm zu Gast, um aktuelle Werbespots zu drehen. Im Gespräch bleibt er zudem durch regelmäßige Kundengewinnspiele.

Telecom Handel Bester Händler Web-Präsenz 2021

Die Preisträger

PLATIN bis. itk, Achim Speck (Radolfzell)

PLATIN Telya Lippstadt, Yavuz Ferat Sampan (Lippstadt)

GOLD Phone Home, Christian Freyher (Hamburg)

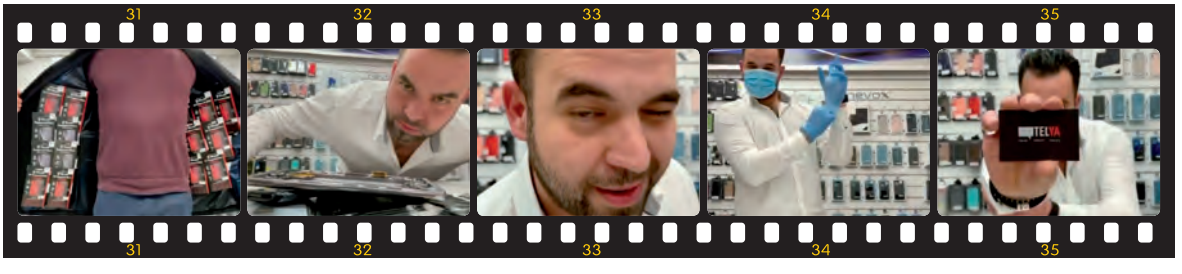
SILBER ONE telecom Frankenberg, Herbert Jordan (Frankenberg)

Maximaler User-Komfort

Komplexe technische Inhalte für den User verständlich aufzubereiten und sich potenziellen Kunden als innovatives, modernes Systemhaus darzustellen – das waren die wichtigsten Gründe für die bis. itk GmbH, im Jahr 2021 die Unternehmenspräsenz im Web neu aufzusetzen. Die Seite sollte für die Besucher sehr ansprechend und einladend sein. Daher wurden gestalterische und kommunikative Elemente verwendet, die dem Stand der aktuellen Forschung entsprechen, sowie Seitenaufbau, grafische Elemente und Farben auf maximalen User-Komfort und deren Interaktion ausgelegt. Penibel wurde auch auf Ladezeiten und die Optimierung für mobile Endgeräte wie Smartphones geachtet.

Neben einem Blog, der auch Basis für Veröffentlichungen auf Social Media ist, bietet die Seite unter anderem einen „Workplace-as-a-Service"-Konfigurator, mit dem schnell und einfach ein Budget-Angebot erstellt und eine Anfrage an das Unternehmen gesandt werden kann. „Somit können wir mit fundierten Informationen direkt ein Beratungsgespräch vereinbaren", erläutert dazu Geschäftsführer Achim Speck.

Mit Musik erreicht man Leute



Herr Sampan, Sie haben ein ziemlich cooles Musik-Video gedreht, in dem es um Ihren Shop geht, und dieses auf Instagram und TikTok geteilt. Wie kamen Sie auf die Idee?
Yavuz Ferat Sampan: Musik, insbesondere die Rap-Musik, ist einfach ein Markenzeichen geworden. Ich mache hobbymäßig selbst gerne Musik und bin daher auf diese Schiene aufgesprungen. So können wir die jungen Leute am besten abholen. Und diese sind unsere wichtigste Zielgruppe.

Wie war denn deren Reaktion?
Sampan: Es hat funktioniert, die Leute abzuholen. Das Video kam richtig gut an. Mit Musik erreicht man Leute.

Wie ist das Video entstanden?
Sampan: Ich habe einen Freund, der zwar noch kein bekannter Künstler ist, aber sich mit Tonaufnahme und Videoproduktion gut auskennt.

Wie viele Aufrufe hatte das Video denn bislang?
Sampan: Auf Instagram gar nicht so viel, aber auf TikTok waren es 135.000 Klicks. Darüber habe ich die größte Reichweite bekommen. Bei den jungen Leuten bin ich jetzt als Rapper bekannt.

Foto: www.jacklinfotos.com; Dario Sabljak / Shutterstock

Weite Reisen mit dem Team

Wer mehrere Shops am größten Flughafen Deutschlands betreibt, den zieht es wahrscheinlich schneller in die Ferne. Chi Tran, Gründer und Inhaber des Airport Communication Service, hat dabei auch an seine Mitarbeiter gedacht und die Shopleiter sowie weitere Angestellte, die für besondere Leistungen belohnt werden sollten, zu erlebnisreichen Incentives eingeladen: 2018 ging es auf die Malediven und 2019 nach Mauritius (Bild oben). Weil nicht alle Mitarbeiter mitreisen können, hat Tran zudem kleinere gemeinsame Events für alle auf Shopebene eingeführt. Viel Wert legt er auch auf die Fortbildung der Mitarbeiter. Chi Tran, der selbst einen Dual-Studiengang mit Betriebswirtschaftslehre und praktischen Erfahrungen bei der Lufthansa absolviert hat, unterstützte diese Ausbildung als erster Mobilfunkhändler in Hessen und gewann dadurch einen Mitarbeiter, der als Shopleiter noch immer im Unternehmen tätig ist.

Die Preisträger

PLATIN Epsilon Shop @ Home, Michael Weiß (Hof)

PLATIN Airport Communication Service (FLC), Chi Tran (Frankfurt)

GOLD Nachrichtentechnik Bielefeld, Daniel Brosend (Bielefeld)

GOLD Mücahit Sever, Mobilcom-Debitel Shop Detmold

GOLD Greissl GmbH, Markus Greissl (Freiburg)

SILBER Handyman, Sascha Smilowski (Wassenberg)

SILBER Shaip Limani, Mobilcom-Debitel Shop München

Telecom Handel Bester Händler Personalführung 2021

„Kopf frei“ für das Personal

Während der Corona-Krise hat sich für Michael Weiß, den Inhaber des Epsilon Shop @ Home im bayerischen Hof, einmal mehr die Bedeutung des Wohlbefindens und der geistigen Fitness seiner Mitarbeiter gezeigt. Deshalb hat er viele kleine Maßnahmen eingeführt, unter anderem werden die letzten 30 Minuten des Arbeitstages den Mitarbeitern zur Verfügung gestellt, damit sie „im Kopf entmüllen“ können. „Die Mitarbeiter sollen nachts nicht von Arbeit träumen und sich nach Verlassen des Geschäfts wirklich um ihre Familien kümmern und den Kopf frei haben“, sagt Michael Weiß. Mittwochs bleibt der Shop nun ganz geschlossen, damit das Team in Ruhe andere Aufgaben abarbeiten kann. Die anderen Tage werden vorher genau durchgeplant im Hinblick auf eine Tätigkeit entweder am Verkaufstresen oder im Büro, hier sollen die Präferenzen der Mitarbeiter beachtet werden.

Ein Händchen für die Kunden

Bei René Teichelmann steht der Service im Vordergrund. Der Inhaber der Telefonzelle Gunzenhausen ließ sich von den Einschränkungen durch Corona nicht entmutigen und bietet für seine Kunden seit geraumer Zeit Videoberatungen über WhatsApp an. Auf Wunsch bringt er seinen Endkunden die Vertragsunterlagen sowie die Endgeräte auch mal direkt nach Hause. Neben dem persönlichen Service hat Teichelmann außerdem seine Social-Media-Präsenz ausgebaut und ein eigenes „René-Emoji" erstellt. Der virtuelle Begleiter bringt den Instagram-Followern die Angebote näher und erklärt unter anderem Reparaturleistungen und andere Angebote.

Telecom Handel Bester Händler Service 2021

Die Preisträger

PLATIN Telefonzelle Gunzenhausen, René Teichelmann (Gunzenhausen)

GOLD Phone Home, Christian Freyher (Hamburg)

GOLD Clever Group AG, John Charles Simon (Heidenheim)

GOLD COM2PERO, Perry Rodewald (Wismar)

SILBER fonland GROUP, Michael Falterer (Markt Schwaben)

Hier wird Service großgeschrieben

Gleich dreimal wurde in der Kategorie ein Gold-Award vergeben: Ausgezeichnet wurde die Clever Group für ihr ausgeklügeltes Servicekonzept, bei dem die Mitarbeiter auf eine patentierte Software zurückgreifen können, die 800 Tarif- und Hardware-Angebote aller Netzbetreiber analysiert. Perry Rodewald, Geschäftsführer von Com2Pero, erhielt den Award unter anderem für seine Kundenschulungen am PoS, die Bonuskarte für treue Kunden und die verschiedenen Ersteinrichtungsangebote für Smartphones und Router im Programm. Christian Freyher erhielt einen Best Practice Award für sein innovatives Konzept maßgeschneiderter Smartphone-Hüllen.

Foto: Jacklinfotos.com

Digitalisierung einfach machen

Alle Welt redet von der Digitalisierung, vor allem im Behördenumfeld. Das Systemhaus Pan Dacom Networking AG in Dreieich hat es einfach umgesetzt – und mit seinem Digitalen Berater über die Plattform ***www.video-beratung.info*** ein virtuelles Bürgerbüro geschaffen. Dahinter steckt eine innovative Kommunikationslösung, damit Behörden schnell und ohne technische Hürden für die Bürger moderne Beratungs- und Serviceangebote über ihre Webseite zur Verfügung stellen können. Die Platin-Urkunde auf der Communicate! nahm Frank Dittmar, Business Development Manager und Marketing & Communication bei Pan Dacom, entgegen.

Die Preisträger

PLATIN Pan Dacom Networking AG, T. Seel/ U. Skrzipczyk (Dreieich)

GOLD Xplus1 GmbH, Peter Fuhrmann (Neumarkt/Oberpfalz)

SILBER eb24 – einfach mehr Service, Robert Gatnar (Dortmund)

SILBER Enterprise Communications & Services GmbH, Peter Severin (Leipzig)

Telecom Handel Bester Händler Innovation 2021

Foto: Jacklinfotos.com

So viel wie nötig, so wenig wie möglich

Xplus1 ist seit 17 Jahren im Bereich Telematik tätig. Neben dem Bereich Telekom ist dies das größte Segment der Firmengruppe. Der Dienstleister hat über 500 Speditionen mit rund 15.000 Fahrzeugen als Kunden. Seit mehreren Jahren werden zudem immer mehr Apps entwickelt. Die Logistik soll digitaler werden, so das Ziel. Das Problem dabei ist, der Fahrer sollte möglichst nur die Apps angezeigt bekommen, die er benutzen darf und soll. Das Team von Xplus1 rund um Geschäftsführer Peter Fuhrmann hat nun ein MDM (Mobile Device Management)-System entwickelt, das mit einem „Kiosk Mode" dem Administrator die Möglichkeit gibt, die Apps auf den mobilen Endgeräten der Fahrer zu verwalten.

Telecom Handel

DIE ZEITUNG FÜR DEN TELEKOMMUNIKATIONS-FACHHANDEL

Telecom Handel ist das führende Informationsmedium für den Telekommunikations-Fachhandel

Die Print-Ausgabe für jeden Fachhändler

Händler-Abo

für Fachhändler kostenlos

- Print-Ausgabe
- alle 3 Wochen
- tagesaktueller Newsletter

Telecom Handel Online

Digital-Abo

jährlich 82,80 €

- digitaler Zugang
- jederzeit online
- tagesaktueller Newsletter

Der Print-Klassiker mit digitalem Zugang

Standard-Abo

jährlich 144,30 €

- digitaler Zugang
- Print-Ausgabe
- alle 3 Wochen und jederzeit online
- tagesaktueller Newsletter

Alle Informationen aus der Branche

Premium-Abo Insight

jährlich 1.188,00 €

- monatliche Reports und Analysen
- Dossiers und Webinare
- digitaler Zugang
- Print-Ausgabe
- alle 3 Wochen und jederzeit online
- tagesaktueller Newsletter

Jetzt bestellen: www.telecom-handel.de/Abonnement
E-Mail: wullrich@telecom-handel.de

FOKUS

Distribution

Leserwahl

Distributor des Jahres S. 40

Wer leistet was?

Die Services der Distributoren S. 44

Firmenporträts

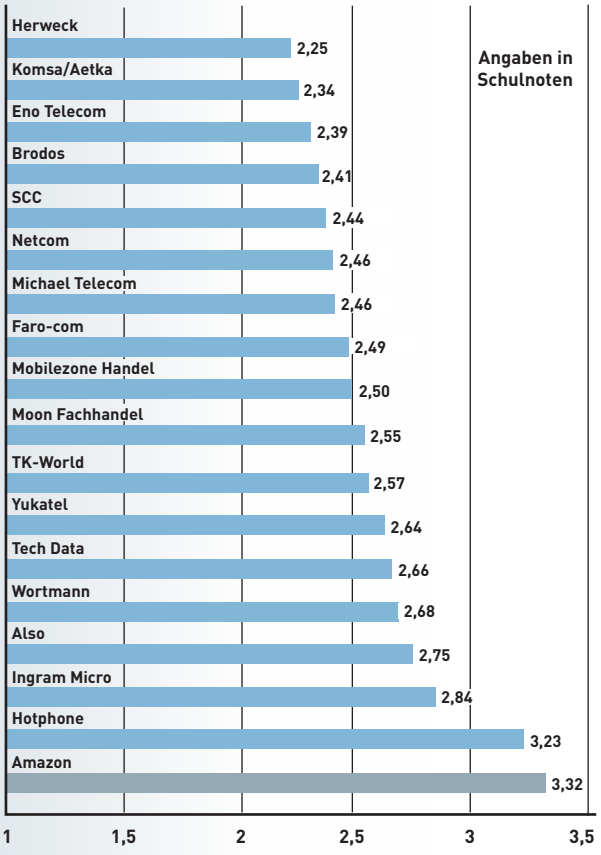
Aetka S. 48
Brodos S. 50
Eno Telecom S. 52
Faro S. 54
Herweck S. 56
Komsa S. 58
Michael Telecom S. 60
Netcom S. 62

Herweck legt einen drauf

Zum zweiten Mal in Folge gewann Herweck die Leserwahl zum „Distributor des Jahres“. Doch auch Aetka und Michael Telecom zählten zu den Siegern.

Ganz weit im Westen des Landes dürften die Sektkorken knallen: In der Leserwahl zum „Distributor des Jahres“ konnte sich erneut Herweck an die Spitze des Feldes setzen. Schon im Vorjahr war das saarländische Unternehmen auf dem ersten Platz gelandet und hat Komsa/Aetka verdrängt. Die Sachsen belegten in diesem Jahr wieder einen hervorragenden zweiten Rang. Eine kleine Überraschung gab es auf Platz drei: Auf diese Position wurde Eno Telecom von den Leserwahl-Teilnehmern gewählt.

Gesamtergebnis der Leserwahl



Da capo: Nach einem Sieg im Vorjahr schaffte es Herweck im Jahr 2021 erneut an die Spitze in der Gesamtwertung

Telecom Handel Premium Distributor 2021

Premium Distributor 2022

Die fünf Erstplatzierten in der Gesamtwertung sowie die Sieger in den Sonderwertungen werden von Telecom Handel mit dem Award „Premium Distributor 2022“ ausgezeichnet.

Über 1.900 Fachhändler, Partnershop- und Systemhaus-Betreiber nahmen 2021 an der großen Befragung teil und urteilten über die Stärken und Schwächen der Distributoren. In 26 Disziplinen, die gegenüber dem Vorjahr unverändert blieben, mussten sich die Probanden dabei beweisen. Die Noten der einzelnen Kategorien wurden dann für das Gesamtergebnis gewichtet – hier spielte eine Rolle, welche Bedeutung das entsprechende Thema aus Sicht der Leserwahl-Teilnehmer hat. Knapp 50 Distributoren konnten bewertet werden, hiervon erreichten 17 ausreichend Stimmen, um in das Ranking aufgenommen zu werden. Gegenüber dem Vorjahr schafften diesen Schritt auch zwei Unternehmen, die bislang noch nie ins „große Finale“ gelangten: TK-World und Wortmann.

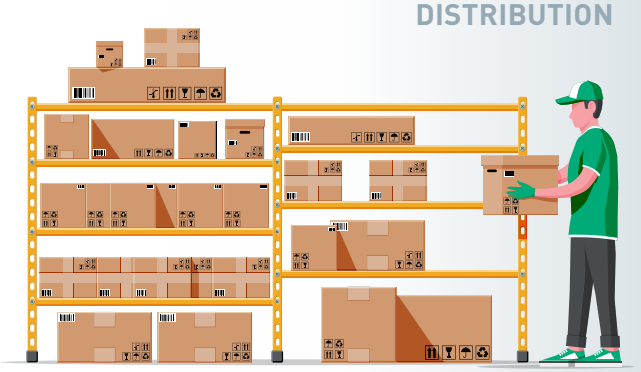
Neben dem Gesamtsieger hat Telecom Handel auch diesmal wieder Sonderpreise vergeben. So gab es erstmals eine Auswertung zu den besten Distributoren in den Segmenten „Telefonladen/Handy-Shop“, „Fachhandel/Local Hero“ und „Systemhaus“. Hier konnten sich Herweck, Aetka und Michael Telecom durchsetzen *(siehe Seite 41)*. Für die Sonderauswertungen wurden nur Stimmen von Leserwahl-Teilnehmern erfasst, die bestimmte Bedingungen erfüllen. Außerdem wurde auch die Gewichtung der Einzelkategorien entsprechend angepasst.

Herweck lag fünfmal vorn

In der Gesamtauswertung belegte Herweck in fünf der 26 Kategorien Platz eins. So siegte der Anbieter wie bereits im Vorjahr in den Disziplinen „Leadgenerierung B2B“ und „Support Auftragsabwicklung B2B“. Auch die Rubrik „Provisionen und Auszahlung“ sicherte sich Herweck – allerdings punktgleich mit Netcom. Und auch den Sieg in der Disziplin „Support vor

Foto: Abscent / Shutterstock

Bester Distributor des Jahres
Telecom Handel
LESERWAHL 2021



Ort“ mussten sich die Saarländer teilen: Hier lag neben Herweck auch Mobilezone Handel auf Rang eins. Gewinnen konnte Herweck zudem bei der „Unterstützung bei Homepage und Social Media“.

„Repair“ ging erneut an Komsa

Komsa/Aetka setzte sich dieses Jahr in drei Disziplinen durch, in denen die Sachsen bereits 2020 jeweils einen ersten Platz erzielen konnten. Diese sind „Partnerprogramm“, „Unterstützung Warenwirtschafts-/Kassensystem“ sowie – zum wiederholten Mal – „Reparaturservice und -abwicklung“.

Mit Platz drei in der Gesamtwertung hat sich Eno Telecom gegenüber dem Vorjahr deutlich verbessert – und das, obwohl der Distributor in keiner einzigen Disziplin ganz vorne lag. Dafür erzielte Eno Telecom jedoch in den meisten Kategorien ein gutes Ergebnis, was in Summe für den Sprung auf das Podium reichte.

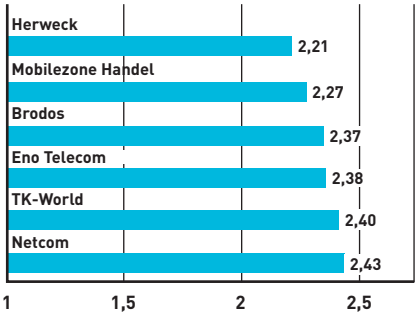
Für Brodos reichte das Votum der Telecom-Handel-Leser – wie bereits im Vorjahr – für Platz vier. Besonders gut abschneiden konnte Brodos dabei in drei Kategorien. So gab es erste Plätze für die Unterstützung bei den Themen „Dienstleistungsvermarktung“und ▶

Die Sonderwertungen zur Leserwahl 2021

Für drei spezielle Segmente hat Telecom Handel ausgearbeitet, wie das Urteil der Leser über die Distributoren ausfällt: für den Telefonladen in Lauflage, den klassischen Fachhändler und das Systemhaus

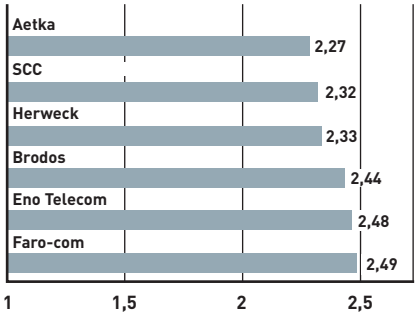
Angaben in Schulnoten

Segment „Telefonladen/Handy-Shop“



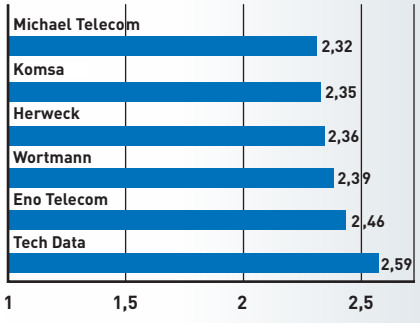
Für die Auswertung im Segment „Telefonladen/Handy-Shop“ wurden die Angaben von stationären Läden herangezogen, die sich in erster Linie an Privatkunden richten und häufig in Lauflagen zu finden sind. Das B2B-Geschäft spielt eine geringe Rolle. Mobilfunk ist wichtiger als Breitband/Festnetz. Entsprechend wurde auch die Gewichtung der einzelnen Kategorien angepasst. Hier platzierte sich Herweck vor Mobilezone Handel. Brodos erreichte Rang drei.

Segment „Fachhandel/Local Hero“



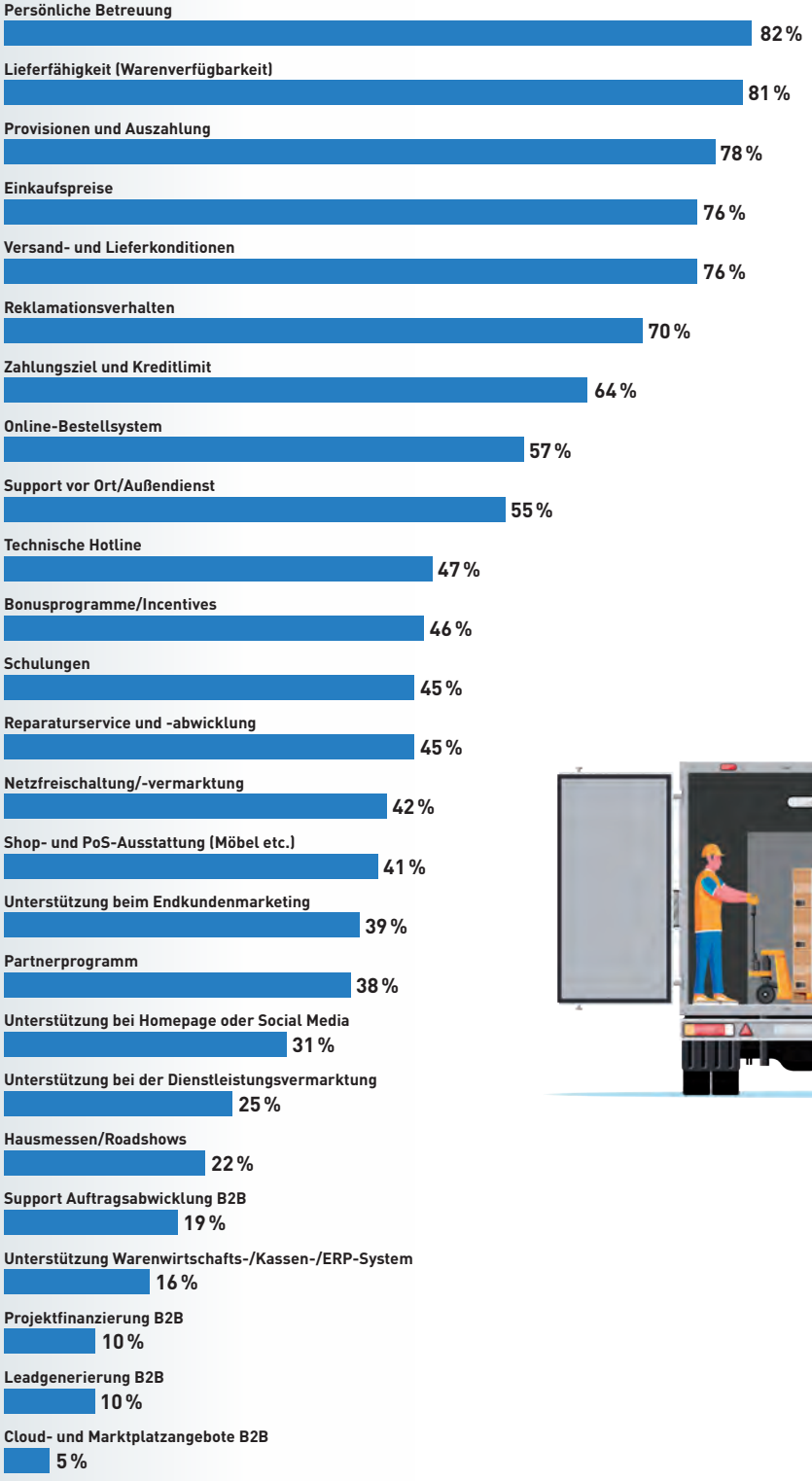
Beim Segment „Fachhandel/Local Hero“ geht es um den klassischen, inhabergeführten Fachhandel. Als „Local Hero“ hat sich der Unternehmer sowohl bei Privat- als auch bei Geschäftskunden einen Namen gemacht und hat daher auch einen hohen Anteil an Bestandskunden. Das Produktsortiment umfasst Mobilfunk und Festnetz/Breitband gleichermaßen. In diesem Segment gewann Aetka. Platz zwei ging an SCC, Platz drei an Herweck.

Segment „Systemhaus“



Für die Auswertung im Segment „Systemhaus“ wurden nur die Angaben von Leserwahl-Teilnehmern ausgewertet, die sich selbst als Systemhaus-Betreiber bezeichnen. Ein Ladengeschäft haben diese in den meisten Fällen nicht. Im Vordergrund stehen Themen wie TK-Anlagen und Cloud-Telefonie. Zielgruppe dieser Händler sind fast ausschließlich Geschäftskunden. Michael Telecom lag in diesem Segment auf Platz eins, gefolgt von Komsa und Herweck.

Darauf legen Händler besonders Wert



Nicht Einkaufspreise oder Provisionshöhe waren im Handel das wichtigste Thema: Das Top-Kriterium für den Kauf beim Distributor war erstmals die persönliche Betreuung. 82 Prozent der Leserwahl-Teilnehmer legten darauf besonderen Wert. Für 81 Prozent war eine hohe Warenverfügbarkeit (Lieferfähigkeit) relevant.

„Multichannel/Web-Shop/E-Commerce". Außerdem gewann Brodos die Wertung für die „Bonusprogramme/Incentives".

Um eine Position auf Rang fünf verbessern konnte sich SCC. Der Distributor aus Fulda konnte drei Disziplinen für sich entscheiden. So siegte SCC in den Kategorien „Persönliche Betreuung" und „Reklamationsverhalten/Kulanz" sowie beim Thema „Netzfreischaltung/-vermarktung".

Netcom mit vier Siegen

Gleich viermal landete Netcom ganz vorne. Das Unternehmen gewann in den Kategorien „Shop- und PoS-Ausstattung", „Unterstützung beim Endkundenmarketing" sowie „Zahlungsziel und Kreditlimit". Beim Thema „Provisionen und Auszahlung" teilte sich Netcom den Einzelsieg mit Herweck. Michael Telecom kam in der Gesamtauswertung diesmal nur auf Rang sieben. Der Distributor siegte jedoch in drei Disziplinen: bei den „Schulungen", den „Hausmessen/Roadshows" sowie der „Technischen Hotline".

Auch die Distributoren, die auf den weiteren Plätzen landeten, haben ihre speziellen Stärken: So gewann Faro-com in der Kategorie „Lieferfähigkeit/Warenverfügbarkeit". Mobilezone Handel lag bei den „Liefer- und Versandkonditionen" und beim Thema Außendienst ganz vorn. Moon Fachhandel holte sich einen Einzelsieg für sein „Online-Bestellsystem", und Newcomer Wortmann schlug den Wettbewerb beim Thema „Projektfinanzierung B2B". In der Kategorie „Cloud- und Marktplatzangebote B2B" setzte sich Ingram Micro durch, und Hotphone schlug den Wettbewerb in der Disziplin „Einkaufspreise". ●

JETZT TICKET SICHERN!

21. – 25. FEBRUAR 2022

MOONOVA

SHAPING THE WORLD OF DIGITAL COMMERCE AND MARKETING

Zwei bislang getrennte Sterne – die Fachmesse INTERNET WORLD EXPO und die digitale Messeplattform COMMERCE WEEK – erstrahlen 2022 im Business-Universum erstmals gemeinsam als MOONOVA.

UNSERE THEMEN

SALES

Amazon | CRM | Multichannel | Commerce

MARKETING

Social Media | SEO/SEA | Digitalisierung am POS | Data & Analytics | UX/UI

PRODUCT & IT

Shoptech | Payment | Logistik | Digital Products | Security, Cloud & Infrastruktur

MARKTTRENDS

D2C | Nachhaltigkeit | Hyper-Regionalität | Transparente Lieferketten | Experience / Convenience | Personalisierung & Individualisierung | One-stop-Commerce Solutions

WWW.MOONOVA.ONLINE

powered by

INTERNET WORLD · W&V · Telecom Handel · SAZ SPORT · SAZ BIKE · PROFESSIONAL system · PAGE · print.de Begeisterung für Druck · eyebizz · com! professional

SCAN ME

Mehr als nur Kistenschieben

Die Distributoren und Kooperationen bieten ihren Handelspartnern längst weit mehr als nur das Versenden von Waren.

Wer heute einen Händler für sich gewinnen will, der kann sich nicht nur auf das günstige Anbieten von Hardware beschränken, sondern muss eine Vielzahl an zusätzlichen Services und Dienstleistungen anbieten. Lediglich ein paar wenige Großhändler setzen voll und ganz auf das von den Mobilfunk-Discountern bekannte Konzept „No frills" – kein Schnickschnack bei entsprechend niedrigen Preisen. Die meisten Distributoren haben dagegen jede Menge verschiedene Unterstützungsmaßnahmen in petto, die dem Handel – vor allem in der gegenwärtigen Situation – helfen sollen, Umsatz zu machen und Kunden zu gewinnen.

Trotz oder gerade aufgrund der geringeren Kundenfrequenz im Shop sind Kommissionsware, PoS-Material und auch der Support bei Vor-Ort-Events wichtige Entscheidungskriterien. Ein wichtiges Werkzeug ist auch die aktive Lead-Generierung durch den Großhändler. Die meisten der großen Distributoren bieten diese an, doch längst nicht bei jedem findet sich dieses wichtige Tool.

Um Kunden in die Shops zu locken oder bestehende mehr an sich zu binden, verstärken immer mehr Shop-Betreiber ihr Engagement im Web. Unterstützung bei Google My Business, dem eigenen Facebook-Auftritt oder Online-Marketing allgemein wird hier für viele Händler immer relevanter. Aber längst nicht jeder kennt sich mit dem anspruchsvollen Thema aus oder möchte sich selbst an die Umsetzung und die ständige Betreuung einer Social-Media-Präsenz wagen. Die meisten Händler nutzen die neuen Möglichkeiten in erster Linie, um Kunden in den stationären Laden zu bekommen, einige wollen aber auch direkt am Online-Geschäft partizipieren. Einen White-Label-Web-Shop beispielsweise gibt es bei etlichen Großhändlern. •

Foto: Juice Flair / Shutterstock

So unterstützen die Distributoren ihre Fachhandelspartner (Auswahl)

	Margen-kalkulator	Aktive Lead-generierung	Bonus-programm	Consul-ting	Facebook-Manage-ment	Factoring	Finanzie-rungs-Services	Geschäfts-kunden-Akquise	Google 360°	Google-My-Business-Management
ADN Distribution	○	○	●	●	○	○	●	○	○	○
Aetka	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●
Allnet	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Also Deutschland	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Api	○	○	○	●	○	○	●	○	○	○
ASVG	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●
Brodos	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●
DexxIT	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○
EinsAmobile	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●
ElectronicPartner	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ENO Telecom	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●
Epsilon	●	●	○	●	●	●	●	●	○	○
Expert	●	●	●	○	●	○	●	○	●	●
Faro-com	●	○	●	○	●	○	○	●	●	●
Herweck	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Hotphone	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Infinigate MSP	●	●	●	●	●	○	○	○	○	○
Ingram Micro Distribution	○	○	●	●	○	●	●	○	○	○
Itancia	○	○	●	●	○	○	○	○	○	○
ITAS	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○
Komsa	●	○	für Aetka-Partner	○	für Aetka-Partner	für Aetka-Partner	für Aetka-Partner	für Aetka-Partner	für Aetka-Partner	für Aetka-Partner
Michael Telecom	○	●	●	●	●	○	●	●	○	●
Mobilezone Handel	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Motion TM	●	○	○	○	○	○	○	○	○	●
Municall	○	●	●	●	○	○	●	●	○	○
Netcom	●	●	●	○	●	○	●	●	○	○
Phone +	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●
SCC	●	●	●	○	●	○	○	●	●	●
Talksky	○	○	○	○	○	●	○	○	●	○
Tech Data	●	○	○	○	●	○	●	○	○	●
TelePart	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
TFK	○	●	●	○	○	○	○	○	○	○
TK-World	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●
Toker Telecom	●	○	●	○	●	○	○	○	○	○
Westcon-Comstor	○	●	●	●	○	○	●	○	○	○
Yukatel	○	○	●	●	○	○	○	○	○	○

● = ja; ○ = nein; Quelle: Unternehmensangaben

So unterstützen die Distributoren ihre Fachhandelspartner (Auswahl)

	Kommissionsware	Lifecycle-Services	Online-Marketing	Personalbeschaffung	PoS-Material	Reparaturen	Retouren	Shop-Möbel	Shop-TV	System-Konfigurator	Technische Hotline	Unterstützung bei Veranstaltungen
ADN Distribution	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○	●	●
Aetka	●	●	●	○	●	●	●	●	●	○	●	●
Allnet	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	●	○
Also Deutschland	○	●	●	○	●		●	●	●	●	●	●
Api	●	○	●	○	○	○	●	○	○	●	●	○
ASVG	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●
Brodos	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
DexxIT	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
EinsAmobile	●		●		●	●	●	●	●		●	●
ElectronicPartner	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ENO Telecom	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Epsilon	○	○	●	●	○	○	○	○	○	○	●	●
Expert	○	○	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●
Faro-com	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●
Herweck	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Hotphone	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○
Infinigate MSP	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	●	●
Ingram Micro Distribution	○	●	●	○	●	●	●	○	○	●	○	●
Itancia	○	○	○	○	●	●	●	○	○	○	●	○
ITAS	○	○	○	○	○	○	○	○	○	●	●	○
Komsa	für Aetka-Partner	●	●	○	●	●	●	für Aetka-Partner	für Aetka-Partner	○	●	●
Michael Telecom	○	○	●	○	●	●	○	●	○	●	●	●
Mobilezone Handel	○	○	●	○	●	○	●	●	○	○	○	●
Motion TM	○	●	●	○	●	○	●	○	●	○	●	○
Municall	○	●	○	●	○	○	○	○	○	○	●	●
Netcom	●	○	●	○	●	○	●	●	●	○	○	●
Phone +	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●
SCC	○	○	●	○	●	●	●	●	●	○	○	●
Talksky	●	○	○	○	●	○	○		●	○	○	○
Tech Data	○	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○
TelePart	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
TFK	●	○	●	○	●	●	●	○	○	○	●	●
TK-World	○	●	●	○	●	○	●	○	○	○	●	●
Toker Telecom	○	○	○	●	●	○	○	●	○	○	●	○
Westcon-Comstor	●	●	●	○	●	○	●	○	○	●	●	●
Yukatel	●	○	○	○	●	●	●	○	○	○	●	○

● = ja; ○ = nein; Quelle: Unternehmensangaben

	Warenwirtschaftssysteme	Werbegestaltung	White-Label-App	White-Label-Onlinehop	Sonstiges
	○	●	○	○	
	●	●	○	●	Freischaltservice, B-Ware, Hardware-Ankauf, Elektronikschutzversicherungen, Endkundenfinanzierung, 3 Jahre Gerätegarantie, Aetka-Service-Karte (= Abo für Dienstleistungen), Konfektionierung, Customizing, Vorabaustausch, Build to Customer Order, Team-Kollektion (Shop-Ausstattung), KfZ-Leasing, Sportmarketing, DHL-Paketshops, bargeldlose Bezahlservices, automatische Nachbelieferung/Auto-Replenishment-Zubehör. Weitere Online-Leistungen: Google-Bewertungsservice, Google-Ads, Firmenverzeichnismanagement, Online-Commerce via eBay-Shops und Aetka easy Commerce für Partner, Online-Beratung via www.fragprofis.de, Firmen-Webseitenservice
	○	○	○	○	
	●	●		●	
	○	○	○	●	
	●	●	○	○	MDM, Rechnungsanalyse, Endgeräte-Leasing, Coaching, Datenschutzberatung, Frequenzmessanlage, Altgeräteankauf, PoS-Servicekarten, Lieferung im Namen Dritter
	●	●	○	●	Kiosksystem, Unterstützung bei der Geschäftskundenvermarktung, tägliche Provisionsabrechnung, Schulungsportal, Next Day Delivery, IMEI-Reservierung, Servicekarten, Außendienst, Shop-Konzept „Der vernetzte Laden", Fi-Bu-Automatik, Partnerprogramme
	○	○	○	○	
	●	●	○	●	
	●	●	○	○	Festnetz-Angebotskalkulator, Sortimentsberatung, Zentralregulierung, Auto-Leasing, Händlerportal SH. EP:Campus, Medimax Campus und comTeam Campus: Weiterbildungs- und Trainingsprogramm-Plattformen für die Mitglieder und Partner der einzelnen Marken
	●	●	●	●	Automotives Einbaunetzwerk, JustBuyBack (Warenrückkauf), JustProtect (Endgeräteversicherung), Mobile Toolbox (zertifizierte Datenlöschung für Smartphones und Tablets, Datenübertragung, Soft- und Hardware-Check), Listing, Review-Management, Full-Service-Werbeagentur, Expansionskonzepte (Business Development), Marketingportal, Mobile Device Management, IMEI-Picking, Social-Media-Management, ENO Campus (Schulungen), Cloud PBX Management, Logistik Fulfillment, Repair- und Servicecenter, PoS-Styling, 3 Jahre Garantie, Repair Box
	○	●	○	○	
	●	●	○	○	
	●	●	○	○	Freischaltservice, Endkundenlieferung, IMEI-Picking, 1:1-Verrechnung, Marketingportal, Bestandskundenmanagement, Printmarketing, Social-Media-Management inkl. Instagram, Google- und Facebook-Bewertungsservice, Website-Bereitstellung, Multichannel-Marketing, Vodafone Connect
	●	●	○	●	Abrechnungs-Tool (Provisions-Controlling), Dokumenten-Management-Upload-Center, Datenübertragungs-Software, Teamviewer-Support, IMEI-Pick-Service, 1:1-Verrechnung
	○	○	○	○	
			●	○	
	○	○	○	●	
	○	○	○	○	
	○	○	○	○	
	●	●	○	●	Freischaltservice, B-Ware Refurbishment und Vertrieb, Konfektionierung, Customizing, Digital Signage, Vorabaustausch, Build to Customer Order, WLAN-Ausleuchtung, Auto-Replenishment für Zubehör bei Aetka-Partnern
	○	●	○	○	Lead-Market, Partnerprogramm, Schulungen/Webinare, Logistikdienstleistung, eKiosk-Systeme
	○	●	○	○	
	○	●	○	●	
	○	○	○	○	CRM für B2B-Partner (SoHo)
		●		●	IMEI-Pick, SIM-Pick, Gerätevorreservierung, Qualitätsboni-Rechner, Segmentierungsrechner, Ticketsystem
	●	●	○	●	
	●	●	○	●	
	○	○	○	○	
	○	●	○	○	
	○	○	○	○	
	○	●		●	Diverse Aktions- und Produkt-Landingpages
	○	●	○	●	Meine KundenCloud (CRM zum Bestandskundenmanagement), Mein BoniScan (Bonitätsprüfungs-Tool), Fachhändlernetzwerk, Anschlussberater, Tutorials für Fachhändler, Prozessabwicklung von Incentivierungen
	○	●	○	○	
	●	●	○	○	
	●	○	●	●	Dienstleistung Telematik / IoT

aetka.de

Verstärker des Fachhandels

Im Verbund stärker. aetka ist mit über 2000 Partnern die mitgliederstärkste Kooperation inhabergeführter Fachgeschäfte in der Telekommunikationsbranche.

Mit dem starken Distributions- und Dienstleistungsnetzwerk der KOMSA Gruppe im Rücken bietet aetka seit über 20 Jahren ein Leistungsspektrum aus Beschaffungs-, Vermarktungs- und Kooperationsleistungen, das den angeschlossenen Fachhändlern und Systemhäusern dabei hilft, ihre Stärken gegenüber anderen Vertriebsformen noch besser auszuspielen. 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.

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

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

22 Jahre Fachhandelskooperation aetka

Wir lieben den Fachhandel!

Kernsegmente

- Mobilfunk
- Festnetz / TK
- Multimedia / IT
- Tarife / Dienste
- Zubehör
- Dienstleistungen
- Data Voice

Online ist das Beste, was dem stationären Handel passieren kann

Mit dem Anspruch, der nützlichste Partner des Telekommunikations-Fachhandels in Deutschland zu sein, liegt das Hauptaugenmerk der Kooperationszentrale darin, an der Seite des Fachhandels die erfolgreiche Verzahnung von stationärem Geschäft und Online-Handel voranzutreiben.

Das Internet wird lokal. Mit aetka

Ansinnen des umfassenden Online-Konzeptes von aetka ist es, die Partner mit ihren Stärken ins Netz zu bringen – von Sichtbarkeit bis Verkauf. Durch die Kombination aus Online-Auftritt und regionaler Vor-Ort-Präsenz wird das Internet lo-

Fotos: aetka AG

kal. Aus Sicht von Handelsexperten die einzig 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.

Frei schalten! Profis in der Netzevermarktung

Fachhändler sind Profis im Netzegeschäft – und aetka stellt die Profis fürs Netzegeschäft. 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.

Empfehlenswert!

Freie Fachhändler kümmern sich mit dem Engagement und der Leidenschaft eines Unternehmers um die Fragen und Probleme ihrer Kunden und suchen nach individuellen Lösungen. Das erwarten sie auch von einem Partner: 97 % der Mitglieder würden die Kooperation aetka weiterempfehlen. ●

Wir kümmern uns!

Mit u. a. diesen Leistungen:

- Crosschannel-Konzept inkl. Commerce
- Warenwirtschaftssystem
- B-Ware / Hardware-Ankauf
- Reparatur-Service
- Endverbrauchermarketing
- POS-Ausstattung
- Eigenmarken
- Dienstleistungsvermarktung
- Kooperationsvorteile
- aetka Bonus System
- Online-Beratungsplattform fragprofis.de

KONTAKT

aetka AG
Niederfrohnaer Weg 1
09232 Hartmannsdorf
Tel.: +49 3722 713500
E-Mail: vertrieb@aetka.de
www.aetka.de

brodos

Die wahren lokalen Helden sind die Fachhändler!

Als etablierter Treiber im Telekommunikations-Markt und Pionier in der Digitalisierung des Handels agieren wir als integrative Plattform und Business Hub zwischen Menschen, Produkten und Technologien. Deshalb verstehen wir uns als Business Enabler!

Dominik Brokelmann,
Gründer und CEO
der Brodos AG

Mit voller Kraft haben sich die lokalen Fachhändler allen Herausforderungen und Veränderungen der letzten Jahre gestellt, neue Ideen entwickelt, Grenzen überschritten und damit ihre Geschäftsmodelle weiter gestärkt. Unerschrocken haben sie in ihrer lokalen Umgebung dafür gesorgt, dass die Telekommunikations-Technik läuft, die Tarife passen und die Kommunikation der Menschen auch in den schweren Corona-Zeiten nicht abreißt.

Als langjähriger Treiber dieses Telekommunikations-Marktes unterstützen Brodos und die SCC als Telekom Spezialist den Fachhandel mit ganz gezielten Leistungen, um die „Local Heroes" weiterzuentwickeln.

Gemeinsam mit Netzbetreibern und Hardware-Herstellern entwickeln wir strategisch und langfristig unser Vorgehen am Markt für den Fachhandel

Stefan Vitzithum,
COO Brodos AG

Direkte Distributions- und Exklusivverträge

Mit nahezu allen Endgeräte-Herstellern arbeitet Brodos seit vielen Jahren langfristig strategisch oder sogar exklusiv zusammen. Für den Fachhandel bedeutet das, dass neue gemeinsame PoS- und Vermarktungskonzepte entstehen, welche für die Endkunden direkt im Laden echte Erlebnis-Faktoren schaffen und z.B. mit Demoware für einen ersten haptischen Eindruck und echtes Look & Feel vor Ort sorgen.

Strategische Zusammenarbeit mit allen Netzbetreibern

Ob Privat- oder Geschäftskunden-, ob Mobilfunk- oder Festnetz-, ob Neukunden- oder Bestandskundentarife – jeder Fachhandelskanal hat eine eigene Dynamik. Ebenfalls seit vielen Jahren arbeitet Brodos strategisch mit allen Netzbetreibern zusammen, um neue Produkte und Tarife unter dem Gesichtspunkt des Fachhandels als erfolgreiche und vermarktungsfähige Bundles zu etablieren.

Der vernetzte Laden – komplette PoS-Konzepte

Egal ob ein einzelnes Möbelelement oder ein „schlüsselfertiger" PoS im my-eXtra Design gefragt ist – Brodos hält eine große Reihe an PoS-Ausstattung parat. PoS-Außengestaltung, Möbel, IT-Systeme und Omnichannel-Marketingleistungen sind nach modernstem Standard gestaltet und machen aus dem Fachhandels-PoS einen wahren „lokalen Helden", der für die Zukunft des stationären Einzelhandels bestens ausgerüstet ist.

Fotos: Brodos AG

Brodos und SCC – virtuelle Firmenbesuche:

Lernen Sie Brodos und SCC kennen!
Seien Sie bei einem der nächsten virtuellen Firmenrundgänge dabei:
www.brodos.com/rundgang

Die Brodos Group

Omnichannel-Fachhandel funktioniert nur mit, nicht gegen Online

Schon frühzeitig hat Brodos in unterschiedliche Omnichannel-Tools investiert und optimiert diese stetig weiter: das Warenwirtschafts-System brodos.net, die Kiosk-Systeme, die brodos.net TV Kanäle, die „up2Date"-Pakete mit Social Media Management, eigenem Webauftritt & Webshop. Diese Tools eröffnen dem Handel ein weiteres Laden-Schaufenster im Onlinebereich.

» Über 30 neue Partner konnten wir für unser my-eXtra PoS Konzept ‚der vernetzte Laden' im Jahr 2021 bereits gewinnen «

Frank Lüttjohann,
Vorstand Vertrieb
Fachhandel der Brodos AG

Gemeinsam Abenteuer erleben

Außergewöhnlich, emotional und unvergesslich – mit dem Brodos Adventure Club werden Träume wahr. Das Brodos Adventure Club Prämiensystem ermöglicht es Fachhändlern, fleißig Punkte zu sammeln, um dann an einem Abenteuer teilzunehmen. Gemeinsam bereisen wir die spannendsten Orte der Welt: offroad durch die Sahara Wüste, ein Segeltörn in der Ägäis oder Trekking im Himalaya.

Endkunden-Marketing

Es gibt viele Arten von erfolgreichen Marketing- und Werbemaßnahmen: eine Flyerverteilung oder eine bessere Google-Sichtbarkeit, die Trikots für den lokalen Fußballverein oder die Teilnahme an einer lokalen Messe, ein Give-away zu Weihnachten oder ein Anschreiben an die Geschäftskunden des Fachhändlers. Unser Werbekatalog bietet ein breites Portfolio an erfolgreichen Musterkampagnen und Tools für einen umfassenden Überblick.

Wenn es ums Geld geht

Zum Thema Finanzierung bietet Brodos besondere Leistungen, die dem Fachhandel große Transparenz bieten und für den nötigen Cashflow sorgen.
Die taggleiche Provisionsverrechnung, Endgeräte-Kommissionsware sowie die Finanzierung von PoS-Möbeln und -Systemen schaffen finanziellen Freiraum für das nötige Wachstum im Tagesgeschäft.

Über 100 gute Gründe – Serviceleistungen der Brodos und der SCC

Alle Serviceleistungen der Brodos AG finden Sie in unserer aktuellen Broschüre unter *www.brodos.de/erfolgstools* bzw. unter *www.scc-com.de/leistungen* oder bei den Ansprechpartnern •

Brodos AG

Gegründet 1991

490 Mitarbeiter

Umsatz: 650 Mio. Euro GJ 20/21

Zentrale: Baiersdorf

Vertriebs- und Service-niederlassungen in Fulda, Berlin, Lotte, Ahmedabad (Indien)

Unser Sortiment

Mobiltelefone / Smartphones / Tablets

Festnetztelefone / TK Anlagen

IP Centrex / Cloud PBX

Smart Home / IOT / UE

Netzvermarktung

Zubehör

Digitale Produkte

Service-Leistungen

Unsere Zielgruppe

Fachhändler der Telekommunikation:
- mit und ohne POS
- spezialisiert auf Privat- und/oder Geschäftskunden

Kooperationen / Einkaufsgemeinschaften / Verbundgruppen

TK Systemhäuser

IT Systemhäuser

ITK Consultingpartner

KONTAKT

Brodos AG
Erlanger Straße 9–13
91083 Baiersdorf
Tel.: +49 9133 77770
E-Mail: kundenservice@brodos.de
www.brodos.de

Unser Ziel ist …

… gemeinsam mit unseren Partnern Geschäfte erfolgreich zu entwickeln.

ENO lebt ‚5G' und ist so starker Partner für den Handel

Sven Hollemann, Geschäftsführer ENO

5G ist in aller Munde und bezeichnet die fünfte Generation des Mobilfunks. Was technologisch bald der neue Standard ist, wird **bei ENO bereits seit Jahren gelebt**. Denn die ENO **„5G" sind:**

1. Gelebte Partnerschaft

Eine stabile Partnerschaft zeichnet sich durch Vertrauen, Zuverlässigkeit sowie eine direkte und ehrliche Kommunikation aus. Dazu gibt es neben den vielfältigen Möglichkeiten im Tagesgeschäft auch separate Termine, in denen man bestimmte Themenbereiche intensiv und regelmäßig aufgreift. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, existieren bei ENO diverse Gremien wie der Händlerbeirat oder spezielle Werbegruppen, mit denen sich kontinuierlich über die aktuellen Marktentwicklungen und -trends ausgetauscht wird. Durch dieses Zusammenspiel lassen sich für die Partner fortschrittliche und effektive Programme sowie lösungsorientierte Dienstleistungen schaffen.

Mit dem CrefoZert bescheinigt die Creditreform, dass das geschäftliche Verhalten von ENO tadellos ist und die Prognose für die Zukunft äußerst positiv

2. Gelebter Rundum-Service

Egal, welche Ideen oder Anforderungen auf die ENO-Spezialisten zukommen, der partnerschaftliche Servicegedanke wird stets gepflegt und gelebt. Mit mehr als 70 Jahren Service-Erfahrung in der Unternehmensgeschichte werden die Partnerschaft und der Mensch immer an erste Stelle gesetzt und gemeinsam Lösungen für den geschäftlichen Erfolg entwickelt.

3. Gelebter Support

Die ENO Inhouse Full-Service-Werbeagentur hilft den Fachhändlern bei der Planung, Gestaltung (inkl. Freigabeprozess) sowie Umsetzung individueller Marketingkampagnen im Print- und Onlinebereich für ihre privaten und gewerblichen Endkunden. Ob Marketing Core Analyse, um den Status quo festzustellen, oder die Übernahme des gesamten Social-Media-Auftritts inkl. Kampagnenerstellung und Postings – für jeden Bedarf ist etwas dabei. Das Call- und Contact-Center-Team übernimmt nicht nur die Geschäftskunden-Akquise, Terminvereinbarungen sowie Zufriedenheits-Calls, sondern unterstützt auch, wenn urlaubs- oder krankheitsbedingt Personalmangel herrscht: Dann kann das Telefon auf ENO umgestellt werden und die Agents melden sich mit der richtigen Firmierung.

4. Gelebtes Business

Damit auch direkt gekauft werden kann, gibt es den ENO „WHIITElabel Onlineshop". Hierzu sind keine besonderen Kenntnisse erforderlich und er ist schnell umgesetzt. Mit „POS Rendite", das je nach Wunsch in unterschiedlichen Paketgrößen

Fotos: ENO

Unsere 5Gs

ENO-Dienstleistungen

- Margenkalkulator
- Geschäftskunden-Akquise
- ENO-Campus
- Social Media Management
- WHITElabel Onlineshopsystem
- Shop-Möbel
- Shop-TV
- POS RENDITE
- Inhouse Werbeagentur
- Logistik-Fulfillment
- ECC ESC Repair- und Servicecenter
- Cloud PBX Management
- PoS Styling
- Repair-Box
- 3 Jahre Garantie
- Online Marketing
- Mobile Device Management
- ENO Einbauservice
- IMEI-Picking
- Financial Services
- JustProtected
- JustBuyBack

erhältlich ist, bekommt der Händler ein CRM-System inkl. Kasse, das sämtliche Anforderungen erfüllt. Der Margenkalkulator, der direkt in den ENO-Shop integriert ist, unterstützt bei der Preisgestaltung sowie der Optimierung der Marge auf Produkt- und Tarifebene.

5. Gelebte Nachhaltigkeit

Nicht nur in den Kunden- und Lieferantenbeziehungen arbeiten wir nachhaltig. Auch die passenden Produkte und Dienstleistungen dazu bieten wir an. Sei es die „Repair-Box", die dafür sorgt, dass Geräte repariert statt entsorgt werden. Oder die „3 Jahre Garantie", die zu einer längeren Nutzung von Smartphones beiträgt. Und wenn doch einmal ein neues Gerät benötigt wird, besteht u. a. die Möglichkeit, auf die Renewd-Produkte zurückzugreifen. Bei Renewd dürfen ausschließlich zertifizierte Techniker Originalteile verbauen und so gebrauchter Hardware ein zweites Leben schenken. Und mit „JustBuyBack" wird zusätzlich auch der Rückkauf von Altgeräten ermöglicht. ●

Unser Sortiment

- Smartphones & Tablets
- Festnetz & UCC
- Netzvermarktung
- Smart Home & Weiße Ware
- Computer & Peripherie
- Home Entertainment & Gaming
- Automotive
- Accessories

Unsere Zielgruppe

- Fachhandel
- Systemhäuser
- Retailer
- E-Tailer

Immer frische Ideen vom ENO-Team

KONTAKT

ENO telecom GmbH
Bentheimer Straße 118b
48529 Nordhorn
Tel.: +49 5921 877-440
E-Mail: kontakt@eno.de
www.eno.de

ANZEIGE

faro-com competence in communication www.faro.de faro-line competence in communication

Wir leben Telekommunikation aus Leidenschaft!

Wir stehen seit 25 Jahren für Kompetenz, Persönlichkeit sowie Zuverlässigkeit und bieten dem lokalen Telekommunikationsfachhandel alles aus einer Hand für ein erfolgreiches Business

Juliane Wagner
& Ralf Adam
Geschäftsführer,
faro-com GmbH & Co. KG
& faro IMPORT EXPORT
GmbH & Co. KG

Seit 25 Jahren stehen wir, die faro-Unternehmensgruppe – Ihr flexibler Partner mit kurzen Entscheidungswegen, schnellen Reaktionszeiten und maßgeschneiderten, individuellen Lösungen – für nachhaltigen Erfolg.

Mit mehr als 200 Lieferanten weltweit, über 3.000 kaufenden B2B-Kunden in über 30 europäischen Ländern und nicht weniger als 150 Mitarbeiter/innen bildet die faro mit ihren drei Kernsäulen „Hardware, Netzevermarktung und Zubehör" sowie der darauf abgestimmten Marketingunterstützung das ideale Fundament für den stationären Fachhandel. Neben den grundlegendsten Kriterien für eine erfolgreiche Partnerschaft, wie hohe Verfügbarkeit und Lieferfähigkeit, eine überzeugende Produkttiefe, flexible, auf Sie abgestimmte Zahlungsmodalitäten, Warenwirtschafts- und CRM-Systeme, Endkundenlieferungen, Finanzierungen & Versicherungen, Unterstützung bei der Shoperöffnung und -ausstattung uvm., stehen Persönlichkeit und Individualität bei uns im Vordergrund. Unser Vertriebsteam und die Mitarbeiter aller Fachabteilungen sehen den Fachhandel mit seiner Kompetenz und dem überzeugenden Service als die Zukunft der Telekommunikationsbranche und wollen stetig Ihr Geschäft weiter voranbringen.

Persönlich, nah und für Sie da

Das partnerschaftliche Verhältnis ist die Basis für den gemeinsamen Erfolg. Unsere Kompetenz und Zuverlässigkeit beweisen die vielen Partner, die wir von der Eröffnung der ersten Filiale bis zum Heranwachsen zu einer regionalen Filialkette erfolgreich unterstützen und auch regelmäßig zu Jubiläen gratulieren können.

Unsere Leistungen

- persönliche Ansprechpartner im Innen- & Außendienst
- Fachhandelskonzept & Partnerprogramme
- Fachhandelshotline
- Kalkulations-/ Vergleichstool
- Endkundenlieferungen sowie Drop-Shipping
- IMEI-Picking
- Print- & Onlinemarketing
- Digital Signage
- POS-Ausstattung & -Möbel
- Warenwirtschaftssystem
- Geschäftskunden-Kompetenz-Center
- Reparaturen & Reklamationen
- Schulungen, Incentives uvm.

Die Mitarbeiter/innen unserer Fachhandelshotline stehen Ihnen nicht nur wochentags, sondern auch am Samstag mit Rat und Tat sowie Fachwissen beim täglichen Umgang mit der Vielzahl angebotener Tarife und sehr unterschiedlicher Provisionsregularien der Netzbetreiber zur Verfügung. Das umfangreiche Kalkulations- und Vergleichstool für Tarife, Kombiangebote und Hardware sowie unseren IMEI-Picking-Service für alle Endgeräte nutzen Sie rund um die Uhr unter *www.faro.de*.

Weiterentwicklungen für Ihren Erfolg

Die Leidenschaft für die Telekommunikationsbranche und die damit verbundene

Fotos: faro-com GmbH & Co. KG

Über 30.000 Artikel können von Ihnen täglich aus unserer Kolkwitzer Firmenzentrale abgerufen werden

kontinuierliche Weiterentwicklung zeichnen uns aus. So passen wir stetig unser angebotenes Produktportfolio den aktuellen Gegebenheiten und Trends an – sowohl im Hardware- als auch im Zubehörbereich. Die Nachfrage an alternativen und vor allem nachhaltigen Produkten steigt beim Endkunden gleichermaßen wie beim Fachhändler, da neben dem ökologischen Aspekt auch der wirtschaftliche und logistische Mehrwert überwiegen. Durch Papierverpackungen, Multipacks oder unser Folienschneidgerät CUT & USE powered by anco® werden nicht nur Kosten eingespart. Die passenden Schutzfolien für das Kundengerät sind immer direkt vorrätig, in Sekundenschnelle produziert und aufgebracht. Neben unseren bekannten biologisch abbaubaren Schutzcovern erweitern wir unser Portfolio umweltschonender Produkte auch durch Datenkabel aus natürlichen Rohstoffen, um den Kunststoffanteil weiter zu reduzieren. Daneben verwenden wir für Printmedien Papiere aus nachhaltiger Forstwirtschaft und Druckfarben auf Bio-Basis. Auch Plastikbeutel wurden aus dem Werbemittelangebot gestrichen und durch Papier- und Stofftragetaschen ersetzt.

Persönlich, nah und für Sie da – unser Vertriebsteam (v.l.n.r.: O. Langnau, J. Wiencken, R. Netzker, H. Looke)

Überzeugend durch Individualität und Service

Nur wer mehr zu bieten hat als der Online-Handel und dem Kunden einen Mehrwert durch seinen Service und die allumfassende Beratung sowie Abwicklung seiner Anliegen bietet, kann den Kunden nachhaltig begeistern und zu seinem Fan machen. Hier unterstützen wir Sie durch unser umfassendes Sortiment an Waren sowie Dienst- und Serviceleistungen, wozu auch unser Rundum-Marketing zählt. Denn nur durch ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Ihrer Online-Auffindbarkeit, Social-Media-Aktivitäten, positiven Kundenbewertungen und Ihrem POS-Auftritt schaffen Sie Authentizität, Vertrauen und ein gutes Gefühl beim Kunden. Mit unserer Unterstützung in den Bereichen Google My Business, Facebook- und Instagram-Management, einer professionellen Homepage mit Live-Chat, Terminvereinbarungstool und Angebotsdarstellung werden Sie online gefunden und durch den Einsatz darauf abgestimmter Werbung im und am Ladengeschäft vor Ort auch wiedererkannt. Wir bieten Ihnen nicht nur moderne Werbemöglichkeiten, wie den Einsatz von Shop-TV an Ihrem POS, sondern auch alles, was Sie für eine positive Wahrnehmung benötigen. Angefangen bei der Logoerstellung und Geschäfts- sowie Shopausstattung und Außenreklame über die Produktion passender Arbeitskleidung, individueller Kundengaben bis hin zu Print- und Digitalmedien oder auch Radio- und Großformatkampagnen, erhalten Sie bei uns alles aus einer Hand, individuell auf Sie abgestimmt. Denn wir nehmen uns die Zeit, um mit Ihnen gemeinsam das für Sie passende Konzept und Werbemedium umzusetzen.

Lassen Sie uns gemeinsam an Ihrem Erfolg arbeiten, fordern Sie uns in allen Bereichen. •

Unser Sortiment

- Vermarktung der Netzbetreiberdienste
- Mobiltelefone, Smartphones, Tablets, Wearables, Notebooks
- Festnetzgeräte und Netzwerktechnik
- Smart Home und angrenzende Produkte
- Mobilfunkzubehör und Accessoires
- Alles für die Handyreparatur
- Zusatzgeschäft/-dienste

Unsere Zielgruppe

- Fachhändler (Multi- u. Monobrand)
- Filialisten & Systemhäuser
- Geschäftskundenbetreuer
- Großhändler & Drop-Shipper
- B2C-Vermarkter
- Reparaturwerkstätten

KONTAKT

faro Unternehmensgruppe
Gewerbeparkstraße 21
03099 Kolkwitz
www.faro.de

faro-com GmbH & Co. KG
Tel.: +49 355 49491300
E-Mail: info@faro-com.de

faro IMPORT EXPORT GmbH & Co. KG
Tel.: +49 355 49491200
E-Mail: info@faro.de

herweck

Herweck in St. Ingbert

Warum entscheiden sich unsere Partner » für Herweck? « Weil wir mehr als nur ein Distributor sind!

Can Güntuncer,
Director Mobile
Herweck

Sonne oder Schatten – **JOIN THE SUNNY SIDE OF DISTRI.** Fragen Sie sich: „Welche sonnigen Seiten? Stehen wir alle, Fachhändler, Systemhäuser, Distributoren, nicht immer wieder im Schatten? Haben wir nicht ständig zu kämpfen?" Sicher. Und genau das zeichnet uns alle aus:

Nicht nur überleben

Kreativität und Mut, Durchhaltevermögen und die Fähigkeit, die Sonne hinter den Wolken zu sehen. Uns aktiv auf den Weg zu machen. Denn sonst wären wir alle schon lange nicht mehr da.

Vom Siegeszug zum Trauermarsch und zurück

Als der Siegeszug der großen Kaufhäuser und Ketten begann, die mittlerweile sukzessiv gerade verschwinden – mit Kaufhof und Karstadt geht eine der letzten großen Marken vom Markt, Real wird es bald auch nicht mehr geben –, da sagten die sogenannten Experten schon den schnellen Niedergang des Fachhandels voraus. Der nächste Todbringer für den Fachhandel stand da schon in den Startlöchern: der Versandhandel. Otto, Quelle, Neckermann. Fragen Sie mal heute Ihre Kinder, was Neckermann oder Quelle ist. Ja, auch die analoge Generation hatte ihr Amazon. Wir nannten es Katalog. Das kaum überlebt, kamen die Großflächen-Elektronikmärkte und propagierten den „geilen Geiz" und dass man „bloß nicht blöd" sein darf. Aktuelle Tendenz dort: Konsolidierung, Reduktion von Anzahl und Flächen der Märkte.

Und nicht zu vergessen die ganz besonderen, teils hausgemachten Bedrohungen für unsere Branche: verschiedenste Tarifinnovationen möglichst unter 10-Cent, Flatrates und Kostenairbag-Tarife. Am besten einfach beim Lebensmitteldiscounter um die Ecke zu kaufen. Dem Sensenmann gerade nochmal von der Schippe gesprungen, kam er dann um die Ecke: der fulminante Todesstoß. Ein Feind, wie man ihn zuvor nicht einmal erahnen konnte: der Online-Shop.

Immer noch da?

Aber Sie, die Sie jetzt schon bis hierher gelesen haben, Sie sind ja noch da. Und Sie gehören vielleicht auch zu denen, die es – zumindest geschäftlich – schon lange nicht mehr geben sollte, wenn man den Prognosen und Vorhersagen Glauben schenkt.

Thomas Bauer
Head of Sales BU Telekom

René Götz
Head of Sales BU Vodafone

Timo Klasen
Head of Sales BU Telefónica

Fotos: Herweck AG

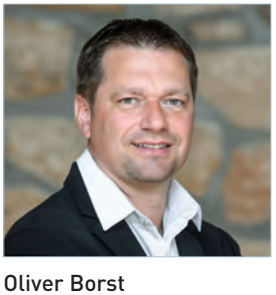
Wir machen weiter

Was wollen wir damit eigentlich sagen? Ganz einfach – wir machen weiter. Wir glauben an den Fachhandel und an die Endverbraucher, die emanzipierte Entscheidungen treffen. Die da hingehen, wo man etwas von seinem Fach versteht, und die bereit sind, für gute Beratung und gute Produkte auch gutes Geld zu zahlen. Was uns darin bestärkt? Unsere Kunden und Partner, mit denen wir Tag für Tag zusammenarbeiten. Die wir unterstützen und von denen wir lernen. Unsere Mitarbeiter, die jeden Tag zur Arbeit kommen und nicht einfach sagen, lassen wir mal lieber.

Der schier übermächtige Online-Platzhirsch Amazon hat jüngst angekündigt, dass er mit sich abschwächendem Wachstum rechnen wird, weil sich der Online Boom der Pandemiezeit nicht in gleichem Maße fortsetzen wird. Auch die deutschen Netzbetreiber selbst teilen freimütig mit, dass während des Lockdowns die Zahl der Onlineabschlüsse kaum gestiegen ist. Fachmagazine und Experten malen die rosige Zukunft des Hybrid-Handels in den schönsten Farben.

Was wirklich wichtig ist

Wir werden es erleben. Denn derjenige Fachhändler, der eben nicht tot ist, weiß, um was es wirklich geht: Er kennt seine Kunden und bietet ihnen schlicht und einfach mehr als tolle Slogans und Prospekte mit Angeboten und Hardware-Empfehlungen von der Stange. Es zählt der Mensch, unabhängig ob Kunde, Geschäftspartner oder Mitarbeiter. Und es zählt, aufmerksam zu sein, flexibel zu bleiben, Chancen zu nutzen … und die richtigen Mitarbeiter und Partner zu haben. Das Gleiche gilt auch für uns. •



Oliver Borst
Leiter Dienstleistungscenter

Norbert Thewes
Leiter Business Unit UC

Dominik Walter
Leiter Business Unit IT

Anderer Meinung?
Wir freuen uns auf spannende Diskussionen.

Am **13. Mai 2022** ist es endlich wieder so weit – Zeit, dass wir uns wiedersehen! Diese Messe wird besonders.

PERSPECTIVES 2022

Unsere Zielgruppen

- Mobilfunk-Fachhandel
- Filialisten
- IT-Systemhäuser
- TK-Systemhäuser
- Kooperationen
- Verbundgruppen
- Retailer

Sortiment

- Mobilfunk & Festnetzanschlüsse
- Festnetztelefone
- Unified Communications
- Cloud Services
- IT & Netzwerktechnik
- Smartphones & Tablets
- Wearables & Zubehör
- Multimedia

KONTAKT

Herweck AG
Geistkircher Straße 18
66386 St. Ingbert
Tel.: +49 6894 3883-0
E-Mail: info@herweck.de
www.herweck.de

Stark bei Consumer & Business

KOMSA bietet ein Distributions- und Dienstleistungsspektrum wie kaum ein anderer Distributor in Deutschland. Wer hier kauft, bekommt nicht nur Hardware und Software. Die Unternehmensgruppe sorgt dafür, dass die Technik auch verlässlich 24/7 funktioniert. Das Team kennt seine Produkte und weiß, worauf es beim Einsatz im Alltag ankommt. Mit diesem Wissen stärkt KOMSA Händlern in allen Vermarktungs- und Servicefragen den Rücken und ist ein verlässlicher Partner in Zeiten, in denen der Handel quasi täglich vor neuen Herausforderungen steht.

Der Handel wandelt sich so stark wie nie zuvor. Wer jetzt mit uns die Segel setzt, kann mit gutem Rückenwind den Wachstumskurs einschlagen“

Steffen Ebner,
Vertriebsvorstand der KOMSA-Gruppe

Vermarktungspower fürs PK- und GK-Geschäft

Egal ob Fachhändler, Systemhaus, Onlinehändler oder Flächenmarkt – KOMSA hat den Anspruch, jede Handelsform so zu unterstützen, dass sie ihre volle Stärke ausspielen kann. Reseller haben über KOMSA Zugriff auf ein Sortiment aus über 35.000 Produkten und sind damit sowohl fürs Geschäft mit Privatkunden als auch mit Geschäftskunden bestens gerüstet. Händler, die ihren Kunden auch wiederaufbereitete Gebrauchtware anbieten möchten, können aus einem breiten Sortiment an B-Ware wählen.

Dabei können sie auf eine leistungsstarke Logistik vertrauen, die mit dem deutschen und dem europäischen Logistik-Preis ausgezeichnet wurde. Expressbestellungen sind bis in den späten Abend möglich, und selbst in Spitzenzeiten wie dem Weihnachtsgeschäft werden Pakete taggleich versandt.

Mit KOMSA als Top-Partner aller Netzbetreiber im Rücken profitieren Händler zudem von enormer Vermarktungspower im Mobilfunk, Festnetz und bei der Cloud-Telefonie.

Auch nach dem Verkauf für Handelspartner da

Das KOMSA-Team ist überzeugt davon: Mindestens genauso wichtig wie die zuverlässige Beschaffung und Vermarktung ist der Service nach dem Verkauf. Deshalb steht Händlern eine Rundum-Betreuung zur Verfügung, mit der sie einen Top-Kundenservice aufbauen und sich zusätzliche Umsätze sichern können.

Fotos: KOMSA

Mehr als 20.000 Handelspartner bauen auf den Service der KOMSA-Gruppe

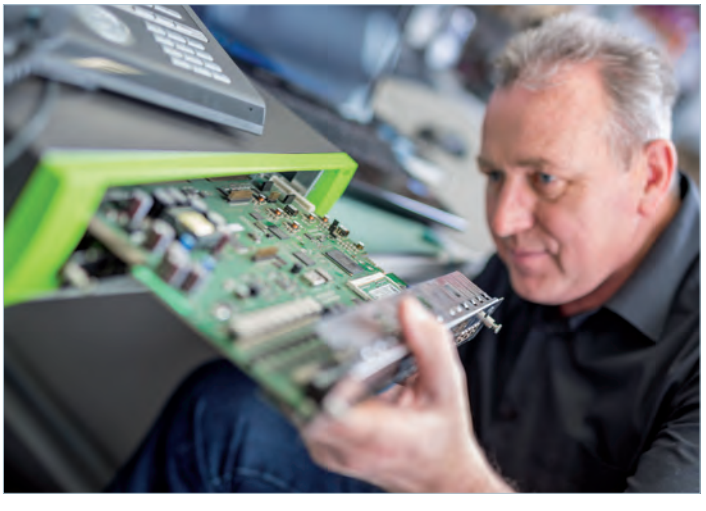
Technischer Support

Das Technical Assistance Center der KOMSA-Gruppe unterstützt Handelspartner in der Betreuung ihrer Kunden bundesweit per Remote-Service. Reseller profitieren davon doppelt: Das Wissen, das die Techniker in ihrer täglichen Arbeit über die Produkte und Systeme aufbauen, geben sie in Schulungen an Händler weiter.

Reparatur & Wiederaufbereitung

Gehen Geräte kaputt, repariert KOMSA in einer der modernsten Mobilfunkwerkstätten und Vertragswerkstatt aller Top-Hersteller Schäden sowohl innerhalb als auch außerhalb der Garantie.

Und wenn Kunden ihre Geräte nicht mehr benötigen, unterstützt KOMSA Handelspartner mit dem Ankauf. Die Geräte bereitet die Unternehmensgruppe anschließend in einem zertifizierten und sehr komplexen Prozess wieder auf und erzeugt damit nachhaltige und vermarktungsreife B-Ware, die Reseller als Alternative zur Neuware in ihr Sortiment aufnehmen können. •



Mit dem Technical Assistance Center unterstützt KOMSA Reseller bei der Realisierung ihrer Projekte

Unser Sortiment

Zuverlässige Beschaffung, Vermarktung und After-Sales-Betreuung – Händler haben über KOMSA Zugriff auf ein breites Servicespektrum:

- Netzvermarktung
- Cloud Services
- Technik-Support
- Reparaturservice
- Hardware-Ankauf & B-Waren-Vermarktung
- Privat- und Geschäftskunden-marketing
- Direktversand
- Customizing & Veredelung
- und viele weitere

KONTAKT

KOMSA AG
Niederfrohnaer Weg 1
09232 Hartmannsdorf
Tel.: +49 3722 7138500
E-Mail: info@komsa.com
www.komsa.com

MICHAEL TELECOM
THE DIFFERENT DISTRIBUTION

Wer wir sind und was wir machen?

Zuverlässigkeit ist der Schlüssel zu einer langfristigen, erfolgreichen Partnerschaft. Dieses gilt in gleichem Maße für unsere Kunden, Mitarbeiter und Lieferanten

Oliver Hemann

Als einer der führenden ITK-Distributoren der Branche bietet die **MICHAEL**TELECOM AG ein breites Portfolio namhafter Hersteller mit einer beständig hohen Verfügbarkeit an. Neben einer hochmodernen Logistik verfügen wir über ein breites Spektrum an Dienstleistungen, die für Sie als Fachhändler das Leben und Arbeiten vereinfachen. Wir bieten unseren ca. 8.500 Händlern im In- und Ausland ein professionelles Leistungsprofil mit den Schwerpunkten IT- & TK-Distribution, Warenhandel/-versand, Netzvermarktung, Dienstleistungen, POS-Lösungen, 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.

MichaelTelecom 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. Wir vermitteln Wissen mit Workshop-Charakter.

Logistik & IT-Services

Die **MICHAEL**TELECOM 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 Fachhändler 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.

Projekt-Unterstützung

Wir lieben Lösungen! Uns geht es in erster Linie darum, 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 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

Foto: MICHAELTELECOM AG

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

unserer Hausmesse, öffentlichen Messen wie z.B. der IFA, der deutschlandweiten Roadshow, Händler-Treffen, Incentives, der Bikertour oder dem Kart-Cup sind Sie herzlich eingeladen, den Spirit der **MICHAEL**TELECOM AG kennenzulernen.

Lead-Market – Wir machen starke Partner noch stärker!

Über den Lead-Market können Sie schnell und einfach Anfragen an ein großes Netzwerk kompetenter Partner stellen. Oder Leads generieren und auf Anfragen anderer Netzwerker reagieren und/oder Aufträge annehmen. Wir von der **MICHAEL**TELECOM AG sichern dabei die Qualität des Netzwerks und sorgen dafür, dass beide Partner auf Augenhöhe zusammenarbeiten können, und stehen in Problemfällen mit Rat und Tat zur Seite. Wir sind kein reiner Vermittler. Wir beraten Sie gerne und unterstützen Sie bei sämtlichen Prozessen! Wir sind die Kraft, die Ihnen hilft, Ihr individuelles Netzwerk zu schaffen und dieses auch gewinnbringend einzusetzen.

POS-Unit

Die POS-Unit der **MICHAEL**TELECOM AG ist Ihr Experte für POS-Konzepte. Bei uns erhalten Sie alles aus einer Hand: digitale Kiosksysteme, Self-Checkout-Terminals, People-Counting, Digital-Signage-Lösungen, Möbel, Kassensysteme, Promotion, Personenschutzprodukte, Warenpräsentation und Content. Jedes Projekt wird individuell auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten. •

Unser Portfolio

Bürotechnik, Office-Automation, Office- & Audio-Headsets, Audio- & Videokonferenzsysteme, Web-Cams, Collaboration, IT-Hardware & Zubehör, Multimedia, Speichermedien, POS-Lösungen, Kassensysteme, Digital Signage, Warensicherungen, Personenschutzprodukte, Festnetz-Endgeräte, IP-Endgeräte, Gateways, On-Premises-PBX, Soft-PBX, Cloud-PBX, DECT-Systeme, Notruflösungen, Prüftechnik, Türsprechsysteme, CTI, Call-Recorder, Music on Hold, Mobilfunk-Hardware, Mobilfunk-Zubehör, Navigation, Tracking, Dashcam, Funkgeräte, Smart Home, Installationsmaterial, Netzwerktechnik, Datentechnik, WLAN-Lösungen, Stromversorgung, Videoüberwachungssysteme

KONTAKT

MICHAELTELECOM AG
Bruchheide 34
49163 Bohmte
Tel. +49 54718060
Fax +49 5471806222
E-Mail: info@michael-telecom.de
www.michael-telecom.de

Die ausgezeichnete Distribution für den Fachhandel

Wir stehen auch in besonderen Zeiten für Sicherheit, Wachstum und Dynamik

Serop Cakmakci,
Geschäftsführer
netcom GmbH

Im Jahr 1999 als Mobilfunk- und IT-Unternehmen gegründet, konnte sich netcom durch Spezialisierung auf die Netzvermarktung zu einer festen Größe im Markt entwickeln. Das bis heute inhabergeführte Unternehmen steht für Flexibilität, Persönlichkeit und Innovationsgeist. Als einer der ersten strategischen o2 Distributoren kennt netcom bestens die Bedürfnisse der Händler und Vermarkter. Das Portfolio umfasst u.a.

- Mobilfunk & Festnetz
- Endgeräte & Zubehör
- Versicherungen
- Strom & Gas

Erstklassige Netzvermarktung

Seit der ersten Stunde agiert netcom als Dienstleister zwischen den Netzbetreibern und den Fachhändlern. Im Fokus steht der Aufbau und die Unterstützung von o2 Quality Partnern und Fachhändlern. Komplettiert wird das Portfolio um die Netzbetreiber Vodafone und Telekom, sowie 1&1 und yourfone. Zur erfolgreichen Vermarktung steht ein erfahrenes und eingespieltes Team mit persönlichen Ansprechpartnern im Innen- & Außendienst zur Verfügung. Besonders die flexiblen Abrechnungsmodalitäten sichern die Liquidität der Partner.

Hardware-Angebot und IMEI-Pick

Die Hardware der gängigsten Hersteller wie z.B. Apple, Samsung, Xiaomi und Oppo kann dank hauseigener Logistik schnell und zuverlässig versendet werden. Das eigens entwickelte IMEI-On-Demand System bietet dabei enorme Erleichterung im Arbeitsalltag:

- 24/7-Zugriff auf den gesamten Warenbestand
- IMEI-Pick zur direkten Auftragsbearbeitung
- Geringe Lagerrisiken am POS
- Schneller Versand (i.d.R. < 24 Stunden)
- WhiteLabel Shipping an Endkunden möglich

netcom bietet ein modernes und modulares Möbelkonzept, welches mit exklusiven Vorteilen einhergeht

Fotos: netcom GmbH

Matthias Nowotny
Leiter Vertrieb

Jan Guder
Leiter Einkauf

Michael Zapp
Leiter Außendienst

Marketing nach Maß

Bei der nötigen Sichtbarkeit und Kundenansprache unterstützt das hauseigene Marketingteam. Mit dem Bonus-System N€TCOINS können Leistungen auch kostenfrei bezogen werden, dies gilt sowohl für klassische Printprodukte wie Poster und Flyer wie auch für eigene Ideen oder sogar Webprogrammierungen. Neben zahlreichen Werbeartikeln, die über den netcom Shop bezogen werden können, bieten die Online-Features einen wertvollen Marketing-Mix für jeden Händler. Vom WhiteLabel Onlineshop inkl. Terminbuchung über das Reputationsmanagement bis hin zum Social Media Management für Facebook- und Instagram-Profile eröffnen sich neue Vermarktungschancen in einer immer digitaleren Welt.

Ein ausgezeichnetes Möbelkonzept

Mit dem modularen Shop-Konzept der netcom erhalten Partner die Möglichkeit zur Integration eines hochwertigen und modernen Systems. Das netcom Möbelkonzept ist modular und lässt sich daher flexibel an jedem POS einsetzen. Klare Strukturen, eine Verarbeitung von hochwertigen Rohstoffen und langlebigem Material – produziert in Deutschland. Das ausgezeichnete Konzept ist geprägt von einem zeitlosen Design mit modernen Anklängen und bietet Partnern exklusive Vorteile:

- 100 % Made in Germany
- Schnelle Verfügbarkeit ab Lager
- Unkomplizierter Austausch der Elemente z.B. bei Aufnahme weiterer Netze
- Langlebige Nutzungsdauer dank hochwertiger Materialien
- Begleitung von der Standortsuche bis zur Neueröffnung
- 3D- und Augmented-Reality-Vorschau bei Bedarf

Cleveres Cross-Selling-Angebot

Der Besuch am POS bleibt auch über die Pandemie hinaus attraktiv. Neben einer vertrauensvollen Beratung ist ein umfassendes Cross-Selling-Konzept ausschlaggebend. Daher legt netcom schon bei der Planung Wert darauf, den nötigen Mix anzubieten. Für dieses optimale Ergebnis – sowohl für den Kunden als auch für den Fachhändler – bietet das Cross-Selling-Portfolio hochwertiges Zubehör, Versicherungen sowie ein eigenes Aktivierungssystem für Strom- und Gas-Tarife. So kann der Umsatz pro Kunde erhöht oder auch mit neuen Kundengruppen ausgedehnt werden.

Der persönliche Kontakt zählt

Die Zufriedenheit der Vertriebspartner ist unsere Motivation. Aus diesem Grund geben wir täglich unser Bestes, um den unterschiedlichen Bedürfnissen gerecht zu werden. Feste Ansprechpartner in den Abteilungen sichern einen reibungslosen Ablauf und helfen auch bei der Realisierung von individuellen Maßnahmen. ●

Unser Sortiment

- Netzvermarktung
- Energie, Versicherung, Zubehör
- Modulares Möbelkonzept
- Hardware (Netzbetreiber und freie)
- IMEI-Service-Portal
- Vorreservierungssystem für Hardware
- Ticketsystem
- Omnichannel-Unterstützung

Unsere Zielgruppe

- o2 Quality Partner / Fachhändler
- Mobilfunk- und Festnetzvermarkter
- Elektrofachmärkte
- Kooperationen
- Energie-/Zubehörvermarkter

KONTAKT

netcom GmbH
Im Kettelfeld 16
53619 Rheinbreitbach
Tel.: +49 2224 989800
E-Mail: info@netcom-gmbh.de
www.netcom-gmbh.de

Telecom Handel | Shop 2.0 NEWSLETTER

JETZT KOSTENLOS ABONNIEREN

Der **SHOP 2.0 NEWSLETTER**
erscheint immer donnerstags und informiert
über die wichtigsten Neuigkeiten rund um
PoS, Digitalisierung und Omnichannel

Jetzt bestellen unter
www.telecom-handel.de/Newsletter

FOKUS

Hersteller

Leserwahlen

- Smartphone-Hersteller des Jahres S. 66
- TK-/UC-Hersteller des Jahres S. 72

Wer liefert was?

- Smartphones S. 70
- UCC-Produkte S. 76
- Cloud-Angebote S. 78

Firmenporträts

- Agfeo S. 80
- Beafon S. 82
- Emporia S. 84
- Epos S. 86
- Placetel S. 88
- Ring Central S. 90
- Starface S. 92

Ansage vom Aufsteiger

Samsung verteidigte den ersten Platz bei der Leserwahl zum besten Handy-Hersteller. Mit Xiaomi gab es einen neuen Verfolger, der sich deutlich verbesserte.

Ein schwieriges, für manche aber auch erfolgreiches Jahr 2020 lag zum Zeitpunkt der Leserwahl im Frühjahr 2021 hinter den Smartphone-Herstellern. Mit drei verschiedenen Spitzenreitern in vier Quartalen war viel Bewegung im Markt, auch die Ergebnisse der Leserwahl zum „Handy-Hersteller des Jahres" spiegeln das wider. Nur an der Spitze gab es keinen Wechsel, denn die mehr als 500 Teilnehmer wählten wie 2020 Samsung auf den ersten Platz – dahinter gab es aber einige Verschiebungen mit einem klaren Gewinner und einem Verlierer.

So viele wie nie zuvor

Mit 21 Herstellern standen so viele zur Bewertung wie noch nie bei dieser Leserwahl. Den beiden Debütanten Oppo und OnePlus, die beide 2020 erstmals auch den deutschen Fachhandel belieferten, gelang mit den Plätzen fünf und acht auf Anhieb ein respektables Ergebnis.

Was ihnen noch fehlte, waren einzelne Modelle, die Händler allen anderen vorziehen, denn bei den Wahlen der populärsten Produkte gingen sie leer aus. Die Siege in den vier Kategorien gingen jeweils zweimal an Samsung und Apple.

Bester Handy-Hersteller
Telecom Handel
LESERWAHL 2021

Während die Koreaner in der Einsteiger- und Mittelklasse die erste Wahl waren, dominierte das iPhone 12 in der oberen Preisklasse und die iPads waren bei den Tablets wieder mit sehr großem Abstand die Favoriten. Doch in den drei Smartphone-Kategorien lag der Verfolger Xiaomi bereits immer auf dem zweiten Platz.

Die Chinesen erreichten die zweite Position auch in der Gesamtwertung nach einem fünften Platz bei der Leserwahl-Premiere 2020, da sie sich in fast allen Wertungen stark verbessern konnte – im vergangenen Jahr stand noch ein fünfter Platz an. Zudem gewann Xiaomi mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis erstmals eine Einzelwertung.

Damit muss der dieses Jahr sehr souveräne Sieger Samsung einen neuen starken Konkurrenten fürchten. Der Marktführer konnte aber erst einmal mit dem Ergebnis höchst zufrieden sein,

Die Smartphone- und Tablet-Favoriten des Fachhandels

Bestes Einsteiger-Smartphone

Samsung Galaxy A20/A21

Xiaomi Redmi Note 9

Xiaomi Redmi Note 8/Pro

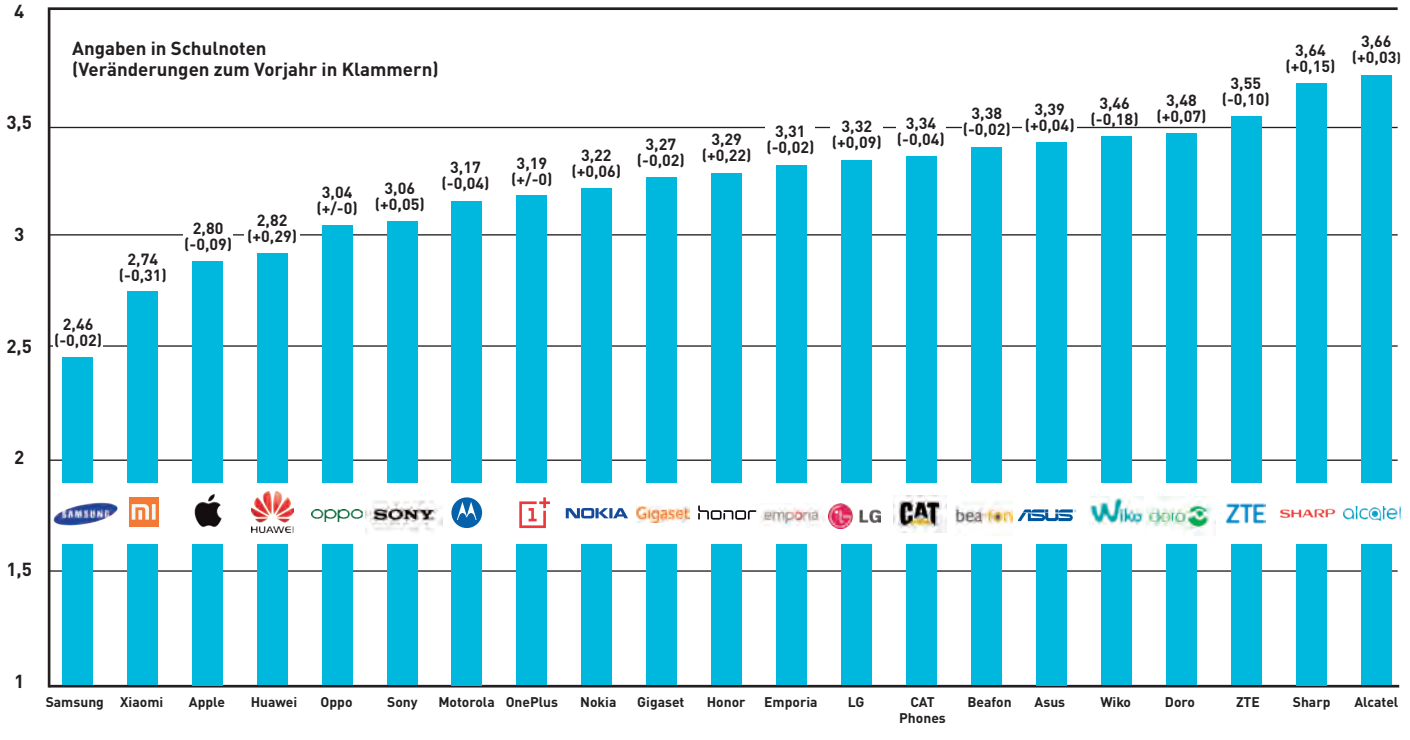
Bestes Mittelklasse-Smartphone

Samsung Galaxy A50/A51

Xiaomi Mi10T/lite

Xiaomi Redmi Note 9 Pro

Das Gesamtergebnis der Leserwahl 2021



denn er gewann elf der 17 Einzelkategorien – im Vorjahr waren es „nur" acht. Kritik gab es bei den offenen Fragen lediglich an der Vertriebspolitik, die offenbar die Großfläche bevorzugt und dem Fachhandel damals noch Top-Geräte wie die Fold-Serie vorenthielt.

Mit einer leichten Verbesserung der Note konnte Apple den dritten Platz verteidigen, was vor allem an sehr guten Bewertungen für die Produkte lag, doch auch in manchen fachhandelsnahen Disziplinen wie der Reparaturabwicklung holte die Kultmarke auf. Wie immer weit hinter dem Feld landete Apple dagegen beim Preis-Leistungs-Verhältnis.

Huawei fiel zurück

Einen Absturz gab es dagegen für den Sieger von 2019, Huawei. Dass dieser angesichts der Probleme im vergangenen Jahr mit einer Landung auf einem immer noch guten vierten Platz nicht zu hart ausfiel, zeigt immerhin, wie sehr der deutsche Fachhandel immer noch Vertrauen in die Marke hat. Einen Sieg in der Wertung der Margen gab es wieder für die Chinesen – allerdings waren es im ▶

Bestes Oberklasse-Smartphone

Apple iPhone 12

Xiaomi Mi10/Ultra/Pro

Samsung Galaxy S21-Serie

Bestes Tablet

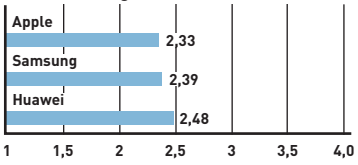
Apple iPad Pro

Apple iPad (2020)

Samsung Galaxy Tab S7

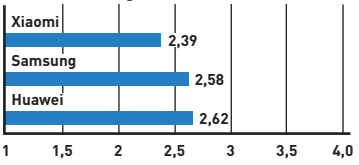
Die jeweils drei besten Hersteller in den 17 Einzelkategorien

Fehleranfälligkeit



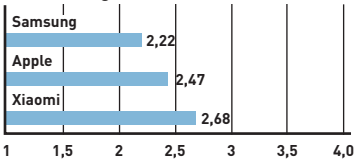
Huawei fiel bei der Fehleranfälligkeit hinter Samsung zurück

Preis-Leistungs-Verhältnis



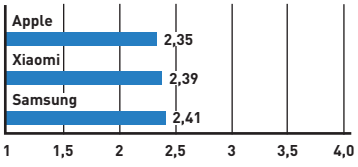
In dieser Disziplin errang Xiaomi erstmals den ersten Platz

Ausstattung der Geräte



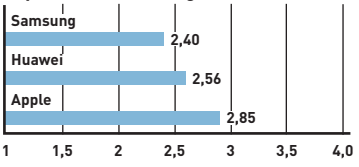
Bei der Ausstattung setzte Samsung wie 2020 den Maßstab

Bedienbarkeit



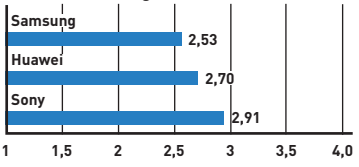
Apple lieferte mit iOS wieder die Bestmarke bei der Bedienung

Reparaturabwicklung



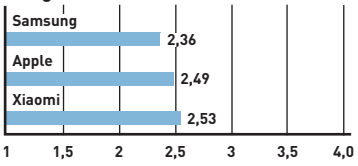
Nach Problemen vor einigen Jahren war Samsung wieder oben

Garantieleistungen/Kulanz



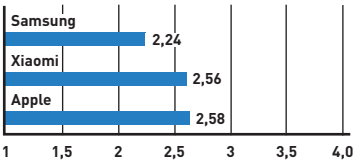
Wie schon im Vorjahr konnte Sony bei der Garantie mithalten

Design



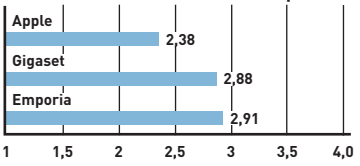
Auch mit den 12er-iPhones konnte Apple Samsung nicht erreichen

Innovation



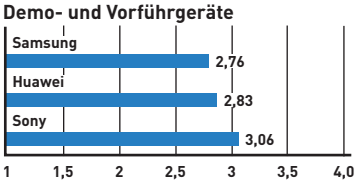
Samsung galt bei den Händlern weiter als sehr innovativ

Stabile und berechenbare Preispolitik



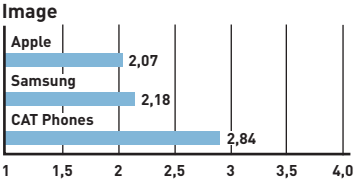
Gigaset und Emporia standen für eine solide Preispolitik

Demo- und Vorführgeräte



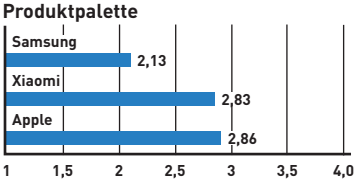
Bei Demogeräten konnte Samsung Huawei dieses Jahr überholen

Image



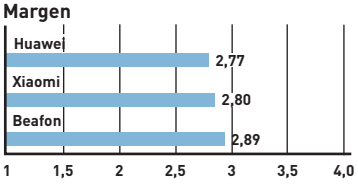
Das Image der Marke CAT zahlte sich auch bei Smartphones aus

Produktpalette



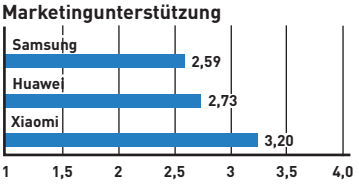
An das üppige Portfolio von Samsung kam wieder keiner heran

Margen



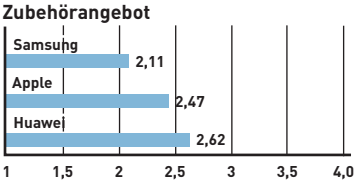
Trotz aller Probleme lohnte sich der Verkauf von Huawei-Geräten

Marketingunterstützung



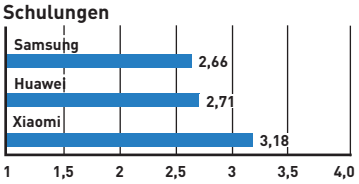
Samsung konnte in dieser Kategorie den Titel zurückgewinnen

Zubehörangebot



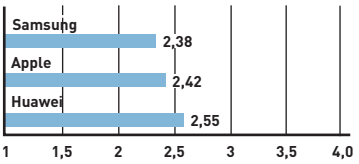
Eine der wenigen Wertungen mit den gleichen Siegern wie 2020

Schulungen



Samsung konnte Huawei beim Thema Schulungen überholen

Internet-Auftritt und Extranet



Auch dieses Jahr war der Web-Auftritt von Samsung uneinholbar

Angaben in Schulnoten

Vorjahr noch sieben Erfolge. Ein Händler brachte das Dilemma auf den Punkt: „Ich würde gerne weiter Smartphones von Huawei verkaufen, aber ich kann keinem Endkunden vermitteln, dass er nur über irgendwelche verschlungenen Wege Google-Apps aufspielen kann." Auch die inzwischen unabhängige Konzerntochter Honor wurde in den Sog gezogen und fiel

bei der Leserwahl vom sechsten auf den elften Platz noch deutlicher zurück.

Und neue Konkurrenten mit Potenzial drängen in den Markt: So erreichte Oppo wie erwähnt auf Anhieb einen fünften Platz – so wie Xiaomi bei seinem Debüt im vergangenen Jahr. Damit distanzierte der Newcomer trotz eines in den Bewertungen erkennbaren, deutlichen Nachholbedarfs bei der Markenbekanntheit mit Sony und Motorola auch zwei Traditionsmarken.

Während Motorola als Siebter immerhin einen Platz gutmachen konnte und sich auch in der Note leicht verbesserte, ging es für den ehemaligen Leserwahlsieger Sony vom vierten auf den sechsten Platz weiter bergab. Gab es im Vorjahr noch acht Podiumsplätze, sind es diesmal nur noch zwei. Hier scheint nach der vollzogenen Umstrukturierung im Konzern mehr Aktivität im Fachhandel wieder dringend geboten, zumal mit der früher dort sehr beliebten Marke Potenzial vorhanden wäre.

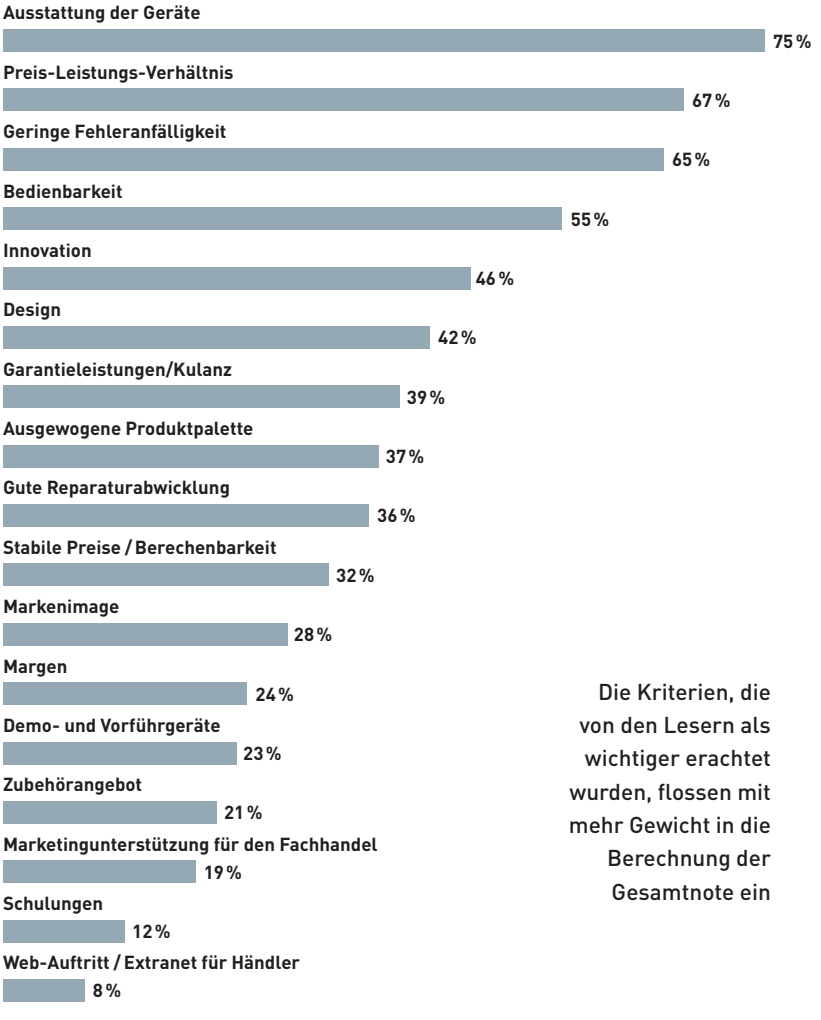
Premiere für OnePlus

Mit einem achten Platz bei der Leserwahl-Premiere ist der ehemalige reine Online-Anbieter OnePlus auch im Fachhandel angekommen: Lob gab es vor allem für die Geräte, während die Maßnahmen für die Handelspartner noch als zu schwach beurteilt wurden.

Auch auf den Plätzen dahinter gibt es noch Raum nach oben: So fiel Nokia, die Marke von HMD Global, vom siebten auf den neunten Platz zurück. Bei Gigaset auf Platz elf stagnierte die Entwicklung nach den deutlichen Fortschritten im Vorjahr, ein Highlight war aber immerhin der zweite Platz für die solide Preispolitik.

Das „Rennen im Rennen" der drei Spezialisten für Seniorengeräte gewann wieder Emporia auf dem zwölften Platz mit einer leicht verbesserten Gesamtnote und einem guten dritten Platz bei der Preispolitik. Der Kontrahent Beafon wurde zwar wie im Vorjahr Dritter bei den Margen, lag aber in vielen anderen Wertungen hinter dem oberösterreichischen Nachbarn und erreichte so in der Gesamtwertung trotz einer minimal besseren Gesamtnote nur Platz 15.

Die Prioritäten des Fachhandels



Die Kriterien, die von den Lesern als wichtiger erachtet wurden, flossen mit mehr Gewicht in die Berechnung der Gesamtnote ein

Noch zwei Positionen dahinter lief Doro ein.

LG bietet inzwischen keine Smartphones mehr an. Bei der vorerst letzten Leserwahl ging es vom neunten auf den 13. Platz weiter abwärts. Der Computer-Hersteller Asus kam nach Fortschritten und einem zwölften Platz im Vorjahr jetzt nur noch auf Rang 16.

Am Ende des Feldes hatte das frühere Dauerschlusslicht Wiko wie schon 2020 Fortschritte bei der Gesamtnote erzielt und ließ nun vier Konkurrenten hinter sich, auch ZTE konnte sich klar verbessern und wurde nicht mehr Letzter. Am Ende des Feldes lagen nun Sharp, wo das Smartphone-Geschäft in Europa inzwischen schon wieder eingestellt wurde, und das neue Schlusslicht Alcatel. ●

Bunte Smartphone-Welt

Die Distributoren bieten eine große Auswahl an Smartphones.

Die Zeit der Exklusivverträge ist längst vorbei: Wenn Smartphone-Hersteller auf den deutschen Markt gehen, binden sie sich im Gegensatz zu früheren Jahren kaum noch an einen Distributor, sondern setzen mindestens auf zwei oder drei Großhändler.

Entprechend groß und vielfältig ist das Angebot, und das nicht nur bei den Smartphones der Platzhirsche Apple, Samsung und Xiaomi, die bis auf wenige Ausnahmen praktisch alle Distributoren anbieten. Unter den ambitionierten Newcomern der letzten Jahre hat Oppo inzwi-

Diese Smartphone-Hersteller bieten die Distributoren an (Auswahl)

	Aetka	Allnet	Also Deutschland	Api	ASVG	Brodos	DexxIT	EinsAmobile	ElectronicPartner	Eno Telecom	Epsilon	Expert	Faro-com	Herweck	Hotphone	
Internet-Adresse	aetka.de	allnet.de	also.com	api.de	asvg.de	brodos.de	dexxit.de	einsamobile.de	electronicpartner.com	eno.de	epsilon-telecom.de	expert.de	faro.de	shop.herweck.de	h-o-t-phone.de	
Alcatel	○	○	○	○	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	
Apple	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
Asus	○	○	○	○	●	●	○	●	○	●	●	○	○	○	○	
Beafon	●	○	○	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
Carbon Mobile	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	●	○	○	○	○	
CAT	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	
Cyrus	○	○	○	○	○	○	○	●	○	○	●	○	○	●	○	
Doro	●	○	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	
Emporia	●	○	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	
Fairphone	○	○	●	○	●	●	○	●	○	●	●	○	●	○	○	
Gigaset	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	
Google	●	○	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	
Honor	●	○	○	○	●	●	○	●	●	○	●	●	●	●	○	
Huawei	●	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
Motorola	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	○	
Nokia	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
OnePlus	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	
Oppo	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
Realme	○	○	○	○	○	●	●	●	○	○	●	●	●	○	○	
Ruggear	○	○	○	○	○	○	○	●	○	●	●	○	○	○	○	
Samsung	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
Sony	●	○	○	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
Vivo	●	○	○	○	○	○	●	●	●	○	●	●	●	○	○	
Wiko	○	○	○	○	○	●	○	●	○	○	●	●	●	○	○	
Xiaomi	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
ZTE	○	○	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	
Sonstige		○	○	○	○	Blabloo	○	○	○	Renewd	○	○	Amplicomms, HTC, Swisstone	Blackview, Zanco	2	

● = ja; ○ = nein;
Quelle: Angaben der Distributoren

[1] Amplicomms, Swisstone, Ecom, Denver, Neffos; Google über Netzbetreiber

[2] Warenlieferungen über die Schwesterunternehmen EinsAmobile und Powwow

schen die breiteste Basis gefolgt von OnePlus, während Realme und Vivo in der deutschen Distribution noch weniger häufig vertreten sind.

Selbst bei den Nischenprodukten können inzwischen die meisten Großhändler liefern: Das gilt für die drei Hersteller im Seniorensegment Beafon, Doro und Emporia genauso wie für einen Outdoor-Spezialisten wie CAT Phones, den es fast überall gibt. Und sogar das gerade erst gestartete deutsche Unternehmen Carbon Mobile kann sein innovatives Karbon-Smartphone über die Distribution anbieten, wobei hier hauptsächlich Brodos eine Rolle spielt. ●

	Ingram Micro Distribution	Itancia	Komsa	Michael Telecom	Mobile-zone Handel	Motion TM	Netcom	Phone +	SCC	Talksky	Tech Data	TelePart	TFK	Toker Telecom	Yukatel
	ingram micro.de	itancia.com/de	komsa.com	michael-telecom.de	mobile zone-handel.de	moon-fach handel.de	netcom-gmbh.de	phone-plus.de	stahl gruber-com.de	talksky.de	de.tech data.com	telepart.com	tfk-shop.at/	toker-telecom.de	yukatel.de
	○	○	○	○	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	●
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	○	○	○	○	○	○	○	●	●	●	○	○	○	○	●
	○	○	●	●	●	●	○	●	●	●	○	○	●	●	○
	○	○	○	○	○	●	○	○	○	●	○	○	●	○	○
	○	○	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	●
	●	○	○	○	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	○
	○	○	●	●	○	○	●	●	●	●	○	○	○	○	○
	○	○	●	○	●	○	●	●	●	●	○	○	●	○	○
	○	○	○	○	●	○	●	●	●	●	○	○	○	○	○
	○	●	●	●	●	○	○	●	●	●	●	○	●	○	○
	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	○	●
	○	○	●	●	●	○	○	●	●	●	○	○	○	○	●
	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●
	○	○	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	○	○	●
	○	○	○	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●
	○	○	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	○	●
	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	○	●
	○	○	○	○	○	●	○	●	○	●	○	●	○	○	●
	○	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	●
	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●
	○	○	●	○	○	●	○	●	●	○	●	○	○	○	●
	○	○	●	○	●	○	○	●	○	●	○	●	●	○	●
	○	○	○	○	○	●	○	●	○	●	○	○	○	○	○
	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●
	○	○	○	○	●	○	●	●	●	●	○	○	●	○	●
	○	○	3	Panasonic, Swisstone	○	HTC, Zanco, Cubot, Land Rover	Microsoft	○	○	●	●	Cubot, Ulefone, Blackview	○	○	HTC, LG solange verfügbar

[3] Amplicomms, Swisstone, Ecom, Denver, Neffos, Google über Netzbetreiber

Die besten TK– und UC–Hersteller des Jahres 2021

AVM eroberte den ersten Platz in der Kategorie SOHO zurück, Starface verteidigte seinen Sieg im Mittelstand und ALE machte das Rennen im Großkundenbereich.

Bereits zum fünften Mal haben die Leser von **Telecom Handel** die besten TK- und UC-Hersteller in den Kategorien SOHO, Mittelstand und Enterprise gewählt. Mit über 900 Stimmen verzeichnete diese Wahl einen neuen Teilnehmerrekord, im Vorjahr waren es gut 50 Stimmen weniger. Wie bei letztlich allen Leserwahlen zum besten TK- und UC-Hersteller war das Rennen um die vordersten Plätze knapp – und es kam zu einigen Verschiebungen.

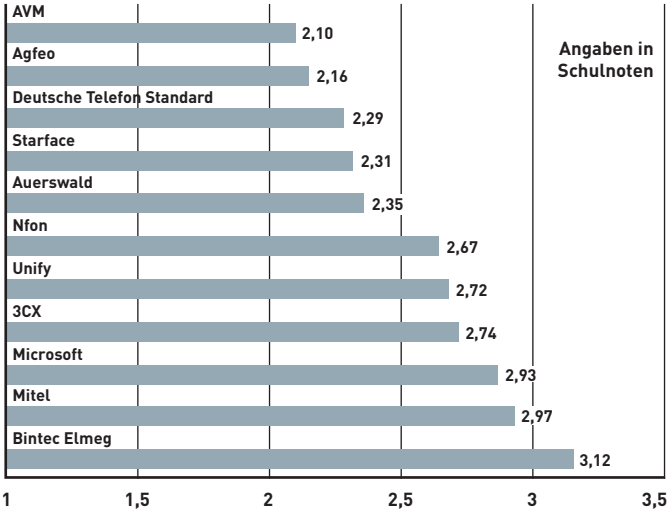
SOHO: AVM holte sich den Sieg

Dies galt auch für den SOHO-Bereich: Hier liefern sich AVM und Agfeo seit Jahren ein Kopf-an-Kopf-Rennen: 2020 verdrängte Agfeo den Berliner Hersteller vom Thron, in diesem Jahr erreichte AVM mit der Gesamtnote 2,10 wieder den ersten Platz und verwies Agfeo (Note 2,16) auf Rang zwei.

In insgesamt sechs von 17 Kategorien errangen die Berliner einen ersten Platz, darunter in wichtigen Disziplinen wie Produktstabilität, Preis-Leistungs-Verhältnis und Funktionsvielfalt. Allerdings wünschten sich die Teilnehmer mehr Unterstützung beim Thema Demo- und Vorführgeräte. Häufig gelobt wurde AVM bei den offenen Fragen für die Stabilität der Produkte, die Innovationskraft und die Bekanntheit der Marke. Ein Leser schrieb: „Die FritzBox ist bei vielen Kunden einfach gesetzt." Doch es gab auch Kritik, und die bezog sich vor allem auf den Vertrieb der Lösungen über MediaSaturn, Amazon und Co. „Wir können bei diesen Preisen einfach nicht mithalten, vor allem in diesen Zeiten, in denen immer mehr Kunden Produkte im Web kaufen", monierte ein anderer Leser.

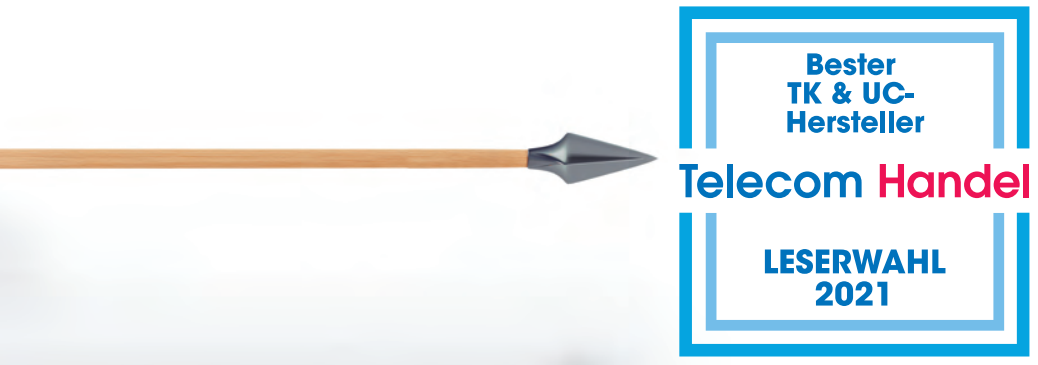
Agfeo erzielte mit der Note 2,16 den zweiten Platz, im Vergleich zum Vorjahr (Note 2,11) hat sich das Ergebnis nur geringfügig verschlechtert. In insgesamt fünf Kategorien konnte Agfeo einen ersten Platz für sich verbuchen – darunter beispielsweise der Support, die Schulungen und auch die stabilen Preise. In die Hände gespielt hat Agfeo sicherlich der Launch der HyperVoice im vergangenen Sommer. Die Lösung gibt es als Soft-PBX und auch als Appliance – damit hat der Hersteller vor allem für seine angestammten Händler den Schritt in Richtung Soft-PBX er-

Gesamtergebnis SOHO



AVM eroberte in der Kategorie SOHO den ersten Platz zurück, Vorjahressieger Agfeo landete auf Platz zwei

Foto: Peterschreiber.Nedia / Shutterstock



leichtert. Kritik gab es an Details, etwa bei den Preisen für die Endgeräte, die so mancher Reseller für zu teuer hält, oder am Funktionsumfang der Systeme.

Ein erstes Mal auf das Podest schaffte es die Deutsche Telefon Standard (DTS) bei dieser Leserwahl im SOHO-Bereich mit der Gesamtnote 2,29. Zum Vergleich: Im Vorjahr reichte diese Note „nur" für den vierten Platz. Einzelsiege erzielte DTS in den Disziplinen Partnertreue, Verfügbarkeit – was für einen Cloud-PBX-Anbieter auch keine Überraschung ist – oder bei der Vertriebsunterstützung. Die Lösung funktioniere, und vor allem im SOHO-Bereich würden die Unternehmen keine großen Anforderungen an die Funktionsvielfalt stellen, bemerkten einige Teilnehmer bei den offenen Fragen. Andere kritisierten indes, dass die Lösung nicht mehr dem Stand der Zeit – vor allem im Hinblick auf Collaboration und Homeoffice-Lösungen – entspreche. Das ist allerdings auch so geplant, die Mutter Nfon positioniert DTS vor allem im Bereich der Kunden, die nur geringe Anforderungen an die Kommunikation haben.

Nfon erzielte in diesem Jahr übrigens mit der Gesamtnote 2,67 den sechsten Platz und konnte sein Ergebnis vom Vorjahr geringfügig verbessern (2020: Platz sieben mit der Note 2,82). Abgefallen im SOHO-Bereich ist indes Auerswald. Der Hersteller landete mit der Gesamtnote 2,35 auf dem fünften Platz im SOHO-Bereich, im Vorjahr reichte die Note 2,14 noch für den zweiten Platz. Ein Grund dafür kann die Entwicklung der Soft-PBX und Appliance Comtrexx sein, die im Februar gelauncht wurde. Sie hat offenbar viele Kapazitäten beim Hersteller gebunden. Ein Leser schrieb dazu: „Früher hatten wir einen guten Draht zu Auerswald, der ist in den letzten zwei Jahren weitgehend eingeschlafen."

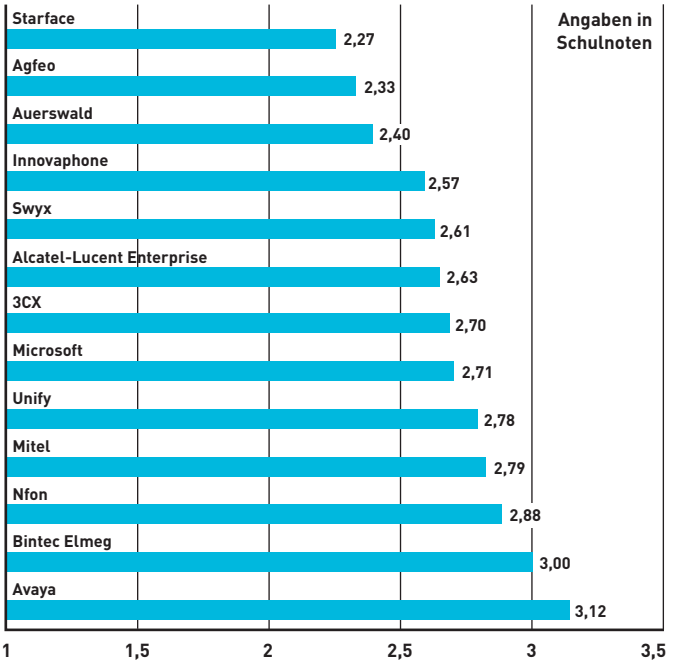
Einige Veränderungen gab es auch im Mittelstands-Segment, die Hersteller in diesem Bereich werden seit Beginn der Leserwahl am häufigsten bewertet. Ein Anbieter, Panasonic, hat sich Anfang April aus dem Bereich Business Communications zurückgezogen und wurde deshalb nicht mehr nominiert. In den vergangenen Jahren lag Panasonic aber immer im oberen Drittel der Bewertungen.

Mittelstand: Starface schafft den Hattrick

Bereits zum dritten Mal konnte Starface einen Sieg im Bereich Mittelstand für sich verbuchen, allerdings hat sich die Gesamtnote (2,27) im Vergleich zum Vorjahr etwas verschlechtert (2020: Note 2,06). Insgesamt erhielten die meisten Her- ▶

38
TK- und UC-Hersteller konnten die Teilnehmer bei dieser Leserwahl bewerten

Gesamtergebnis Mittelstand



Starface konnte seinen ersten Platz in der Leserwahl verteidigen, Agfeo verbesserte sich um einen Platz

So wurde gewählt

Für die Leserwahl zum besten TK- und UC-Hersteller wurden die Unternehmen in drei Kategorien bewertet: SOHO (bis zu zehn Mitarbeiter), Mittelstand (elf bis 499 Mitarbeiter) und Enterprise (ab 500 Mitarbeiter). Die Abgabe der Stimmen fand durch eine gestützte Wahl statt, berücksichtigt wurden nur vollständige Stimmabgaben der Teilnehmer. Insgesamt konnten dadurch über 900 Bewertungen bei der Wahl einbezogen werden, ein neuer Rekord.

In 17
Einzelkategorien konnten die Teilnehmer die TK- und UC-Hersteller bewerten

Mehr als 900
Leser von Telecom Handel haben in diesem Jahr an der Wahl zum besten TK- und UC-Hersteller teilgenommen

steller in diesem Jahr aber etwas schlechtere Noten. Immerhin hat Starface in zehn von 17 Kategorien erste Plätze erzielt, unter anderem bei der Partnertreue, der Vertriebsunterstützung und auch der Funktionsvielfalt. Partner lobten vor allem die Wahlfreiheit beim Einsatz der Lösungen, die Starface schon seit vielen Jahren bietet – „ob als Appliance, virtualisiert oder aber komplett in der Cloud, Starface gibt uns alle Möglichkeiten“, so ein Leser.

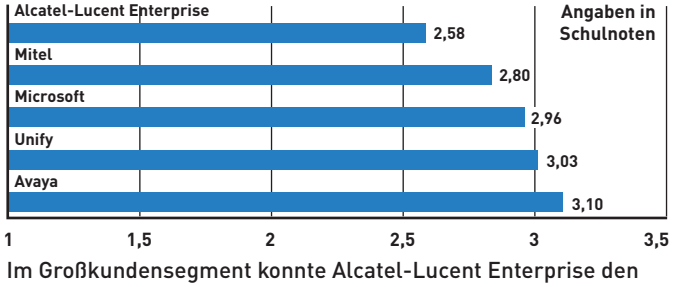
Die durchaus vorhandene Kritik betraf vor allem den Support, der schon seit einigen Jahren von den Teilnehmern der Leserwahl moniert wird. Kritisiert wurden vor allem die langen Reaktionszeiten und die mangelnde fachliche Kompetenz der Mitarbeiter. „Es dauert einfach viel zu lange, bis ich qualifizierte Antworten und Lösungsvorschläge bekomme, teilweise werden Tickets über Wochen nicht bearbeitet“, schrieb ein Leser.

Agfeo konnte sich in diesem Jahr um einen Platz verbessern und kam mit der Note 2,33 auf den zweiten Platz; im Vorjahr lag der Hersteller mit der Note 2,21 noch auf dem dritten Rang. Agfeo konnte bei dieser Leserwahl eine Kategorie für sich entscheiden und siegte im Support. Dieser Bereich wurde von den Lesern aber als besonders wichtig erachtet. In den anderen Disziplinen lag der Hersteller meist im oberen Drittel. „In den letzten Jahren hat Agfeo das Produktportfolio stetig ausgebaut und mit der HyperVoice auch endlich ein System am Markt, mit dem auch der Mittelstand gut bedient werden kann“, schrieb ein Leser. Gleichzeitig wünschte er sich aber, dass die Systeme noch höher skalierbar sein sollten, um auch größere Kunden bedienen zu können. Andere wünschten sich mehr Tempo in der Entwicklung und auch mehr Funktionen, beispielsweise für Contact-Center.

Die Note 2,40 erhielt der Wettbewerber Auerswald und landete damit auf Platz drei. Der Hersteller konnte sich um einen Platz verbessern (2020: Note 2,22 und Platz vier). Auerswald konnte in diesem Jahr vor allem bei der Produktqualität und -stabilität punkten und erzielte hier einen Einzelsieg. In den anderen Kategorien lag Auerswald wie auch Agfeo im oberen Drittel. Viel Lob erhielt der Hersteller für die Partner-Unterstützung, wenn auch so mancher Teilnehmer dieser Leserwahl bemängelte, dass Auerswald erst sehr spät mit seiner Soft-PBX Comtrexx auf den Markt gekommen sei. „Da waren andere einfach deutlich schneller“, schrieb einer.

Deutlich verbessern konnte sich Innovaphone mit der Note 2,57 und konnte damit den vierten Platz für sich verbuchen, im Vorjahr lag der Hersteller noch auf Platz sieben mit der Note 2,33. Alcatel-Lucent Enterprise wiederum rutschte von Platz zwei (Note 2,08) mit 2,63 auf Rang sechs. Dafür gewann der Hersteller allerdings wieder den Enterprise-Bereich.

Gesamtergebnis Enterprise



Im Großkundensegment konnte Alcatel-Lucent Enterprise den ersten Platz halten, Mitel kletterte von Rang vier auf Platz zwei

Enterprise: ALE hielt seine Spitzenposition

Mit der Gesamtnote 2,58 konnte Alcatel-Lucent Enterprise seinen ersten Platz im Großkundensegment verteidigen. Im Vorjahr war die Note mit 2,17 jedoch deutlich besser. Sieben Disziplinen konnte ALE für sich entscheiden, darunter die Partnertreue oder das Preis-Leistungs-Verhält-

nis. Unterdurchschnittlich schnitt der Hersteller allerdings im Support ab, hier sollte ALE deutlich nachbessern, forderten einige. Die Teilnehmer lobten indes das Produktportfolio: „Da ist für jeden Kunden was dabei“, schrieb einer.

Auf den zweiten Platz kam, wie auch schon im Vorjahr, Mitel mit der Gesamtnote 2,80 (2020: 2,29). Drei Disziplinen gewann der Hersteller, darunter auch den Support. Nachholbedarf gibt es allerdings bei der Zertifizierung und auch der Produktqualität/-stabilität. „Der Zertifizierungsprozess ist einfach zu aufwendig und damit auch zu teuer für uns“, beschwerte sich ein Reseller. Andere hofften, dass Mitel bald mehr Lösungen für den Enterprise-Bereich auf den Markt bringt.

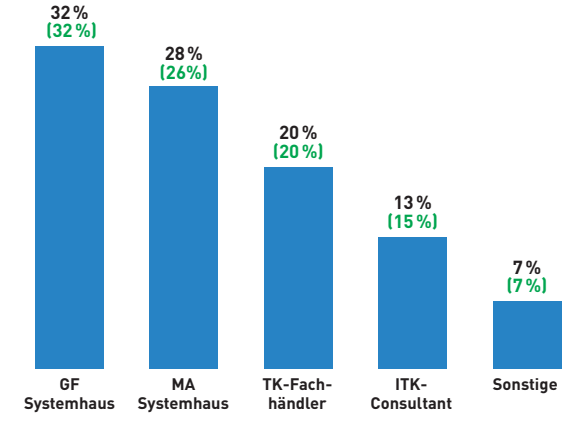
Platz drei erzielte Microsoft mit der Note 2,96. Im Vorjahr hatte das Unternehmen nicht genügend Stimmen erhalten, um bei der Wahl berücksichtigt werden zu können. Fünf Kategorien konnte der Anbieter für sich entscheiden, darunter die Verfügbarkeit und die Schulungen – trotz der Einschränkung, dass Telefonie nach wie vor ausschließlich innerhalb der Microsoft-Welt möglich ist: „An Teams kommt aber derzeit kaum ein Reseller vorbei“, betonte ein Leser.

Wenig Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr

Insgesamt aber zeigten die Ergebnisse dieser Leserwahl: Das Gros der Hersteller konnte seine Plätze einigermaßen stabil halten. Auch wenn es einige Auf- und Absteiger gab, zeigten die Ergebnisse keine dramatischen Veränderungen. Insgesamt haben sich die Noten aber verschlechtert, was allerdings nicht verwunderlich war: Denn nicht nur den Resellern, auch den Herstellern fiel es in diesem Pandemie-Jahr schwer, die Qualität aus dem Homeoffice heraus zu halten.

Eine ausführliche Analyse dieser Leserwahl erhalten Sie im Report auf rund 80 Seiten mit allen Einzelnoten in allen Kategorien. Eine Trendbefragung der Teilnehmer zeigt zudem, wie Reseller die aktuelle Situation einschätzen. Bestellungen sind unter *www.telecom-handel.de/report* möglich, für Insight-Abonnenten ist der Report kostenlos. ●

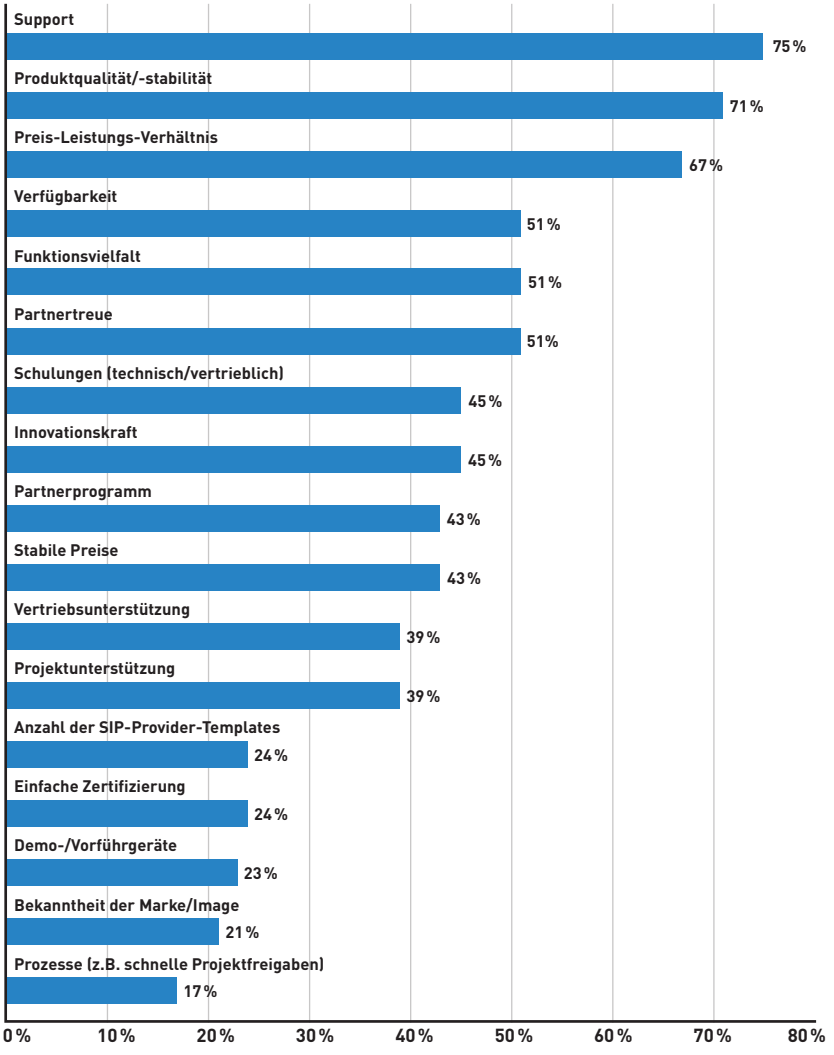
Die Struktur der Teilnehmer



Über die Hälfte der Teilnehmer dieser Leserwahl arbeitet im Systemhaus-Bereich, ein Fünftel im TK-Fachhandel

Mehrfachnennungen möglich, Vorjahreswert in Grün

Worauf legen Leser Wert?



Am wichtigsten war den Teilnehmern der Support des Herstellers. Auf den weiteren Plätzen folgten Produktqualität und Preis-Leistungs-Verhältnis

PBX zum Anfassen

Auch wenn immer mehr Unternehmen auf Lösungen aus der Cloud setzen, sind On-Prem-Systeme für viele Kunden die erste Wahl.

On-Prem-Systeme erfreuen sich nach wie vor großer Beliebtheit bei den Resellern – auch wenn die Cloud an Bedeutung gewinnt. Vor allem im SOHO-Bereich und auch im Mittelstand gibt es nach wie vor viele Skeptiker in Bezug auf Lösungen aus der Cloud: Viele Kunden möchten einfach die Telefonanlage vor Ort, die bei einer Nutzung von mehreren Jahren am Ende auch meist günstiger ist und vor allem auch abgeschrieben werden kann.

Für dieses Marktsegment sind die meisten Distributoren gut gerüstet. Agfeo, Auerswald oder auch Bintec Elmeg sowie Tiptel sind bei vielen Großhändlern seit Jahren gelistet. Viele von ihnen bedienen damit Reseller, die einfach zu installierende Anlagen mit einem zum Teil auch abgespeckten Funktionsumfang für ihre Kunden haben möchten. Häufig handelt es sich dabei um Subdistributoren, die die Lösungen von einem anderen Großhändler oder – wie im Fall von ASVG – von einem Netzbetreiber beziehen. Die Fachhandelskooperation ElectronicPartner wiederum hat offizielle Verträge mit Agfeo und Auerswald, kann aber über ihre Distributoren, zu denen unter anderem Komsa und Herweck gehören, das Gros der Systeme verschiedenster Hersteller bereitstellen.

Und dann gibt es noch Distributoren, die nur einen Teilbereich der Angebote

Foto: Jacob Lund / Shutterstock

Die Angebote der Distributoren im Bereich TK und UCC (Auswahl)

	ADN Distribution	Aetka	Allnet	Also Deutschland	Api	ASVG	Brodos	Electronic-Partner	ENO Telecom	
Internet-Adresse	adn.de	aetka.de	allnet.de	also.com	api.de	asvg.de	brodos.de	electronic partner.com	eno.de	
3CX	●	○	●	○	●	○	○	○	○	
Agfeo	○	●	●	●	●	○	●	●	●	
Alcatel-Lucent Enterprise	○	●	●	●	○	○	○	○	○	
Auerswald	○	●	●	●	●	○	●	●	●	
Avaya	○	●	○	○	○	○	○	○	○	
Bintec Elmeg	○	●	○	●	●	●	●	○	○	
Cisco	○	○	○	○	○	●	○	○	○	
Innovaphone	○	●	○	○	○	○	○	○	○	
Mitel	○	●	○	●	○	○	○	○	○	
NEC Unified Solutions	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
Swyx (Enreach)	●	●	○	○	○	●	○	○	○	
Tiptel	○	●	●	○	●	○	●	○	○	
Unify (Atos)	○	●	●	●	○	●	○	○	○	
Sonstige	○	○	○	○	○	○	○	○	AVM	

● = ja; ○ = nein; Quelle: Unternehmensangaben, inklusive Subdistribution

von Herstellern direkt vermarkten. Zu diesen gehört unter anderem Allnet. Der Großhändler hat beispielsweise seit kurzem die IP-Telefone von ALE SIP Devices im Programm und ist damit der erste Distributor in der Region für diesen Bereich, weitere werden sicherlich folgen.

Alcatel-Lucent Enterprise versucht, mit IP-Endgeräten und auch Headsets stärker in dieses Marktsegment einzusteigen und vor allem die Kunden zu bedienen, die auf ihr Tischtelefon nicht verzichten möchten, auch wenn mittlerweile viel über Softphones telefoniert wird. ●

	Expert	Herweck	Ingram Micro Distribution	Itancia	ITAS	Komsa	Michael Telecom	SCC	TFK	Westcon-Comstor
	expert.de	shop.herweck.de	ingrammicro.de	itancia.com/de	itas.ag	komsa.com	michael-telecom.de	stahlgruber-com.de	tfk-shop.at	westconcom-stor.com
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	●	●	●	○	○	●	●	●	●	○
	○	●	○	●	●	●	○	○	○	○
	●	●	●	○	○	●	●	●	○	○
	○	○	●	●	○	●	○	○	○	●
	○	●	●	○	○	●	●	●	○	○
	○	○	●	●	○	○	○	○	○	●
	○	○	●	○	○	●	○	○	○	○
	○	○	○	○	○	●	○	○	○	●
	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○
	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○
	●	●	○	○	○	●	○	●	●	○
	○	●	●	○	●	●	○	○	●	○
	○	Starface	○	○	Wildix	○	Yeastar	○	○	○

Auf dem Vormarsch

Die Distributoren verstärken ihr Engagement im Bereich Cloud-PBX – auch mit neuen Anbietern.

Zwar liegt der Löwenanteil bei TK- und UCC-Systemen nach wie vor im On-Prem-Geschäft, dennoch wächst das Interesse an Lösungen aus der Cloud beständig – auch angefeuert durch die hybriden Arbeitswelten, verursacht durch Corona. So treiben auch die Distributoren diesen Bereich voran und nehmen neue Anbieter auf.

Zu diesen gehört beispielsweise Muni-call. Der Großhändler aus München ist frisch gebackener Master Agent von Avaya und bietet die Cloud PBX Avaya Office powered by RingCentral zur Vermarktung an. Reseller treten dabei als Makler auf, den Vertrag mit den Endkunden hält RingCentral. Darüber hinaus haben Komsa, Westcon-Comstor und auch Ingram Micro das Avaya-Portfolio im Programm, inklusive der Cloud-Lösungen.

Gut gelistet sind zudem die Angebote der Netzbetreiber Deutsche Telekom, Vodafone und Telefónica, sie sind bei vielen Großhändlern vertreten. Telefónica

Foto: Abasat Baghirov / Shutterstock

Die Cloud-PBX-Angebote der Distributoren (Auswahl)

	ADN Distribution	Aetka	Allnet	Also Deutschland	Api	ASVG	Brodos	EinsAmobile	ElectronicPartner	Eno Telecom	Epsilon	Expert
Internet-Adresse	adn.de	aetka.de	allnet.de	also.com	api.de	asvg.de	brodos.de	einsamobile.de	electronicpartner.com	eno.de	epsilon-telecom.de	expert.de
3CX	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Alcatel-Lucent Enterprise (RingCentral)	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Avaya (RingCentral)	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Deutsche Telefon Standard	○	○	●	○	○	○	○	○	●	○	○	○
Deutsche Telekom	○	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●
Easybell	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○
Ecotel	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Enreach (Swyx)	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Innovaphone	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Mitel	○	●	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○
Nfon	○	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Placetel	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Plusnet	○	○	●	●	●	○	○	○	○	○	●	○
Starface	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Teamfon	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Telefónica Deutschland	○	●	○	●	○	○	●	●	●	●	●	○
Unify (RingCentral)	○	●	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○
Vodafone	○	●	○	●	○	○	●	●	●	●	●	●
Vodia	○	○	●	○	●	○	○	○	○	○	○	○
Xelion	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○
Sonstige	Microsoft Teams	LogMeIN (Goto Connect), Genesys	Autphone	○	○	○	○	○	○	HFO, MK Netzdienste	HFO	○

● = ja; ○ = nein; Quelle: Unternehmensangaben, inklusive Subdistribution

greift hier seit Jahren auf ein OEM-Produkt von Nfon zurück, Vodafone und die Telekom haben ebenfalls OEM-Lösungen – beispielsweise von Cisco – im Sortiment. Beide kooperieren allerdings künftig auch mit RingCentral, die Verträge wurden bereits unterzeichnet. Wann der Launch nun konkret folgen soll, ist allerdings noch offen. Darüber hinaus ist der Anbieter aus den USA in Verhandlungen mit weiteren Distributoren in der Region.

Auch die übrigen Cloud-PBX-Anbieter sind dabei, ihre Partnernetze zu erweitern, und suchen dafür den Schulterschluss mit den Distributoren. Und schließlich drängen weitere US-Anbieter auf den Markt, dazu gehört beispielsweise 8x8, die für Großbritannien bereits einen Vertrag mit Westcon-Comstor haben, Deutschland soll folgen. ●

	Faro-com	Herweck	Infinigate MSP	Ingram Micro Distribution	Itancia	ITAS	Komsa	Michael Telecom	Motion TM	Municall	Phone +	SCC	Westcon-Comstor
	faro.de	shop.herweck.de	acmeo.eu	ingram micro.de	itancia.com/de	itas.ag	komsa.com	michael-telecom.de	moon-fachhandel.de	municall.de	phone-plus.de	stahlgruber-com.de	westcon-comstor.com
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	○	○	○	○	●	●	●	○	○	○	○	○	○
	○	○	○	●	○	○	●	●	○	●	○	○	●
	○	○	○	○	○	○	○	●	○	●	○	○	○
	●	●	○	○	○	○	●	●	○	●	●	●	○
	○	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○
	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○
	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	●
	○	○	●	●	○	○	●	●	○	●	○	○	○
	○	○	○	●	○	○	○	●	○	●	○	○	○
	○	○	○	○	○	○	○	●	○	●	○	○	○
	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	●	●	○	○	○	○	●	●	●	●	●	○	○
	○	●	○	●	○	○	●	○	○	○	○	○	○
	●	●	○	○	○	○	●	●	●	●	●	○	○
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	○	●	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○
	○	○	○	○	○	Wildix	LogMeIN (Goto Connect), Genesys	Yeastar, HFO	○	○	○	○	○

Voller Stolz blicken wir auf fast 75 Jahre Firmengeschichte zurück und werden auch zukünftig alles | perfekt | entwickeln

Michael Boelke,
Geschäftsführer
AGFEO

AGFEO
einfach | perfekt | kommunizieren

Die AGFEO GmbH & Co KG gehört als inhabergeführtes mittelständisches Unternehmen bereits seit 1947 zur Bielefelder Wirtschaftsszene. Mittlerweile in dritter Generation geführt, beschäftigt das Telekommunikationsunternehmen über 130 Mitarbeiter am Standort Brackwede. Es wurde vom deutschen Fachhandel bereits mehrfach zum „Hersteller des Jahres" gewählt. So konnte AGFEO bei der Telecom Handel-Leserwahl 2021 zum besten TK- und UC-Hersteller wieder einmal einen Platz auf dem Siegertreppchen einnehmen, denn es gewann in der Kategorie „SoHo und Mittelstand" den 2. Platz und hat sich somit besonders im Bereich Mittelstand im Vergleich zum Vorjahr um einen Platz verbessert.

Innovationen „Made by AGFEO" und neue Technologien sind wesentliche Bestandteile der erfolgreichen Produktpalette und ermöglichen den Kunden, sich Vorteile gegenüber ihrem Mitbewerber zu erarbeiten. Dabei arbeiten die AGFEO Ingenieure an Entwicklungsprojekten neuer Kommunikationssysteme mit dem Ziel, die Kompetenzen der TK-Fachhändler zu stärken und neue technologische Wege der Kommunikation zu finden.

Als führender Anbieter von Telekommunikationslösungen ist es heute keine Selbstverständlichkeit mehr, die Entwicklung und vor allen Dingen die Produktion von ITK-Produkten wie IP-Systemtelefonen und ITK-Systemen, aber auch softwarebasierten virtuellen SOFT-PBX-Lösungen in Deutschland zu betreiben. Doch besonders in Zeiten der Pandemie und den damit verbundenen Produktions- und Lieferproblemen von anderen Herstellern konnte AGFEO seine Stärke mit dem Wirtschaftsstandort Bielefeld bestens ausspielen. Denn AGFEO Produkte werden bis auf wenige OEM-Waren komplett in Bielefeld entwickelt und produziert.

Obwohl schon seit Jahren bekannt, ist der digitale Wandel ein zentrales Thema. Heute mehr denn je. AGFEO hat sich dieser Herausforderung bereits vor Jahren angenommen und entwickelte schon früh

AGFEO Systemgedanke 4.0 – alles aus einer Hand

Fotos: AGFEO

AGFEO Qualität „Made in Bielefeld“ – und das schon seit fast 75 Jahren!

AGFEO Firmensitz in Bielefeld

VoIP- und IP-basierte ITK-Lösungen für den Profibereich. Das Produktportfolio umfasst dabei aber nicht nur Systemtelefone und moderne IP-Telefonanlagen, es beinhaltet auch entsprechende Peripheriegeräte wie Headsets, SmartHome-Komponenten und Softwarelösungen. Die Produkte können daher auch nur über geschulte und verifizierte AGFEO Partner bezogen werden. Außerdem versteht sich das Unternehmen als Vollsortimenter und verfolgt den hauseigenen „Systemgedanken 4.0“ – alles aus einer Hand! So werden ITK-Systeme, Endgeräte, Software und SmartHome optimal miteinander verbunden.

Neues AGFEO Partner–programm 2022

Um auch weiterhin das Optimum für seine Partner bieten zu können, hat sich AGFEO dazu entschieden, sein bisheriges Partnerprogramm zu optimieren und zukunftsorientiert anzupassen. Durch die Überarbeitung wird es transparenter, übersichtlicher und interessanter.

Die Umstellung auf das neue Partnerprogramm wird zu Beginn des neuen Jahres 2022 erfolgen. AGFEO Partner profitieren dann unter anderem von Vorteilen, wie z.B. interessanten Marketing-Paketen, Lizenz-Rabatten und kostenlosen Schulungen.

Mit dem Partnerprogramm honoriert AGFEO die Betreuung von bereits bestehenden Partnern. Doch auch Neukunden möchte das Unternehmen mit dem überarbeiteten Programm überzeugen und gewinnen und dabei mit Motivation und Unterstützung zur Seite stehen.

AGFEO Kommunikationslösungen verbinden den aktuellen Stand der Technik mit den modernsten Technologien und bleiben auch in der Zukunft dem Firmenmotto **„einfach|perfekt|kommunizieren“** treu mit Produkten:
<Made in Bielefeld> •

Unser Sortiment

- IP-Telefone
- Kommunikationssysteme
- Virtuelle IP-Lösungen und Aplliances
- DECT IP
- SmartHome
- Software
- AGFEO Apps
- Headsets

Unsere Zielgruppe

Kleine und mittelständische Unternehmen wie z. B. Arztpraxen, Altenheime, Handwerk, Rechtsanwälte, Steuerberater, alles im Bereich Small-Office und HomeOffice

KONTAKT

AGFEO GmbH & Co. KG
Gaswerkstraße 8
33647 Bielefeld
Tel.: +49 521 447090
Fax: +49 521 4470950
E-Mail: info@agfeo.de
www.agfeo.de
Gründung: 1947
Mitarbeiter: 130

bea-fon

In Zukunft einfach, sicher und mit System.

Ein digitales Produkt ist immer nur so gut, wie es die Leichtigkeit seiner Bedienung zulässt

Hartmut Maier, Vertriebsleitung Deutschland und internationale Geschäftsentwicklung

Beafon tritt an, die Welt der digitalen Endgeräte wie Tasten-Handys, Smartphones, Tablets und Smarthome-Produkte zukunftsorientiert zu verändern. Die Attribute Einfachheit und Sicherheit stehen dabei im Fokus aller bea-fon Produkte und Entwicklungen.

Der Gründer Karl Aspöck machte dies zur Unternehmensphilosophie und das hat seinen Grund. Als er für seinen Vater ein leicht bedienbares Mobiltelefon suchte und keines fand, gründete der Unternehmer 2012 kurzerhand Beafon, um fortan Smartphones und andere digitale Endgeräte technisch anspruchsvoll und dennoch einfach bedienbar zu gestalten.

Das österreichische Familienunternehmen Aspöck gehört mit seinen über 1.500 weltweiten Mitarbeitern zu einem der führenden Unternehmen in der Automobil-Zulieferindustrie. Als Mitglied in der Aspöck-Gruppe partizipiert Beafon in vielerlei Hinsicht und kann zum Beispiel Synergien in den Bereichen Forschung & Entwicklung, Einkauf, Herstellung und Logistik für sich nutzen. Somit entstehen auch Vorteile für Technologie- und Handelspartner, die mit Gewissheit auf ein starkes, zukunftsorientiertes Unternehmen Beafon setzen können.

Heute zählt Beafon zu Europas führendem Hersteller solcher smarten Mobiltelefone. Die Produkte werden nach wie vor am Firmensitz in Österreich designed und entwickelt. Auch die zentrale Europa-Logistik gewährt von dort aus eine hohe Verfügbarkeit für alle Märkte.

Innovationen mit Systemkompatibilität.

Die spezielle bea-fon SOS-Systematik, bestehend aus SOS-Notruf und GPS-Sicherheitszone mit Alarmmeldung per SMS wurde zusammen mit der vereinfachten Benutzeroberfläche be-easy in das neue SmartSystem-Konzept übertragen.

Das bea-fon SmartSystem umfasst nahezu alle bea-fon-Produkte und die kompatiblen Funktionen wie zum Beispiel auch die integrierte CovApp oder die GPS-Sicherheitszone. Zum Beispiel kann so eine

Fotos: Beafon

Firmenzentrale in Peuerbach, Österreich

bea·fon

Das neuartige Beafon Smart-System verbindet bea-fon-Produkte, die vereinfachte Bedienoberfläche be-easy und das SOS-Sicherheits-system miteinander

Mutter über ihr bea-fon Smartphone genau verfolgen, ob ihr Kind den Schulweg maßgeblich verlässt. Sie kann auch direkt Kontakt aufnehmen. Das Kind hingegen kann mit seiner bea-fon Kids-Watch Notrufe absetzen, mit seiner Mutter telefonieren oder SMS nutzen. Das System funktioniert nicht nur für Kinder, sondern generationsübergreifend und mit den bea-fon Senior-Produkten speziell auch für Senioren.

Auch die Smarthome- und Outdoor-Produkte wurden in das System aufgenommen. Eine spezielle, von Beafon entwickelte APP ermöglicht es, mit den Smartphones direkt auf die bea-fon Überwachungskameras, Sicherheitstürklingel oder Tracking-Kameras weltweit zuzugreifen.

Die Marktrevolution – Tablets mit SOS–Notrufsystem.

Zum Jahreswechsel 2021/22 werden die neuentwickelten bea-fon Tablets vorgestellt. Das Premiumgerät TAB-Pro verfügt nicht nur über das SOS-Notrufsystem, sondern punktet mit 4G-LTE WIFI, einem hochwertigen Aluminiumgehäuse, einem hochauflösenden HD 10,1 Zoll Display. Die be-easy Benutzeroberfläche ist vorinstalliert und lässt sich mit einem Wisch auf die Android-Oberfläche umswitchen. Auch ein Book Cover-Gehäuseschutz mit Standfußfunktion ist im Lieferumfang enthalten. Zudem lässt der Preis einen Kaufimpuls kaum unterdrücken.

Das TAB-Lite ist ohne LTE ein Einstiegsmodel. Ideal auch für Schule und Studium. Das SOS-Notrufsystem sowie die be-easy Benutzeroberfläche sind vorinstalliert. Auch hier ist Android mit einem Wisch startklar. Das 10,1 Zoll Display ist gut für Filme, Spiele oder Office-Anwendungen gerüstet. Wie bei Beafon gewohnt lässt sich die be-easy Benutzeroberfläche weiter vereinfachen und individuell anpassen.

Beafon Mobile GmbH Niederlassung Germany in Karlsruhe

Sicherheit einfach am Handgelenk.

Mit der Markteinführung in 2022 der bea-fon Wearables für Kids und Senioren baut Beafon seinen Zukunftsanspruch für verbraucherorientierte, digitale Endgeräte weiter aus.

Nach wie vor steht die Marke bea-fon für technologisch anspruchsvolle Produkte mit einfacher Bedienbarkeit und innovativen SOS-Sicherheitsaspekten – und das mit einer generationsübergreifenden Produkt- und Funktionsvielfalt.
Mehr Infos unter: ***beafon.com***. •

Karl Aspöck,
CEO

Reinhard Handlgruber,
Vertriebsleitung International

KONTAKT

Beafon Mobile GmbH – Niederlassung Germany
Greschbachstraße 19
D-76229 Karlsruhe/Hagsfeld
Herr Hartmut Maier
Tel.: +49 152 22797 316
E-Mail: hartmut.maier@beafon.com

Riesiger Wachstumsmarkt:

Smartphones und Tablets für die Generation 65+

Meine Vision ist es, die Senioren in die digitale Welt zu begleiten

Eveline Pupeter,
CEO emporia International

Der Alltag ohne Smartphone oder Tablet? Möglich. Aber schwierig. emporia Telecom aus Österreich, Hersteller von einfach zu bedienenden Smartphones, Tablets, Apps und Tastenhandys und Nummer-1-Brand in diesem Segment, arbeitet erfolgreich daran, dass die Generation 65+ mitgenommen wird in die Zukunft. Die Österreicher bewegen sich in einer Nische, die enormes Wachstumspotential hat.

52 Millionen Senioren in der EU besitzen kein Smartphone, kein Tablet, keinen Computer. In der Bundesrepublik Deutschland sind es mehr als acht Millionen – „ein riesiger Markt, der tolles Wachstumspotential hat", ist emporia-Alleineigentümerin Eveline Pupeter überzeugt.

Millionen ältere Menschen sind abgeschnitten von Online-Banking, sie können im Supermarkt nicht bargeldlos bezahlen, sie haben keinen Zugang zum digitalen Amt, sie können kein ermäßigtes Online-Zugticket kaufen oder einen Parkschein lösen. Für sehr viele Erledigungen im Alltag braucht man bereits jetzt ein Smartphone oder ein Tablet.

Dazu kommt: Während der Pandemie und während des Lockdowns waren hunderttausende ältere Menschen isoliert. Sie konnten ihre Kinder und Enkelkinder nicht sehen oder waren ausgeschlossen von der Familienkommunikation über WhatsApp oder Zoom. Das war eine echte Tragödie.

Emporia-Eigentümerin Eveline Pupeter mit dem neuen Tablet, das im November in Deutschland auf den Markt gekommen ist und ähnlich erfolgreich zu werden verspricht wie die Handys des österreichischen Herstellers

Nummer 1 bei den Herstellern von Senioren-Smartphones

Eveline Pupeter: „Meine Vision und meine Mission ist es, diese 52 Millionen Senioren in der EU mit einfach zu bedienenden Smartphones oder Tablets und speziellen Trainings in die digitale Welt zu begleiten."

Emporia feiert in diesem Jahr den 30. Geburtstag. Die Arbeit des österreichischen Herstellers ist von Erfolg gekrönt. Zahlreiche Auszeichnungen für Qualität, Design, Bedienkomfort oder Funktionalität sowie 17 Millionen verkaufte Geräte sprechen eine klare Sprache. Von Telecom Handel wurde emporia zur Senioren-Smartphone-Marke Nummer 1 gekürt. ●

Fotos: emporia

emporia

Karin Schaumberger
Managing Director Germany

Michael Führlinger
Managing Director Germany

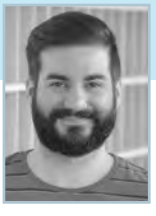
Torben Leißner
Vertrieb Nord

Seyfi Yildiz
Vertrieb West

Unser starkes Team – immer für Sie da!

Myron Dieth
Vertrieb Mitte

Moritz Kiermaier
Vertrieb Süd



Selim Celik
Verkaufs-innen-dienst

Nina Groschner
Produkt-marketing

3 Fragen an ...

... Karin Schaumberger und Michael Führlinger, Geschäftsführung emporia Deutschland

Warum soll ein Fachhändler emporia empfehlen?

Niemand kennt die Zielgruppe der älteren Menschen so gut wie emporia. Wir haben als einziger Anbieter ein Gesamtkonzept mit tollen Produkten, wir liefern zu jedem Gerät eine Bedienungsanleitung mit Trainingsbuch und wir haben ein ausgefeiltes Schulungskonzept für die Senioren entwickelt. Wir sind ganz einfach der beste Partner für den stationären Handel.

Wie nahe ist emporia am deutschen Fachhandel?

Das emporia-Vertriebsteam in der Bundesrepublik besteht aus sieben hochmotivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Dieser direkte Draht zu den Verkaufsexperten in den Shops ist eine der großen Stärken von emporia, da wir dadurch laufend wertvolles Feedback zu unseren Produkten und über unsere Kundinnen und Kunden erhalten.

Ein wichtiges, echtes Alleinstellungsmerkmal von emporia in Deutschland?

Wir sind der einzige Hersteller, der alle Featurephones mit 4G und damit VoLTE anbieten kann. Ein bedeutender Vorsprung, zumal wir dem Fachhandel eine breite Palette an schön designten, modernen Tastenhandys anbieten können.

emporia Deutschland

Firmensitz	Frankfurt
Geschäftsführung	Karin Schaumberger und Michael Führlinger
Kontakt	Walther-von-Cronberg-Platz 13 Tel.: 0800 4004711 E-Mail: celik@emporia.de
Sales-Team	5 Sales-Manager über ganz Deutschland verteilt
Kunden	Deutsche Telekom, O2, mobilcom debitel, aetka Fachhändler, Expert, EP, EURONICS, Medimax, MediaSaturn
Internet	www.emporia.de

KONTAKT

emporia Deutschland GmbH
Walther-von-Cronberg-Platz 13
60594 Frankfurt am Main
Tel.: 0800 4004711
E-Mail: celik@emporia.de

EPOS

Wie klingt der Arbeitsplatz der Zukunft?

Großartige Audioqualität und flexible Konnektivität mit den Headsets der ADAPT 200-Linie

Mit der „all-in-one" EXPAND Vision 3T Videokonferenzlösung nur einen Klick vom Meeting entfernt

Die Corona-Pandemie hat einen massiven Umbruch in der Arbeitswelt mit sich gebracht – und Unternehmen weltweit vor neue Herausforderungen gestellt. Zunächst wurden große Anstrengungen unternommen, um die Gesundheit und das Wohlbefinden der Mitarbeiter in der neuen Situation zu schützen und den Motor am Laufen zu halten. Jetzt, mehr als eineinhalb Jahre später, ist die Herausforderung eine andere: Neue und flexible Arbeitsmodelle haben sich durchgesetzt, Mitarbeiter kommen nicht mehr täglich ins Büro und gestalten ihre Arbeitszeiten flexibler.

Auch die Art und Weise, wie die Produktivität von Mitarbeitern gemessen wird, hat sich mit der Einführung flexibler Arbeitsformen geändert. Statt traditionellen Messgrößen wie z.B. Arbeitsstunden umfasst Produktivität heute vor allem Wertschöpfung, die Qualität der Ergebnisse und Innovation. Nun, nach einem kurzen Moment der Erleichterung, dass die digitale Transformation innerhalb von Tagen statt von Monaten oder Jahren umgesetzt wurde, fürchten Unternehmen einen erneuten Höhepunkt der Produktivitätskrise. Zu diesem Ergebnis kommt ein Bericht der Premium-Audiomarke EPOS in Zusammenarbeit mit WORKTECH Academy.

Die Produktivität im Home-Office leidet aber dann, wenn es an der richtigen Ausstattung und geeigneten Tools und Technologien mangelt. Das ergab eine Studie von Service Now3. Zwar ist Technologie vielfach ein Wegbereiter für Produktivität, sie kann jedoch auch schnell zu einem Stolperstein werden, wenn sie schlecht funktioniert oder die Bedürfnisse nicht erfüllt.

Unternehmen müssen sich also darum bemühen, eine verbesserte Arbeitsplatzumgebung zu schaffen, die die Effektivität und Produktivität der Mitarbeiter fördert – ganz egal ob sie von zu Hause aus, von unterwegs oder im Büro arbeiten.

Lärm und Ablenkung sind die größten Herausforderungen

Wie lässt sich das umsetzen? Die richtige Technologie kann ein entscheidender Faktor sein: Nach Untersuchungen von The Work Foundation4 geben 80 Prozent der Mitarbeiter an, dass Technologie einen positiven Einfluss auf die Produktivität ihrer Arbeit hat. Technologie muss sich dabei an der Arbeitsform orientieren. In der hybriden Arbeitswelt sind beispielsweise Audio- und Videokonferenzen wichtiger denn je. Dafür brauchen Mitarbeiter die richtigen Geräte. Nur so kann die Zusammenarbeit über räumliche Distanzen hinweg einwandfrei funktionieren. Störende Hintergrundgeräusche, schlechter Ton, ein unscharfes Bild: All das führt zu Frustration und einem Produktivitätsverlust – und ist ein absolutes No-Go.

Im Büro hingegen sind Ablenkungen durch Gespräche und der permanent hohe Lärmpegel der größte Störfaktor – zu Lasten der Konzentration. Das ergab eine Befragung des Berkeley's Center for the Built Environment. Für die Rückkehr ins Büro gilt es daher, Ablenkungen durch die Gespräche der Kollegen zu reduzieren, beispielsweise durch Noise-Cancelling-Headsets. Nach Angaben von The Work Foundation sehen zwei Drittel der Manager einen Zusammenhang zwischen Technologie und der Leistung ihres Unternehmens.

In Zeiten des hybriden Arbeitens ist gute Akustik für eine klare Kommunikation, eine reibungslose Zusammenarbeit und ein produktives Arbeitsumfeld ausschlaggebend. Deshalb hat EPOS es sich zur Aufgabe gemacht, professionelle Headsets, Speakerphones und Videokonferenzlösungen zu entwickeln, die eine hohe Audio- und Kommunikationsqualität garantieren.

Nach wie vor nutzen rund die Hälfte aller Mitarbeiter ihre privaten Headsets für

Foto: EPOS

Höchste Flexibilität und bester Klang mit den DECT-Headsets der IMPACT 5000-Linie

virtuelle Meetings. Diese Headsets werden aber meist nicht den Anforderungen von Telefon- und Videokonferenzen gerecht. EPOS schafft Abhilfe.

Für flexible Mitarbeiter

Die professionellen **Headsets der ADAPT 200-Linie** wurden speziell für Mitarbeiter entwickelt, die in einer hybriden Arbeitsumgebung tätig sind. Sie konzentrieren sich auf die Stimme des Nutzers und filtern störende Umgebungsgeräusche heraus. Die Headsets passen sich problemlos den dynamischen Arbeitsumgebungen an und lassen sich mühelos mit mehreren Geräten gleichzeitig verbinden. Ein Wechsel zwischen diesen Geräten ist nahtlos möglich. Um die Nutzung möglichst unkompliziert zu gestalten, sind die Headsets für Microsoft Teams zertifiziert. Per Knopfdruck kann die Teams-App von den Mitarbeitern aktiviert werden, sodass unabhängig vom Standort eine optimale kabellose Zusammenarbeit mit Kollegen und Geschäftspartnern ermöglicht wird. Ein integriertes Noise Cancelling-Mikrofon mit EPOS Voice™ Technologie fördert die Konzentration und verbessert das Gesprächserlebnis: Die Stimmen der Kollegen im offenen Büro, laute Hintergrundgeräusche unterwegs oder die Gespräche der Familie im Home-Office können ganz einfach ausgeblendet werden.

Für Gespräche mit Wirkung

Mitarbeiter, die viel in lauten Büroumgebungen arbeiten und lange Stunden am Telefon verbringen, beispielsweise in Call-Centern, müssen sich auf einen klaren Sound verlassen können. Bei den kabellosen **DECT-Headsets der IMPACT 5000-Linie** liegt der Fokus auf gesprächsorientierter Arbeit. Selbst in den lautesten Büroumgebunden sorgen die Headsets dank Super-Wideband-Audio, bester Stereo-Performance und einzigartigem Noise Cancelling-System für klare Gespräche. Gleichzeitig bietet die herausragende DECT-Zertifizierung für höchste Sicherheit bei Anrufen. Für noch mehr Flexibilität bei der Arbeit sorgt der IMPACT DECT-Dongle, der mit den IMPACT 5000-Headsets kompatibel ist. Die elegante Plug-and-Play-Lösung für den PC ermöglicht einfaches Hot-Desking und hält den Arbeitsplatz aufgeräumt.

Für ein natürliches Meetingerlebnis

Die Meetingraum-Lösungen von EXPAND vernetzen Mitarbeiter über Arbeitsräume, Standorte und Zeitzonen hinweg. Die „all in one" **EXPAND Vision 3T Videokonferenzlösung** zeichnet sich durch ihre intuitive Nutzererfahrung aus: Ohne zusätzlichen PC und mit nur einem Tastendruck können Nutzer sofort und unkompliziert am Meeting teilnehmen. Herausragende Audio- und Videoqualität ermöglichen ein natürliches Meetingerlebnis: Full-HD-Video mit intelligentem Bildausschnitt macht Gesichtsausdrücke und Körpersprache für alle Teilnehmer deutlich. Für hervorragende Sprachverständlichkeit sorgt ergänzend das **EXPAND 30T Speakerphone**. Dank des extrem verzerrungsarmen Lautsprechers sowie Echo- und Noise Cancelling-Mikrofonen ist jeder Teilnehmer klar und deutlich zu verstehen. Die Zertifizierung für Microsoft Teams schafft ein lückenloses MS Teams-Erlebnis mit allen bekannten Funktionen. Die Teilnahme an Videokonferenzen war noch nie so einfach und unkompliziert – mit einem Klick ist man dabei. ●

Unser Profil

EPOS ist aus dem ehemaligen Joint Venture zwischen dem Audioexperten Sennheiser und Demant, einem weltweit führenden Konzern im Bereich der Hörgerätetechnologie, hervorgegangen. Das Unternehmen ist auf die Entwicklung, die Herstellung und den Verkauf von Premium-Audio- und Videolösungen für Unternehmen und Gamer spezialisiert.

Mit hoch entwickelter Technik und bahnbrechenden Technologien stattet EPOS Unternehmen mit kompromissloser Audio- und Video-Konnektivität aus, um besser kommunizieren und zusammenarbeiten zu können – jederzeit, überall und auf jedem Gerät. Die Audiotechnologie von EPOS ist zuverlässig und nutzerfreundlich und wurde für ultimativen Komfort konzipiert.

Das Unternehmen ist Teil der Demant-Gruppe und baut auf mehr als 115 Jahren Erfahrung in der Arbeit mit Innovation und Audio auf. Von seinem Hauptsitz in Kopenhagen aus agiert EPOS in einem globalen Markt mit Niederlassungen und Partnern in über 60 Ländern.

Neben Premium-Audio- und Videolösungen unter der Eigenmarke führt EPOS unter dem Co-Branding EPOS I SENNHEISER auch den Vertrieb von Produkten im Rahmen einer Handelslizenzvereinbarung mit Sennheiser fort.

KONTAKT

EPOS Germany GmbH
Sickingenstraße 70–71
10553 Berlin
Tel.: +49 30 70714670
E-Mail: contact@eposaudio.com
www.eposaudio.com

All-in-One-Kommunikation aus der Cloud

Mit Hardware-as-a-Service noch individueller

Die Digitalisierung hat die Arbeitswelt erobert und wartet mit immer neuen Innovationen auf. Spätestens seit Beginn der globalen Pandemie sehen sich Unternehmen gezwungen, bisherige Arbeitsplatzkonzepte zu überdenken, tradierte Prozesse zu modernisieren und neue Wege einzuschlagen. Das betrifft insbesondere Kommunikationsmodelle, die den an sie gestellten Anforderungen oft nicht länger genügen. Die Zukunft des Arbeitens ist hybrid: Laut einer Cisco Studie vom Oktober 2021 wird sich künftig in 98 Prozent aller Meetings mindestens ein Teilnehmer remote zuschalten.

Placetel bietet eine All-in-One-Lösung für Cloud-Telefonie, Team-Messaging, Online-Meetings. Blitzschnell eingerichtet, monatlich kündbar, zu transparenten Kosten

Dies verlangt der eingesetzten Technologie ein neues Maß an Flexibilität und Mobilität ab. Das betrifft neben gängigen Kommunikationskanälen wie E-Mail oder Chatprogrammen insbesondere den Telefonkontakt – sowohl mit als auch ohne Video-Telefonie. Zuverlässige, flexible und ortsunabhängige Kollaborationslösungen sind daher der Schlüssel für eine erfolgreiche Zusammenarbeit. Das gilt sowohl für die Kommunikation von Mitarbeitern untereinander als auch für den Kundenkontakt.

Die technische Ausstattung spielt dabei eine wichtige Rolle für die effiziente Gestaltung hybrider Meetings. Daher müssen sowohl Software- als auch Hardware-Lösungen den technischen Anforderungen des digitalen Büros genügen. Für viele Unternehmen bedeutet das, eine technologische Grundlage schaffen zu müssen, die sowohl Festnetztelefonie als auch Unified Communication und Collaboration (UCC) beinhaltet und überdies die Möglichkeit bietet, Mobilfunk nahtlos in die Unternehmenskommunikation einzubinden.

Placetel: Cloud-Telefonie, Team-Messaging & Online-Meetings

Mehr als 30.000 zufriedene Firmenkunden verlassen sich bereits auf die VoIP-Expertise von Placetel und die kompetente Unterstützung beim Wechsel in die Cloud. Wir sind einer der führenden Anbieter für moderne Cloud-Telefonie und UCC-Lösungen in Deutschland mit Unternehmenssitz in Köln. Seit 2018 gehören wir zur globalen Cisco-Familie, dem weltweiten Markt- und Technologieführer im Bereich IT und Netzwerk.

„Mit unserem Angebot an Collaboration- und Telefonie-Lösungen unterstützen wir kleine und mittelständische Unternehmen bei der Digitalisierung ihrer Business-Kommunikation. Damit eröffnen wir ihnen die Möglichkeit, die Potenziale einer sich verändernden Arbeitswelt erfolgreich zu nutzen“, erklärt Peter

Foto: Cisco Placetel

PLACETEL

EIN TEIL VON CISCO

Nowack, CEO von Placetel. „Unsere Cloud-Lösungen für Telefonie und Collaboration passen sich den individuellen Bedürfnissen unserer Kunden flexibel an und sind dabei zuverlässig, nutzerfreundlich und sicher."

Hardware flexibel mieten

Die Placetel-Angebote ersetzen die klassische, stationäre Telefonanlage vollständig. Der Wechsel in die Cloud bringt Unternehmen Vorteile wie Kostenersparnis, Ortsunabhängigkeit, einen großen professionellen Funktionsumfang sowie hohe Datenschutz- und Sicherheitsstandards. Um Kunden noch besser durch die hybride Arbeitswelt begleiten zu können, beziehen wir nun auch unsere Hardware in das flexible As-a-Service-Angebot ein. Nun können alle Placetel- und Partner-Kunden unsere Endgeräte nicht nur kaufen, sondern auch für eine Mindestvertragslaufzeit von 24 Monaten mieten. Die Auswahl reicht vom IP-Telefon über Headsets bis hin zu professionellen Videokonferenzsystemen.

Professionelle Hardware zu geringen monatlichen Kosten – dank HaaS

„Unser Hardware-as-a-Service-Angebot gibt Kunden noch mehr Flexibilität in der Zusammenstellung ihrer individuellen Kommunikationslösungen", erklärt Nowack. „Je nach Bedarf können sie weitere Endgeräte zu ihrer bestehenden Telefonanlage hinzubuchen, die wie alle Placetel-Lösungen schnell eingerichtet sind. Damit können sie auch auf kurzfristige Bedürfnisse reagieren."

Mit Hardware-as-a-Service immer up to date

Das Mietmodell hält den Aufwand für Kunden niedrig. Sollte zum Beispiel eines der Geräte einen Defekt aufweisen, liefert ein kostenloser Austausch-Service im Handumdrehen Ersatz. Tauchen Fragen oder Probleme auf, erhalten Kunden per Telefon, E-Mail oder Chat sofortige Hilfe. Zudem vermeidet das Hardware-as-a-Service-Modell hohe Einmal-Investitionen, was vor allem kleineren Unternehmen entgegenkommt. Nach Ende der Vertragslaufzeit können die Kunden entscheiden, ob sie ihr Mietgerät behalten oder auf ein anderes Modell umsatteln möchten.

Da die Endgeräte kontinuierliche Updates erhalten, arbeiten Kunden zudem automatisch immer auf dem neuesten Stand der Technik, ohne sich aktiv darum kümmern zu müssen.

So garantiert unser Hardware-as-a-Service-Angebot zuverlässige Kommunikation im Unternehmen und erfolgreiche, ortsunabhängige Zusammenarbeit und Interaktion mit Endkunden. Damit sind Unternehmen für die technologischen Herausforderungen einer hybriden Arbeitswelt gewappnet und können sich auf das Wesentliche konzentrieren. •

So funktioniert die Business-Kommunikation der Zukunft!

Unser Angebot

Mit der Vermietung unserer zuverlässigen Endgeräte gehen wir bei Placetel noch einen Schritt weiter, um unsere KundInnen vollständig, sicher und noch flexibler für moderne Kommunikationsanforderungen auszurüsten. Wir bieten Telefonie, Messaging und Meetings für die Zusammenarbeit in Teams jeder Größe, ortsunabhängig und beliebig erweiterbar.

Darum Placetel

Placetel bietet moderne Business-Kommunikation für jeden Anspruch. Alle Produkte können 30 Tage kostenlos getestet werden, sind blitzschnell eingerichtet und im SaaS-Modell jederzeit monatlich kündbar. Die Konfiguration erfolgt komplett online über das nutzerfreundlich gestaltete Webportal. Für alle offenen Fragen steht Ihnen unser Support als direkter Ansprechpartner zur Verfügung.

KONTAKT

Placetel
c/o Cisco Systems GmbH
Lothringer Straße 56
50677 Köln
Tel.: +49 221 99998560
E-Mail: info@placetel.de
www.placetel.de

So revolutioniert RingCentral die Cloud-Kommunikation

Durch unsere strategischen Partnerschaften bieten wir den Anwendern maßgeschneiderte Lösungen, die es ihnen ermöglichen, von überall und auf jedem Gerät vernetzt und produktiv zu bleiben

Marco Meier,
RVP Carrier Sales DACH

Cloud-Technologien verhelfen Unternehmen zu mehr Erfolg in der Remote-Arbeitswelt. Mit UCaaS (Unified Communications as a Service)-Lösungen arbeiten Teams auch über große Entfernungen eng zusammen. Deshalb stehen sie bei zukunftsorientierten Unternehmen hoch im Kurs.

Als einer der führenden Anbieter globaler Cloud-Lösungen für Kommunikation, Zusammenarbeit und Contact Center in Unternehmen legt RingCentral hierbei den Grundstein für eine effizientere, produktivere und europaweit vernetzte Belegschaft.

Die UCaaS-, CCaaS (Contact Center as a Service)- und Customer-Engagement-Lösungen von RingCentral basieren auf einer marktführenden Plattform, die von starken Kooperationspartnern unterstützt wird, und sorgen für eine grundlegende Aufwertung der internen und externen Unternehmenskommunikation.

Contact Center und Omnichannel Engagement

RingCentral Contact Center unterstützt die Umsetzung von Customer-Engagement-Strategien in Unternehmen. Kunden können über ihren bevorzugten Kanal mit Ihnen Kontakt aufnehmen, die Customer Journey wird optimiert und Agenten haben sofortigen Zugriff auf alle für eine Kundenanfrage erforderlichen Daten.

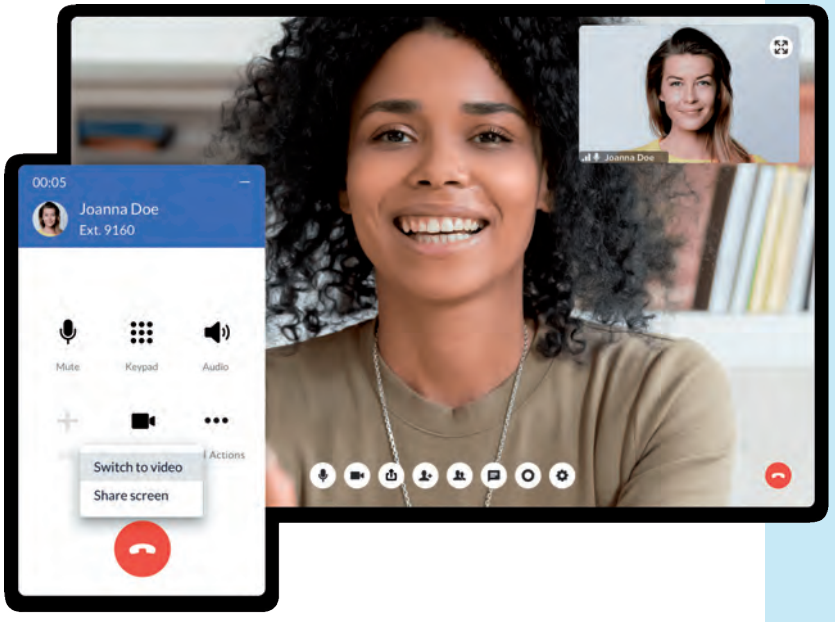
Mit RingCentral Engage Digital behalten Agenten den Überblick über sämtliche Interaktionen eines Kunden – und das auf einer einzigen Plattform. Egal, ob Kunden Sie über WhatsApp, Web-Chat oder die sozialen Medien kontaktieren: Die Software konsolidiert Ihre Interaktionen auf nur einer Plattform für ein optimal zugeschnittenes Customer Engagement.

Unified Communications

RingCentral entwickelt Produkte, die eine effiziente Zusammenarbeit in modernen Teams konsequent fördern. Dabei können die Mitglieder dieser Teams ortsunabhängig und auf dem Gerät ihrer Wahl arbeiten. Damit dient RingCentral MVP als die Grundlage für eine exzellente Unternehmenskultur im virtuellen Arbeitsumfeld. Hier wird eine optimale Vernetzung und Zusammenarbeit auch dann ermöglicht, wenn Mitarbeiter remote arbeiten.

Die leistungsstarke Kombination aus Messaging, Video und Telefonie ermöglicht es den Teams, effizient und zielgerichtet auf gemeinsame Ziele hinzuarbeiten. RingCentral UCaaS bietet darüber hinaus Filesharing, Kalenderintegrationen, Aufgabenmanagement, Analysen und ein großes Spektrum an Telefoniefunktionen

Die RingCentral-Plattform nutzt mehrere Sicherheitsebenen, um Daten und Kommunikation zu sichern



Messaging.
Video.
Telefon.
Integriert.

für die reibungslose Zusammenarbeit von Remote-Teams. In Kombination mit Hunderten von Standardintegrationen (Microsoft Teams, Google Workspace, Salesforce ...) und offenen APIs erhalten Teams eine nahtlose virtuelle Arbeitsumgebung, die höchste Produktivität ermöglicht für die reibungslose Zusammenarbeit von Remote-Teams.

Partnerschaften für optimale Collaboration-Lösungen

RingCentral unterhält Partnerschaften mit führenden Anbietern im Bereich der Unternehmenskommunikation. Durch strategische Partnerschaften mit Avaya, Atos und Alcatel-Lucent Enterprise bietet RingCentral co-branded Lösungen an, um Kunden die Migration in die Cloud zu erleichtern. Das Unternehmen arbeitet auch mit Mitel zusammen, um seinem globalen Kundenstamm einen nahtlosen Migrationspfad zur MVPcloud-Kommunikationsplattform von RingCentral zu bieten.

Das Unternehmen arbeitet außerdem mit globalen Service Providern wie Vodafone, Deutsche Telekom, Ecotel und 1&1 Versatel zusammen, um die Unternehmenskommunikation für Kunden aller Größenordnungen zu transformieren und es den Mitarbeitern zu ermöglichen, von überall und mit jedem Gerät zu arbeiten.

Schließlich arbeitet RingCentral eng mit Hardware-Anbietern wie Poly, Logitech und Yealink zusammen. Ihre Geräte integrieren RingCentral Rooms, das jeden Konferenzraum in ein Videokonferenzzentrum verwandelt, an dem die Nutzer von überall aus teilnehmen können.

Sicherheit auf Enterprise-Niveau und zuverlässige lokale Datenspeicherung

In den modernen Arbeitsumgebungen von heute hat Sicherheit oberste Priorität. Das gilt ohne Abstriche auch für die Cloud-Kommunikation. Mit sieben robusten Sicherheitsebenen, einer Ende-zu-Ende-Verschlüsselung (E2EE) und der Einhaltung von C5:2020 des BSI stellt RingCentral sicher, dass Ihre Daten auf höchst sichere Weise gespeichert und verarbeitet werden. Das RingCentral Rechenzentrum in Frankfurt stellt Benutzern unter Einhaltung der jeweils geltenden Gesetze und Bestimmungen lokale Telefonnummern und Notfalldienste zur Verfügung. Die Daten verbleiben dabei im Inland.

Die Zukunft der Unternehmen von heute ist virtuell – und das in größerem Maße als bisher erwartet. Der Schlüssel zum Erfolg in dieser neuen Arbeitswelt liegt in einer nahtlosen Kommunikation und einer engen Vernetzung von Remote-Mitarbeitern. Wenn Sie genauer erfahren möchten, wie Sie Ihr Unternehmen mit Cloud-Kommunikation und -Collaboration in eine erfolgreiche Zukunft führen können, besuchen Sie ***www.ringcentral.de***. •

Unser Sortiment

- RingCentral MVP (integriertes Messaging, Video und Telefon)
- Messaging (Team-Messaging & Collaboration)
- Video (HD Video & Bildschirmfreigabe)
- Telefon (Telefonie aus der Cloud)
- RC App (für unterwegs)
- Inbound Contact Center (Omnichannel Contact Center)
- Outbound Contact Center (Aktive Outreach & Vertrieb)
- Engage Digital (Digital Engagement Plattform)

Unsere Zielgruppe

- SMB
- Unternehmen
- Service Provider
- Entwickler

u. a. in folgenden Industrien:
Gesundheitswesen, Contact Tracing, Einzelhandel, Behörden, Finanzwesen, Technologie, Bauindustrie

KONTAKT

RingCentral Germany GmbH
Poststraße 33
20354 Hamburg
www.ringcentral.de

STARFACE bietet für jede Unternehmensgröße die passende Lösung für eine einfache, krisensichere und ortsunabhängige Business-Kommunikation

Florian Buzin,
CEO, STARFACE GmbH

STARFACE
COMFORTPHONING

STARFACE ist viel mehr als eine IP-basierte Telefonanlage. Die benutzerfreundliche Kommunikationsplattform für Unternehmen jeder Größe ist genau die richtige Lösung für die Einrichtung von digitalen Arbeitsplätzen. Mit STARFACE haben die Mitarbeitenden sowohl im Büro, unterwegs auf dem Smartphone und auch im Homeoffice den gleichen Zugriff auf die gewohnte Kommunikationsumgebung des Unternehmens.

Ihre Vorteile auf einen Blick:

- Standardisiertes System, keine Programmierkenntnisse erforderlich
- Als VM, Hardware „Made in Germany" oder Cloud-Lösung verfügbar
- Telefone verschiedener Hersteller sind tief integriert
- Kundenspezifische Anpassungen aufgrund des umfassenden STARFACE Modulsystems
- STARFACE Apps für Windows, macOS, iOS und Android
- Intuitives, webbasiertes Interface

Videomeetings mit STARFACE NEON direkt aus der STARFACE App – schnell, einfach, sicher

Bündelung der Kommunikationskanäle in den STARFACE Apps

Je nach Situation und Anforderung kommunizieren die Mitarbeitenden heute über Telefon und Chat, Video- und Audio-Konferenzen, E-Mail und Voice-Mail oder ganz klassisch per Fax. STARFACE bündelt diese komplexe Vielfalt an Kommunikationskanälen in einer App, die sowohl auf dem Desktop als auch mobil auf dem Smartphone als Kommunikationszentrale verfügbar ist. Dies erleichtert es, Kundenkontakte, Anruflisten etc. im Blick zu behalten und in einheitlicher Qualität zu bearbeiten.

Integration von ERP- und CRM-Anwendungen

STARFACE lässt sich über Schnittstellen flexibel mit zahlreichen ERP- oder CRM-Anwendungen verknüpfen und ermöglicht damit effizientere Kundengespräche und den Zugriff auf Kundendatenbanken beim Telefonat.

Unterwegs und doch im Office

Mit STARFACE bleiben die Mitarbeitenden auch unterwegs durchgehend unter ihrer Rufnummer erreichbar und kommunizieren ebenso effizient wie im Büro. Möglich machen dies die STARFACE Apps für Android- und iOS-basierte Endgeräte. Als echte Nebenstellen der STARFACE Telefonanlage können Benutzende damit am Smartphone nicht nur ein- und ausgehend unter der vertrauten Office-Rufnummer telefonieren, sondern auch ihre gesamte Kommunikationsumgebung aus dem Büro mitnehmen.

Videomeetings direkt in der STARFACE App

Mit STARFACE NEON verfügt jede STARFACE Anlage über eine einfache und sichere Videokonferenz-Lösung, die es verteilten Teams leicht macht, von über-

Fotos: STARFACE

Die Kommunikations-plattform für den digitalen Arbeitsplatz

Telefonie und Chat, Video- und Audio-Konferenzen, E-Mail und Voice-Mail gebündelt in einer einzigen App – das ist STARFACE

all zusammenzuarbeiten. Dank der nahtlosen Einbindung in die STARFACE App können Mitarbeitende bei ihren Videomeetings auf ein breites Set anspruchsvoller UCC-Feature zugreifen.

NEON Highlights:

- Direkt aus der STARFACE App starten
- Kein Download, keine Registrierung, keine Eingabe persönlicher Daten
- Smarte Funktionen wie Chat, Screensharing, Passwortschutz etc.
- Daten sicher auf deutschen Servern
- DSGVO-konform
- TLS-Verschlüsselung

Megatrend Homeoffice

Der Trend, Büroarbeitsplätze flexibel und einfach ins Homeoffice zu verlagern, nimmt stetig zu. STARFACE Telefonanlagen sind dafür wie gemacht: Die Mitarbeitenden nehmen ihre Notebooks und Headphones mit nach Hause und setzen ihre Arbeit einfach im Homeoffice fort.

Eigener SIP-Trunk und STARFACE DSL

Mit STARFACE Connect bieten wir einen eigenen SIP-Trunk als VoIP-Anschluss für sichere Business-Telefonie. Die STARFACE VoIP Telefonanlage verbindet sich mit STARFACE Connect über den Internetanschluss mit dem öffentlichen Telefonnetz und bietet so vollwertige Festnetztelefonie. Mit nur wenigen Klicks kann STARFACE Connect in Sekundenschnelle aktiviert werden und ermöglicht günstige Gesprächstarife mit hoher Gesprächsqualität über das Internet. STARFACE DSL vervollständigt das Portfolio.

STARFACE Modulkonzept

Die STARFACE Telefonanlage wächst mit Ihren Anforderungen! Möglich wird dies durch das STARFACE Modulkonzept. Zur Erweiterung der Telefonanlage um spezifische Funktionen.

Teil der STARFACE Anlage ist außerdem der innovative Modul-Designer. Dieser ermöglicht über die STARFACE Administrations-Oberfläche jederzeit die Entwicklung von Zusatzmodulen mit neuen Funktionen. Das Tool bietet einfache Verwendung von Funktions- und Script-Komponenten per Drag & Drop. •

Unser Sortiment

STARFACE Telefonanlagen sind softwarebasiert und verfügbar als Cloud-Service, VM-Edition und Hardware-Appliance (Anlagengröße von 20 bis 3.000 User). Alle STARFACE Produkte können im Rahmen von STARFACE 365 gemietet werden. Für kleine Unternehmen bis 10 User existiert die Version STARFACE UP. Ebenfalls zum Sortiment gehört der SIP-Trunk STARFACE Connect sowie STARFACE DSL.

Unsere Zielgruppe

STARFACE Telefonanlagen können in Unternehmen jeder Größe und jeder Branche eingesetzt werden. Sie werden ausschließlich über qualifizierte STARFACE Partnernetzwerke in D/A/CH und Frankreich vertrieben.

KONTAKT

STARFACE GmbH
Stephanienstraße 102
76133 Karlsruhe
Tel.: +49 721 15104230
Fax: +49 721 15104199
E-Mail: info@starface.com
www.starface.com

Telecom Handel | Modern Workplace NEWSLETTER

JETZT KOSTENLOS ABONNIEREN

Der **MODERN WORKPLACE NEWSLETTER** erscheint immer mittwochs und informiert über die wichtigsten Neuigkeiten rund um UCC, Cloud, 5G und IoT

Jetzt bestellen unter
www.telecom-handel.de/Newsletter

FOKUS

Netzbetreiber / Provider

Leserwahlen

- Telefongesellschaft des Jahres S. 96
- Mobilfunk- und Festnetzanbieter S. 98
- Partnershops und Fachhandel S. 100
- Ethno-Anbieter S. 102
- Discounter S. 103

Wer liefert was?

- Mobilfunkanbieter S. 104
- Festnetzanbieter S. 106

Die besten Player für den Handel

Bester Netzbetreiber und Provider
Telecom Handel
LESERWAHL 2021

Im Wettstreit um die beste Telefongesellschaft des Jahres konnte sich Mobilcom-Debitel durchsetzen. Der Provider profitierte vor allem von der Bewertung durch seine Franchise-Partner.

Einmal jährlich unterziehen die Leser von Telecom Handel die Netzbetreiber und Provider in Deutschland einem großen Handelspartner-Check: Dann stellt sich die Frage, welche Telefongesellschaft in der Gunst der Fachhändler und Partnershop-Betreiber ganz vorne liegt. Dabei wurde diesmal – anders als bisher – nicht mehr zwischen Mobilfunk und Festnetz unterschieden, einzig die Services und Leistungen für die Handelspartner standen bei der Kür des Preisträgers im Mittelpunkt. Dafür mussten die Netzbetreiber und Provider in 27 verschiedenen Kategorien (und damit drei mehr als im Vorjahr) zeigen, wie loyal sie zu ihren Partnern sind und wie gut sie mit diesen zusammenarbeiten.

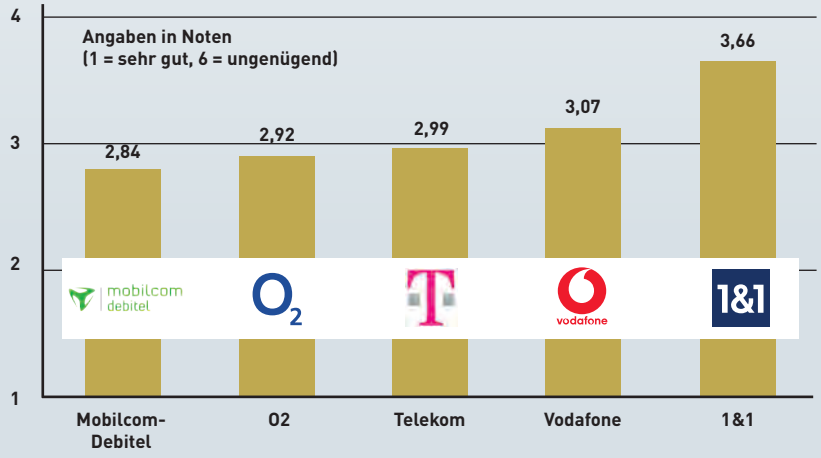
Ins Rennen gingen die drei Netzbetreiber O2, Telekom und Vodafone sowie der zukünftige Netzanbieter 1&1. Außerdem war Mobilcom-Debitel mit am Start.

Mobilcom-Debitel setzte sich durch

Seit mehreren Jahren schneidet Mobilcom-Debitel richtig gut ab. In diesem Jahr schaffte es der Provider, die Konkurrenz zu überholen und sich an die Spitze des Feldes zu setzen. In neun Disziplinen (Vorjahr: sieben) reichte das Votum der Handelspartner zu der Top-Platzierung. So konnte Mobilcom-Debitel seine Einzelsiege aus dem Vorjahr in den Kategorien „Freischaltungssystem bzw. -prozess", „Einsicht in Kundendaten", „Reklamationsbearbeitung/Kulanz" und „Kostengünstige Bereitstellung von Shop-Möbeln" verteidigen. Auch beim Thema VVL-Fristen sowie der Möglichkeit, individuelle Preisnachlässe zu gewähren, schnitt der Anbieter wieder besser ab als der Wettbewerb. Ebenfalls zu einem ersten Platz reichte es diesmal bei der Multichannel-Strategie, den verkaufsfördernden Maßnahmen wie Incentives sowie der Unterstützung mit Demo- und Vorführgeräten. Mobilcom-Debitel gewann die Leserwahl insbesondere durch das gute Abschneiden im Bereich Partnershops. Während die Durchschnittsnote aller Handelspartner bei 2,84 lag, gab es von den Franchise-Partnern die Note 2,48. Der Fachhandel vergab die Note 3,05, was Rang drei in diesem Segment entsprach.

Mobilcom-Debitel lag im Ranking noch vor den drei großen Netzbetreibern Telefónica, Telekom und Vodafone

Gesamtergebnis der Leserwahl



Der Netzbetreiber O2 punktete im Fachhandel

Vorjahressieger O2 erreichte mit der Gesamtnote 2,92 einen guten zweiten Rang. Der Münchner Netzbetreiber wurde vor allem von den Fachhandelspartnern geschätzt: In dieser Vermarktungsgruppe wurde O2 besser bewertet als alle anderen Anbieter. In sieben Disziplinen (Vorjahr: acht) erzielte O2 einen Einzelsieg. So gewann der Münchner Netzbetreiber erneut für seine Händler-Hotline, den Umgang mit dem persönlichen Ansprech-

Foto: Anita Ponne / Shutterstock

partner, die Fairness beim Thema „Never Payer“ sowie die Höhe der Airtime-Beteiligung (im Mobilfunk-Segment). Eine Top-Bewertung gab es ferner für die Unterstützung beim Endkundenmarketing sowie die Unterstützung mit WKZ, Boni und Sonderzahlungen. An die Spitze des Feldes konnte sich O2 auch in der erstmals bewertbaren Kategorie „Preis-Leistungs-Verhältnis“ setzen.

Die Telekom gilt als ehrlich und zuverlässig

Platz drei im Wettstreit um die – aus Sicht der Handelspartner – beste Telefongesellschaft des Jahres ging mit der Gesamtnote 2,99 an die Telekom. Sechs Disziplinen konnte der Netzbetreiber für sich entscheiden. Dazu gehörte einmal mehr auch die von den Handelspartnern sehr geschätzte Kategorie „Ehrlichkeit und Zuverlässigkeit“. Top-Noten gab es zudem für die Unterstützung beim Cross- und Up-Selling, für die Schulungen für den Handel, die Hardware-Versorgung sowie die Fairness in Bezug auf die Übernahme von Servicetätigkeiten. Auch in der Kategorie „Höhe der VVL-Provision im Festnetz-/Breitband-Segment“ lag die Telekom vorne – allerdings ist der Netzbetreiber auch der Einzige, der seine Handelspartner hier überhaupt einbindet. Nur ganz knapp verpassten die Bonner dieses Jahr hingegen die Spitzenplätze in den Disziplinen „Unterstützung beim Endkundenmarketing“ sowie „Verkaufsfördernde Aktionen“ – bei beiden Themen hatte das Votum der Telecom-Handel-Leser im Vorjahr noch für einen Einzelsieg gereicht.

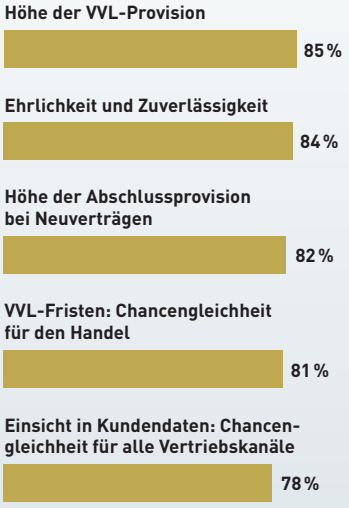
Vodafone mit den besten Provisionen

Den vierten Rang belegte in diesem Jahr erneut Vodafone. Wie bereits in den vergangenen Jahren punktete Vodafone insbesondere mit sehr guten Provisionen. So gewann der Netzbetreiber in den Disziplinen „Höhe der Abschlussprovisionen bei Neuverträgen“ sowohl im Bereich Mobilfunk als auch im Festnetz-/Breitband-Segment. Und auch der Sieg in der Kategorie „Höhe der VVL-Provision im Mobilfunk“ ging an die „Roten“. Sehr gute Noten erhielt Vodafone ferner für sein Schulungskonzept – auch wenn diese nicht ganz zum Einzelsieg reichten.

1&1 als Verfolger mit Ambitionen

Das Schlusslicht im Ranking bildete wie bereits im Vorjahr mit deutlichem Abstand 1&1. Der Anbieter aus Montabaur, der bald mit 5G zur Riege der großen Netzbetreiber aufsteigen dürfte, erhielt von seinen Fachhandelspartnern die Gesamtnote 3,66. Immerhin konnte 1&1 zwei Disziplinen für sich entscheiden: So zeichnete sich die Marke durch einen geringen Verkaufs-/Vermarktungsdruck aus, etwa in Hinblick auf zu erreichende Ziele. Ebenfalls schnitt 1&1 bei der „Chancengleichheit für alle Vertriebskanäle“ mit Blick auf Tarife und Preise besser ab als der komplette Wettbewerb. •

Darauf legt der Handel Wert



Das Top-Thema schlechthin ist auch in diesem Jahr die Vertragsverlängerung: Für 85 Prozent der teilnehmenden Fachhändler und Partnershop-Betreiber ist die Höhe der VVL-Provision sehr relevant, 81 Prozent fordern Chancengleichheit mit anderen Vertriebsformen, was die VVL-Fristen angeht. Sehr wichtig ist den Handelspartnern aber auch die „Ehrlichkeit und Zuverlässigkeit“ des Anbieters.

Die Sieger über Luft und Leitung

Telecom Handel hatte ausgewertet, welcher Netzbetreiber oder Provider aus Sicht des Handels in den Segmenten Mobilfunk und Festnetz ganz vorne lag.

Auf Grundlage der Bewertungen des Handels im Rahmen der Leserwahl zur „Besten Telefongesellschaft des Jahres" hatte Telecom Handel auch Sieger in den Segmenten Mobilfunk und Festnetz gekürt.

Segment Mobilfunk: Lob für Mobilcom-Debitel

Für die Sonderauswertung „Mobilfunk" wurden nur die Stimmen von Fachhändlern und Partnershop-Betreibern einbezogen, die besonders stark in der Vermarktung von Mobilfunkprodukten engagiert sind. Außerdem wurde für die Ermittlung des Siegers die Gewichtung der einzelnen Kategorien an die Anforderungen des Mobilfunkhandels angepasst sowie Rubriken, die reinen Festnetzbezug haben, ausgeklammert. Da die überwiegende Mehrheit der Leserwahl-Teilnehmer im Mobilfunksegment tätig ist, unterscheidet sich das Ergebnis der Sonderauswertung nur in geringem Umfang vom Gesamtergebnis der Leserwahl. Die Leser wählten Mobilcom-Debitel mit der Note 2,72 zum besten Mobilfunkanbieter des Jahres 2021. Der Notenwert fiel damit noch einmal deutlich besser aus als in der Gesamtwertung, die Mobilcom-Debitel mit der Note 2,84 für sich entscheiden konnte. Auch O2 konnte im Mobilfunksegment Punkte gutmachen und erreichte mit der Note 2,81 Platz zwei (Gesamtwertung: 2,92). Fast unverändert waren Rang und Notenwert der Telekom, die mit der Note 2,98 auf Platz drei folgte (Gesamtwertung: 2,99). Vodafone wurde mit der Note 3,04 (Gesamtwertung: 3,07) beurteilt und 1&1 schließlich mit der Note 3,72 (Gesamtwertung: 3,66). Im Vorjahr hatten die Telecom-Handel-Leser noch O2 knapp vor Mobilcom-Debitel zum besten Mobilfunkanbieter des Jahres gewählt.

Nicht in die obige Wertung eingeflossen sind die Antworten zur Zusatzfrage zum „besten Mobilfunknetz". Hier lag die Deutsche Telekom – wie bereits in den Vorjahren – deutlich vor dem Wettbewerb mit der Note 1,9 auf Platz eins. Das Netz

Während Mobilcom-Debitel in der Spezialauswertung Mobilfunk vorne lag, konnte die Deutsche Telekom das Segment Festnetz für sich entscheiden

Gesamtergebnis der Leserwahl

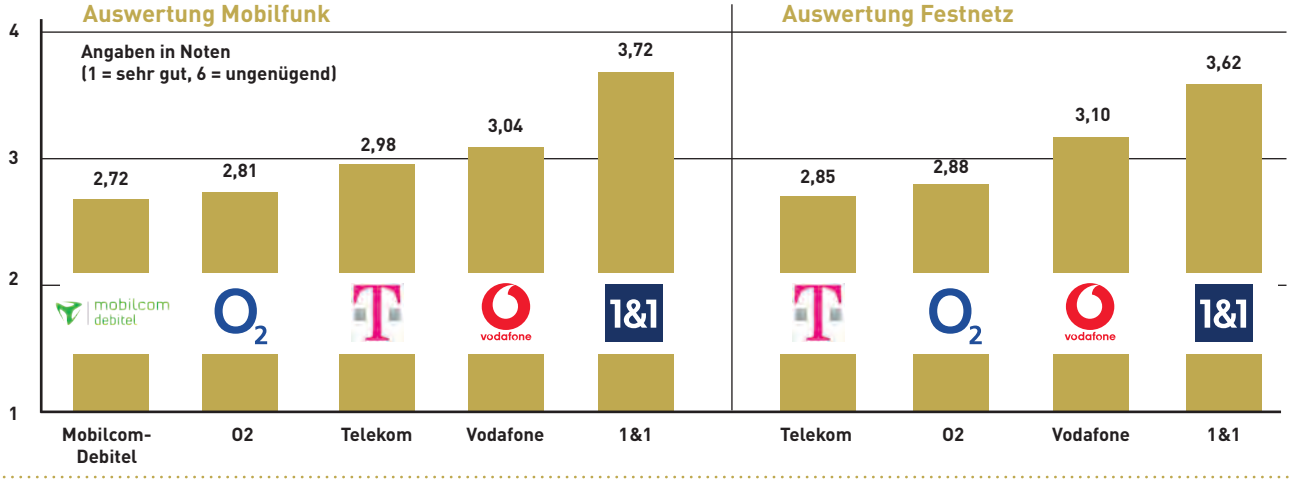


Foto: Christos Georghiou, Yehor Zinchenko, REDPIXEL.PL, goodluz / Shutterstock

Bester Mobilfunk-Anbieter
Telecom Handel
LESERWAHL 2021

Bester Festnetz-Anbieter
Telecom Handel
LESERWAHL 2021

von Vodafone wurde mit der Note 2,6 beurteilt, und O2 kam auf die Note 3,1.

Segment Festnetz: Alle Fünfe für die Telekom

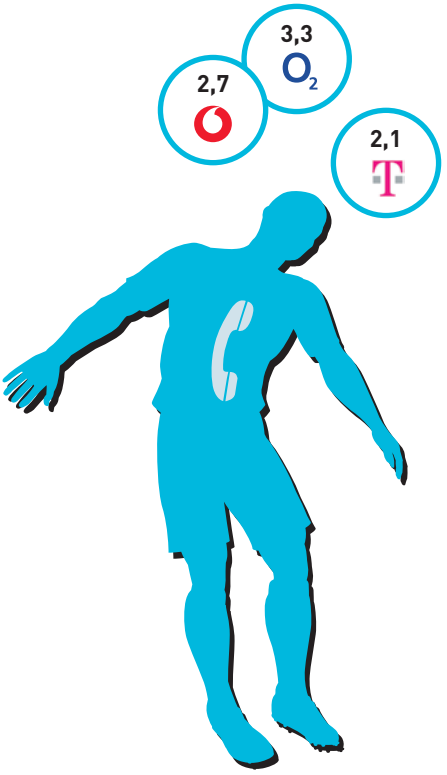
Im Segment Breitband/Festnetz hatte die Telekom in den letzten Jahren die Nase vorn. Und auch diesmal schafften es die Bonner wieder, die Konkurrenz in Schach zu halten – zum mittlerweile fünften Mal in Folge. Mit der Note 2,85 bewerteten die Leserwahl-Teilnehmer die Telekom in der Festnetz/Breitband-Auswertung auch ein gutes Stück besser als in der Gesamtwahl (Note: 2,99). Ähnlich wie beim Thema Mobilfunk wurden für die Sonderauswertung Festnetz nur die Zuschriften von Händlern einbezogen, die sich im Segment Festnetz/Breitband stark engagieren. Und auch die Gewichtung der Kategorien wurde entsprechend angepasst. Platz zwei ging wie im Vorjahr an O2. Die Münchner konnten deutlich aufholen und rückten der Telekom nun mit der Note 2,88 auf die Pelle. Auch einen Vergleich mit der Gesamtwertung (Note: 2,92) musste O2 nicht scheuen. Deutlich größer war der Abstand zur Nummer drei im Festnetzsegment, Vodafone. Die Düsseldorfer wurden im Festnetzbereich von den Handelspartnern mit der Note 3,10 bewertet. Zum Vergleich: In der Gesamtwahl errechnete sich für Vodafone die Note 3,07. Trotz des eigenen Gigabit-Netzes konnten die „Roten" in diesem Segment also nicht wirklich punkten. Das Schlusslicht bildete wie schon im Vorjahr 1&1 mit der Note 3,62 (Gesamtwertung: 3,66).

Auch im Bereich Festnetz/Breitband hatte Telecom Handel seine Leser nach ihrem Urteil über das „beste Festnetz" gefragt. Hier änderte sich in der Einschätzung zum Vorjahr nichts: Die Telekom lag mit der Note 2,1 vorne, gefolgt von Vodafone mit der Note 2,7 und O2 mit der Note 3,3. •

Bestes Mobilfunknetz:

Traumnote für Telekom

Wer hat das beste Mobilfunknetz? Bei dieser Zusatzfrage, die keinen Einfluss auf die Auswertung der Leserwahl hat, liegt die Telekom seit Jahren vorne. Auch 2021 gewannen die Bonner mit der Traumnote 1,9, gefolgt von Vodafone mit der Note 2,6 und O2 mit der Note 3,1



Bestes Festnetz:

Telekom gewann erneut

Das Urteil ist deutlich: Auf die Zusatzfrage nach dem „besten Festnetz" gaben die Telecom-Handel-Leser der Telekom die Note 2,1. Damit lagen die Bonner deutlich vor Vodafone und O2. Das Ergebnis der Zusatzfrage ging nicht in die finale Auswertung ein

Die Besten für die Partner

Bei der Auswertung der Leserwahl-Ergebnisse schnitt Mobilcom-Debitel vor allem bei den Partnershops gut ab, O2 hingegen im Fachhandel.

Differenziert untersucht hatte Telecom Handel auch das Abschneiden durch die Leser in den Bereichen Partnershops sowie Fachhandel. Partnershop-Betreiber und (freie) Fachhändler haben erfahrungsgemäß durchaus unterschiedliche Anforderungen und Erwartungen an die Zusammenarbeit mit einem Netzbetreiber oder Provider, was sich auch im Rahmen der Auswertung zeigte. Deutlich wurde dies beispielsweise bei der Frage, auf welche Themen der Leserwahl-Teilnehmer besonders Wert legt. Einige Disziplinen wurden hier von den Partnershop-Betreibern deutlich häufiger genannt, wie etwa die Hardware-Versorgung, die Bereitstellung von Shop-Möbeln oder auch die Möglichkeiten und Unterstützungsmaßnahmen beim Cross- und Upselling. Auch das Freischaltungssystem, die Versorgung mit Demo- und Vorführgeräten sowie die Einsicht in Kundendaten spielten eine weit größere Rolle als im Fachhandel. In der Sonderauswertung „Partnershops" wurden die Kategorien daher etwas anders gewichtet, außerdem wurden nur die Bewertungen von Partnershop-Betreibern einbezogen, die auch tatsächlich mit dem entsprechenden Netzbetreiber oder Provider zusammenarbeiten.

Segment Partnershops: Mobilcom-Debitel führt klar

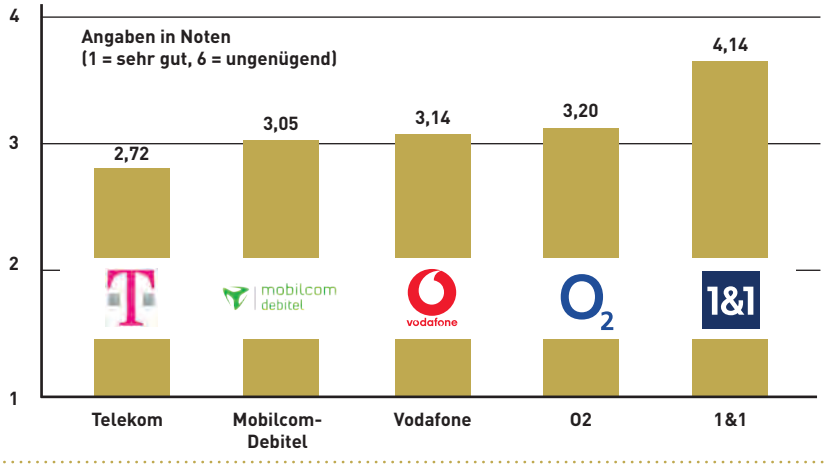
Das Ergebnis: Die Franchise-Partner von Mobilcom-Debitel sind zufriedener als die Partnershop-Betreiber der drei Netzbetreiber. Mit der Note 2,48 konnte sich die Freenet-Tochter ganz klar an die Spitze des Feldes setzen, gefolgt von der Telekom (Note: 2,72) und Vodafone (Note: 2,79). Gelobt wurde Mobilcom-Debitel von den Franchise-Partnern unter anderem für die Einsicht in Kundendaten, das Freischaltungssystem, die Bereitstellung von Shop-Möbeln und die Unterstützung beim Endkundenmarketing. Abgeschlagen wurde O2 im Segment Partnershops mit der Note 3,10 nur auf den vierten Platz gewählt. Besonders kritisiert wird hier der Vermarktungsdruck, aber zum Beispiel auch die Regelung in Bezug auf eine finanzielle Beteiligung der Partner an der Shop-Einrichtung.

Segment Fachhandel: O2 can do

Ganz anders sieht es aus, wenn man ausschließlich die Angaben der (freien) Fachhändler auswertet. Während die Münchner im Partnershop-Segment zuletzt mit mancherlei Unmut zu kämpfen hatten (der auch dazu geführt hatte, dass sich einige O2-Shop-Betreiber in einer Interessengemeinschaft zusammengeschlossen hatten), lief es offenbar im Fachhandel. Hier konnte sich O2 mit der Note 2,83 sogar an die Spitze des Feldes setzen. Dabei lag der Netzbetreiber in einer Vielzahl an Kategorien vor dem Wettbewerb – wie etwa bei der Händler-Hotline, der Unterstützung beim Endkundenmarketing oder beim Umgang mit dem persönlichen Ansprechpartner. Auch beim Thema „Never Payer" oder beim „besten

TV-Anbieter: MagentaTV räumt ab

In der Sonderwertung TV-Anbieter hatten die Leserwahl-Teilnehmer die Möglichkeit, speziell die Zusammenarbeit mit dem Handel im TV-Segment zu bewerten. Mit klarem Vorsprung konnte sich hier die Telekom mit MagentaTV gegen den Wettbewerb durchsetzen. Mobilcom-Debitel kam mit waipu.tv auf Platz zwei.



Bester Netzbetreiber und Provider 2021
Telecom Handel
PARTNERSHOPS

Bester Netzbetreiber und Provider 2021
Telecom Handel
FACHHANDEL

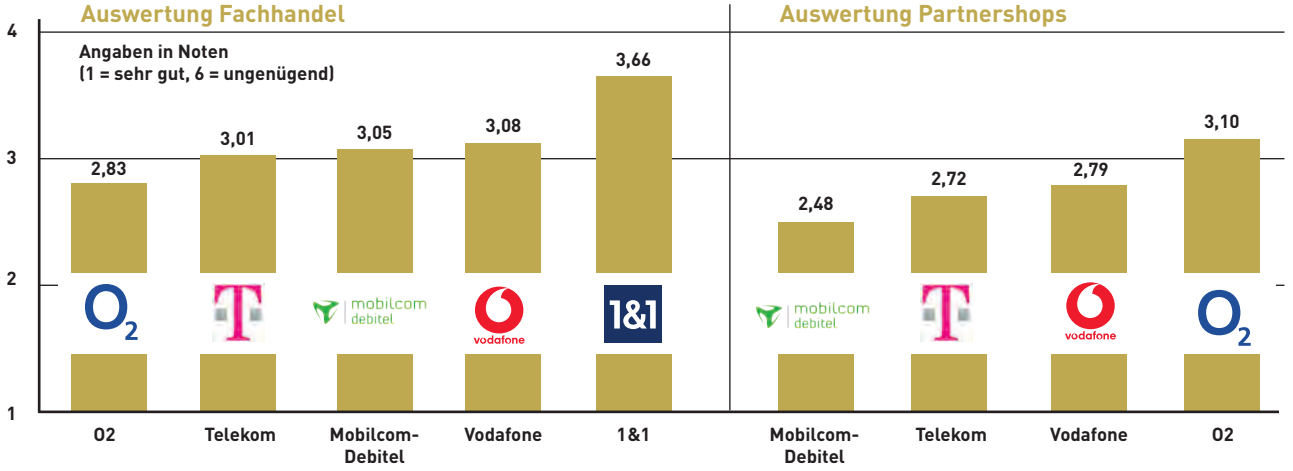
Preis-Leistungs-Verhältnis für die Endkunden" lag O2 vorne.

Platz zwei ging im Fachhandel mit der Note 3,01 an die Telekom. Geschätzt wird an den Bonnern unter anderem die „Ehrlichkeit und Zuverlässigkeit", aber auch das Schulungskonzept. Kritik kam häufig von kleineren Händlern, die keinen Telekom-Partner-Status haben. Diese bemängelten, dass sich die Telekom nur auf diese Händler konzentriert und „Kleine" durchs Raster fallen. Nur knapp hinter der Telekom platzierte sich Mobilcom-Debitel mit der Note 3,05. Im Fachhandel reichte es für den Provider nur in zwei Kategorien für einen Einzelsieg: bei der „Einsicht in Kundendaten" sowie beim „Freischaltungssystem".

Rang vier ging an Vodafone. Die Düsseldorfer überzeugten die Fachhandelspartner insbesondere mit hohen Anschluss- und VVL-Provisionen. Auch das Schulungsangebot wurde gut bewertet. Wenig Begeisterung gab es hingegen für die „Never Payer"-Regelungen von Vodafone. Das Schlusslicht bildete 1&1, der Anbieter wurde von den Fachhandelspartnern mit der Note 3,66 bewertet. •

Gesamtergebnis der Leserwahl

Der Abstand der Erstplatzierten zum Verfolgerfeld ist sowohl bei den Partnershops als auch beim Fachhandel groß



Unerwartet zum Sieg

Bei der Leserwahl zum „Besten Ethno-Anbieter des Jahres" verdrängte Ay Yildiz die Sieger der Vorjahre, Ortel und Lebara.

Auch im Ethno-Segment wurde im Jahr 2021 ein Preisträger gekürt – und zur Überraschung vieler konnte sich ein Anbieter durchsetzen, der bei der Leserwahl von Telecom Handel noch nie auf Rang eins lag.

Segment Ethno: Ay Yildiz überholt Ortel

Im Ethno-Segment dürften viele ein Kopf-an-Kopf-Rennen zwischen dem Vorjahressieger Ortel Mobile sowie dem mehrmaligen Gewinner der Vorjahre, Lebara, erwartet haben. Die Teilnehmer an der Leserwahl sorgten jedoch für eine Überraschung: Erstmals konnte sich der auf Gespräche in die Türkei spezialisierte Anbieter Ay Yildiz gegen die Konkurrenz durchsetzen. Mit der Gesamtnote 2,61 lag Ay Yildiz klar vor dem Zweitplatzierten Ortel, der vom Handel die Note 2,70 bekam. Rang drei ging an Lebara mit der Note 2,77, während Lyca Mobile mit der Note 3,47 und einem deutlichen Abstand zu den vorderen drei das Schlusslicht des Quartetts bildete.

Ay Yildiz machte das Rennen mit nur drei (von elf möglichen) Einzelsiegen, aber weitgehend guten Noten in den weiteren Kategorien. In zwei dieser Disziplinen war Ay Yildiz bereits 2020 in Führung gelegen, und zwar bei der „Höhe der Abschlussprovision" sowie der „Kompetenz und Erreichbarkeit der Handelspartner-Hotline". Hinzugekommen war die neue Kategorie „Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis für den Endkunden".

Ortel Mobile konnte sich in vier Disziplinen durchsetzen. So siegte der Anbieter wie bereits im Vorjahr bei den Themen „Persönliche Betreuung" und „Unterstützung mit WKZ, Boni und Sonderzahlungen". Top-Wertungen gab es auch für die „Verkaufsfördernden Maßnahmen" und die „Reklamationsbearbeitung".

Auf vier Einzelsiege kam auch Lebara. Zwei davon konnte der Ethno-Spezialist bereits im Vorjahr einfahren, und zwar beim „Freischaltungssystem bzw. Freischaltungsprozess" sowie bei der „Höhe der Airtime-Beteiligung". Ganz vorne lag Lebara in diesem Jahr jedoch darüber hinaus beim „Schulungskonzept" sowie in der Kategorie „Unterstützung beim Endkundenmarketing". ●

Zahlen und Fakten

Ay Yildiz

Der erstmalige Gewinner der Gesamtwertung im Segment „Ethno-Anbieter" siegte bereits zum fünften Mal in Folge (und damit seit Einführung der Ethno-Leserwahl) in der Kategorie „Höhe der Abschlussprovision".

Lebara

Die Domäne von Lebara sind die Disziplinen „Freischaltungssystem bzw. Freischaltungsprozess" sowie „Höhe der Airtime-Beteiligung". In beiden Kategorien gewann Lebara ebenfalls fünf Mal in Folge.

Ortel Mobile

Erstmals wurde die Kategorie „Unterstützung des Händlers mit WKZ und Boni" im Ethno-Segment vor drei Jahren eingeführt. Seitdem liegt regelmäßig Ortel Mobile vorne. Außerdem gewann der Anbieter vier von fünf Mal in der Kategorie „Verkaufsfördernde Maßnahmen".

Gesamtergebnis

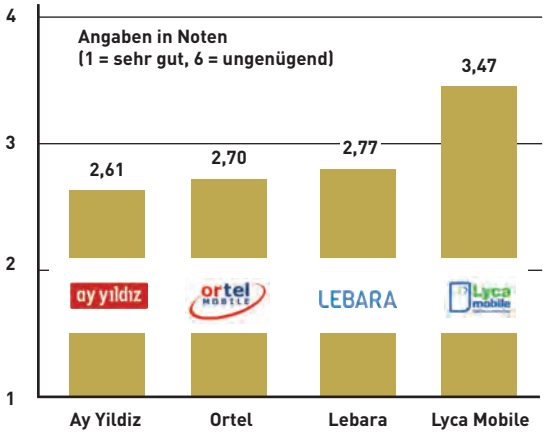


Foto: Astarot / Shutterstock

Comeback von Otelo

Die Vodafone-Marke gewann im Discount-Segment und überholte Vorjahressieger Congstar.

Bester Discounter-Anbieter
Telecom Handel
LESERWAHL 2021

Abgefragt hatte Telecom Handel auch 2021 wieder, welcher Discount-Anbieter in der Gunst des Handels ganz oben steht. Alle Netzbetreiber und Provider haben neben ihrer Premium-Marke auch eine Discount-Marke etabliert – etwa Congstar, Otelo, Blau oder Klarmobil. Doch auch die 1&1-Marke Yourfone trat nun erstmals im Segment Discounter an.

Segment Discount: Otelo holte den Sieg

Nachdem Congstar im vergangenen Jahr Otelo die Siegerkrone hatte wegnehmen können und erstmals die Discount-Wertung anführte, wendete sich das Blatt diesmal wieder: Der Preisträger der Jahre 2018 und 2019, Otelo, eroberte sich 2021 den Titel „Bester Discount-Anbieter" mit der Gesamtnote 2,63 zurück. Insgesamt wurden in die Endauswertung im Discount-Segment 14 Kategorien übernommen, in vier davon schnitt Otelo besser ab als der Wettbewerb. So setzte sich die Vodafone-Marke bei der „Höhe der Abschlussprovision bei Neuverträgen" ebenso durch wie bei der „Höhe der VVL-Provision". Auch in den Vorjahren war Otelo hier führend gewesen. Eine Spitzenwertung gelang dem Anbieter ebenfalls beim Thema Schulungen – hier war im Vorjahr noch Congstar ganz vorne gelegen. Außerdem gewann Otelo in der Kategorie „Unterstützung des Händlers mit WKZ, Boni und anderen Sonderzahlungen" und konnte damit an die Leistungen im Vorjahr anschließen.

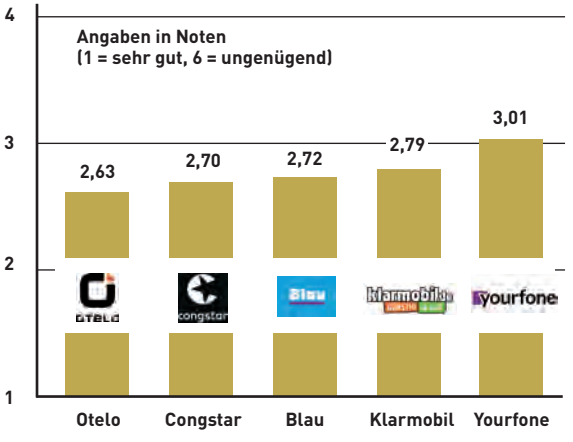
Rang zwei belegte in diesem Jahr der Vorjahressieger Congstar mit der Gesamtnote 2,70. Die Marke der Telekom konnte allerdings nur noch zwei Disziplinen für sich entscheiden. So belegte Congstar den Spitzenplatz bei den Themen „Unterstützung beim Endkundenmarketing" sowie „Verkaufsfördernde Maßnahmen", wozu auch Incentives zählen. Beide Kategorien hatte Congstar auch im Vorjahr für sich entscheiden können.

Nur knapp dahinter landete Blau mit der Gesamtnote 2,72 auf Platz drei. Während die Telefónica-Marke im Vorjahr nur in einer Disziplin im Fachhandel vorne gelegen hatte, waren es diesmal sogar vier. Erneut gewann Blau beim Thema „Never Payer". Dazu kamen nun Siege in den Kategorien „Händler-Hotline", „Reklamationsbearbeitung" sowie „Preis-Leistungs-Verhältnis für den Endkunden".

Platz vier ging mit der Note 2,79 an Klarmobil. Die Marke von Mobilcom-Debitel schnitt in drei Rubriken besser ab als die Konkurrenz: beim Freischaltungssystem und der „Einsicht in Kundendaten" – hier hatte Klarmobil auch im Vorjahr gewonnen – sowie bei der „Chancengleichheit beim Thema VVL-Fristen".

Yourfone bildete mit der Note 3,01 das Schlusslicht unter den Discountern. Der Anbieter siegte in einer Kategorie, und zwar bei der Chancengleichheit in Hinblick auf Preise und Tarife. ●

Gesamtergebnis



Überall auf Empfang

Die meisten Distributoren haben die Telekom im Programm, aber auch bei O2 und Vodafone haben die Händler eine große Auswahl an Vermarktungspartnern.

An den drei Netzbetreibern führt für die Distribution kein Weg vorbei. Von denjenigen Großhändlern, die im Mobilfunkgeschäft aktiv sind, gaben alle an, mit der Deutschen Telekom zusammenzuarbeiten. Kleine Einschränkungen gibt es bei Telefónica, hier erklärten ASVG, Itancia, ITAS, Motion TM und SCC, keinen direkten Vertrag mit den Münchnern zu haben. Bei Vodafone zeichnet sich ein ähnliches Bild ab, hier sind ASVG, ITAS und SCC nicht mit an Bord. 1&1 findet sich ebenfalls nicht bei allen Distributoren, unter anderem setzten Also, ElectronicPartner und Expert in dieser Zeile kein Kreuz.

Wer einen der Service-Provider vermarkten möchte, kann ebenfalls nicht aus dem Vollen schöpfen, dennoch gibt es nach wie vor sehr viele Großhändler, die ihren Resellern beim Verkauf von Mobilcom-Debitel oder Drillisch unter die Arme greifen. In erster Linie sind das Distributoren wie Brodos, Komsa, Herweck, Eno Telecom, Michael Telecom oder Mobilezone Handel.

Foto: This Lama / Shutterstock

Großhandelspartner im Bereich Mobilfunk (Auswahl)

	Aetka	Also Deutschland	ASVG	Brodos	EinsAmobile	ElectronicPartner	ENO Telecom	Epsilon	Expert	Farocom	
Internet-Adresse	aetka.de	also.com	asvg.de	brodos.de	einsamobile.de	electronicpartner.com	eno.de	epsilon-telecom.de	expert.de	faro.de	
Deutsche Telekom	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
Telefónica Deutschland	●[1]	●	○	●	●	●	●	●	●	●	
Vodafone	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	
1&1	●	○	○	●	●	○	●	○	○	●	
Drillisch / Yourfone	●	○	○	●	●	●	●	○	○	●	
Mobilcom-Debitel	●	○	○	○	●	●	○	●	●	○	
Ay Yildiz	○	○	○	●	●	○	○	○	○	○	
Blau	●	○	○	●	●	●	●	○	○	●	
Congstar	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
Klarmobil	●	○	○	○	○	●	○	○	○	○	
Lebara Mobile	●	○	○	●	●	●	●	○	●	○	
Ortel Mobile	●	○	○	●	●	●	●	○	○	○	
Otelo	●	○	○	●	●	●	●	○	●	●	
TürkeiSIM	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	
Yourfone	●	○	○	●	●	●	●	○	○	●	
Sonstige	○	○	○	○	PYUR	○	ENO-SIM	Fusion IoT	○	Aetka Smart	

● = ja; ○ = nein; [1] inkl. AetkaSmart für Aetka Partner; Quelle: Unternehmensangaben

Für viele Händler ist der Verkauf von Discount-Produkten längst ein wichtiger Geschäftszweig, denn immer mehr Kunden sehen Congstar, Otelo, Blau oder Klarmobil inzwischen als gute Alternative zu den deutlich teureren Tarifen der Netzbetreiber. Das liegt unter anderem daran, dass auch bei den sogenannten Billigheimern jetzt überall LTE verfügbar ist. Im Ethno-Business sind die Marken Ay Yildiz und Ortel von Telefónica sehr gut vertreten, ebenso wie Lebara, deren Kunden künftig ebenfalls im O2-Netz unterwegs sein werden. ●

	Herweck	Itancia	ITAS	Komsa	Michael Telecom	Mobile-zone Handel	Motion TM	Municall	Netcom	Phone +	SCC	TK-World	Toker Telecom
	shop.herweck.de	itancia.com/de	itas.ag	komsa.com	michael-telecom.de	mobilezone-handel.de	moon-fachhandel.de	municall.de	netcom-gmbh.de	phone-plus.de	scc-com.de	tk-world.de	toker-telecom.de
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	●	○	○	●[1]	●	●	○	●	●	●	○	●	●
	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●
	●	○	○	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●
	●	○	○	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●
	●	○	○	●	●	●	●	●	○	○	○	○	●
	●	○	○	○	○	●	●	○	○	●	○	○	●
	●	○	○	●	○	●	○	○	●	●	○	○	●
	●	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○
	●	○	○	●	●	●	●	○	○	○	○	○	●
	●	○	○	●	●	●	●	●	○	●	○	○	○
	●	○	○	●	○	●	○	●	○	●	○	○	○
	●	○	○	●	○	●	●	○	●	●	○	●	●
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	●	○	○	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●
	○	○	○	○	○	○	○	Truphone/ Wireless-Logic	○	PYUR	○	○	○

Viel Auswahl bei der Festnetzvermarktung

Sowohl im Privatkundensegment als auch bei B2B setzen die meisten Festnetzanbieter auf die Zusammenarbeit mit dem Großhandel.

Bei der Festnetzvermarktung ist es ähnlich wie im Mobilfunk: Einen Partner für die Deutsche Telekom findet man beinahe in jedem Distributor, der im Festnetzgeschäft aktiv ist. Lediglich Allnet und Api scheren hier aus. Bei den anderen beiden großen bundesweit agierenden Netzbetreibern Telefónica Deutschland und Vodafone gibt es weniger Distributionspartner, die Auswahl ist dennoch sehr groß.

Diese wird aber deutlich geringer, wenn man 1&1 vermarkten möchte oder gar Pyur von Tele Columbus. Letztgenannten Anbieter haben nur EinsAmobile, Eno Telecom, Municall und Phone+ im Sortiment. Bei den lokalen Netzbetreibern wie NetCologne oder M-net werden Händler dagegen (fast) gar nicht fündig und müssen den direkten Kontakt suchen. Keiner der von Telecom Handel befragten Großhändler nannte NetCologne als Partner, bei M-net war es zumindest die ebenfalls in München beheimatete Municall. Ecotel ist bei immerhin sieben Distributoren vertreten, HFO bei

Großhandelspartner im Bereich Breitband/Festnetz (Auswahl)

	Aetka	Allnet	Also Deutschland	Api	ASVG	Brodos	Eins-Amobile	Electronic Partner	ENO Telecom	Epsilon	
Internet-Adresse	aetka.de	allnet.de	also.com	api.de	asvg.de	brodos.de	einsamobile.de	electronicpartner.com	eno.de	epsilon-telecom.de	
1&1 Versatel	○	○	●	○	○	○	●	○	○	○	
Colt Telecom	○	○	○	○	○	○	○	○	○	●	
Congstar	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	
Deutsche Telekom	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	
Ecotel	●	○	●	●	○	○	○	●	○	○	
HFO Telecom	○	○	○	●	○	○	○	○	○	●	
M-net	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
Plusnet	●	●	●	●	○	○	○	○	○	●	
Tele Columbus	○	○	○	○	○	○	●	○	●	○	
Telefónica Deutschland	●	○	●	○	○	●	●	●	●	●	
United Internet (1&1)	●	○	○	○	○	●	●	○	●	○	
Vodafone	●	○	●	○	○	●	●	●	●	●	
Sonstige	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	

● = ja; ○ = nein; Quelle: Unternehmensangaben

vier und Colt Telecom bei einem einzigen: Epsilon Telecom. Einen Vertrag mit BT nannte dagegen keiner der Befragten.

Dabei bietet das Festnetzgeschäft noch einiges Potenzial für Anbieter und den Handel. Denn immer noch gibt es sehr viele Gebiete in Deutschland, die erst nach und nach mit schnellem Festnetz-Internet erschlossen werden. Das soll möglichst bald auch durch neue Kooperationen wie die GlasfaserPlus GmbH erreicht werden.

Um den Ausbau schneller Glasfaserverbindungen im ländlichen Raum und in Fördergebieten zu beschleunigen, haben die Deutsche Telekom und der Investor IFM Global Infrastructure Fund, der vorwiegend Geld aus Pensionsfonds verwaltet, das Joint Venture GlasfaserPlus GmbH gegründet. Über diese Ausbaugesellschaft sollen bis zum Jahr 2028 vier Millionen zusätzliche Gigabit-fähige FTTH (Fiber to the Home)-Anschlüsse an die Anbieter von Internet-Zugängen bereitgestellt werden. ●

	Expert	Faro-com	Herweck	Itancia	ITAS	Komsa	Michael Telecom	Mobilezone Handel	Motion TM	Municall	Netcom	Phone +	SCC	TK-World	Toker Telecom
	expert.de	faro.de	shop.herweck.de	itancia.com/de	itas.ag	komsa.com	michael-telecom.de	mobile zone-handel.de	moon-fach handel.de	municall.de	netcom-gmbh.de	phone-plus.de	stahl-gruber-com.de	tk-world.de	toker-telecom.de
	○	○	○	○	○	○	●	○	○	●	○	●	○	●	○
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	●	●	●	○	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	○
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	○	○	○	○	●	●	○	○	○	●	○	○	○	○	○
	○	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○
	○	○	●	○	○	●	●	○	○	●	○	○	○	○	○
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	●	○	●	○	○	○
	●	●	●	○	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●
	○	●	●	○	○	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●
	●	●	●	○	○	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●
	○	○	○	○	○	○	Easybell	○	○	Deutsche Glasfaser	○	○	○	○	○

Telecom Handel

Das Anbieterverzeichnis für die ITK-Branche

Sie sind auf der Suche nach neuen Kunden?

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

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

Kontakt Sales: **Klaus Ahlering** • Telefon: +49 731 88005-8125 • E-Mail: klaus.ahlering@telecom-handel.de

FOKUS

Distribution S. 110

Hersteller

- Mobiltelefone/Smartphones S. 111
- Tablets/Notebooks S. 111
- Wearables/Smart Watches S. 111
- Festnetz/DECT-Telefone S. 111
- TK-Anlagen/UCC/Cloud-PBX S. 112
- Smart Home S. 112
- Zubehör S. 112

Netzbetreiber/Provider

- Mobilfunk S. 113
- Breitband S. 113
- Regionale Carrier S. 113
- Discounter S. 113
- Ethno-Anbieter S. 113

Sonstiges

- Repair-Dienstleister S. 113
- Versicherungen S. 113

Anbieter-verzeichnis

Distribution

Acmeo
www.acmeo.eu

Action Europe
www.actioneu.de

ADN Distribution GmbH
www.adn.de

aetka AG
www.aetka.de
Niederfrohnaer Weg 1
09232 Hartmannsdorf
Tel.: +49 3722 713500
E-Mail: vertrieb@aetka.de

Allnet
www.allnet.de

ALSO Deutschland GmbH
THE TECHNOLOGY PROVIDER
www.also.de

API
www.api.de

ASVG
www.asvg.de

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

Axxess Digital Solutions
www.axxess-digital.de

Bluestring
www.teleservice-solutions.de

Brodos AG
www.brodos.com
Erlanger Straße 9–13
91083 Baiersdorf
Tel.: +49 9133 7777-0
E-Mail: kundenservice@brodos.de

Complus
www.complus.de

COS Computer
www.cos-computer.de

D-Parts Mobilphon & Zubehör
www.d-parts.de
www.fontastic.eu

DexxIT
www.dexxit.de

einsAmobile
www.einsamobile.de

ElectronicPartner (EP)
www.electronicpartner.com

HIER KÖNNTE IHR EINTRAG STEHEN!
Infos unter
anbieter.telecom-handel.de

ENO telecom GmbH
www.eno.de
Bentheimer Straße 118b
48529 Nordhorn
Tel.: +49 5921 877-440
Fax: -477
E-Mail: vertrieb@eno.de
Mobile Devices, Netzvermarktung, Festnetz & Netzwerk, Computer & Peripherie, Home Entertainment, Smart Home, Weiße Ware, Automotive, Gaming, Wearables, Accessories

Epsilon Telecom
www.epsilon-telecom.de

etronixx Sales
www.etronixx-sales.de

Euronics
www.euronics.de

Exclusive Networks
www.exclusive-networks.de

Expert
www.expert.de

faro-com
competence in communication
www.faro.de
faro-com GmbH & Co. KG
Gewerbeparkstraße 21
DE - 03099 Kolkwitz
Telefon: +49 (0)355 49491-300
Telefax: +49 (0)355 49491-310
E-Mail: info@faro-com.de
• hohe Warenverfügbarkeit
• großzügige Sortimentstiefe
• extrem funktionaler Webshop mit Beratungsfunktion uvm.
• Produkte mit 3 Klicks auffindbar
• attraktive Preise
• individuelles Fachhandelskonzept
• persönliche Betreuung im Innen- und Außendienst
• Fachhandels-Hotline
• attraktive Bonusprogramme
• Print- und Digitalmedien durch eigene Marketingabteilung
• eigenes Fachhandelstool MAKS mit Freischaltportal, POS Ansicht, Kalkulationstool uvm.
• Incentives / Händlerstammtische

Fröhlich + Walter
www.f-u-w.de

Hama
www.hama.de

Herweck AG
herweck.de
Geistkircher Straße 18
66386 St. Ingbert-Rohrbach
Tel.: +49 6894 3883-0
vertrieb@herweck.de
Die leistungsfähige und zuverlässige ITK-Distribution
• Netzvermarktung - alle Netze!
• Unified Communication
• IT & Netzwerktechnik
• Smartphone und Tablets
• Wearables und IOT
• wertvolle Dienstleistungen für den Fachhandel
das alles und mehr bei hoher Warenverfügbarkeit und schneller Lieferung.

h-o-t-phone GmbH
www.h-o-t-phone.de

Ingram Micro
www.ingrammicro.de

Inocent Kessler
www.inocent.de

Itancia
www.itancia.com

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

IVS
www.ivsgmbh.de

KOMSA Kommunikation Sachsen AG
www.komsa.com
Niederfrohnaer Weg 1
09232 Hartmannsdorf
Tel.: +49 3722 713-8500
E-Mail: info@komsa.com

Zoozzy
www.kotel.de

Krebber Communications
www.krebber.com

MFC Communication
www.mfc24.de

MICHAELTELECOM AG
Vertriebsteam
www.michael-telecom.de
Bruchheide 34, 49163 Bohmte
Tel.: +49 5471 806-0
Fax: 05471 806-222
E-Mail: info@michael-telecom.de
Ihr richtiger Partner für IT & TK Produkte, Netzvermarktung, Systemprojektierung, Schulungs-distributor Nr.1 seit 1997 & weiteren ITK Spezialdienstleistungen – Hohe Qualität der ITK Beratung seit 1984.

Mobilezone Handel GmbH
www.mobilezone-handel.de

MOTION TM Vertriebs GmbH
www.moon-fachhandel.de

MPS Mobile
https://mpsmobile.de/de

Municall
www.municall.de

netcom GmbH
www.netcom-gmbh.de
Im Kettelfeld 16
53619 Rheinbreitbach
Tel.: +49 2224 98980-0
Fax: -25
E-Mail: info@netcom-gmbh.de
nationaler Distributor für
Telefónica O_2, Telekom, Vodafone, 1&1, Yourfone und Energievermarktung

One Pass
www.one-pass.de

Onni-Tec
www.onni-tec.de

PDA-Solutioncenter
www.pda-solutioncenter.com

pei tel Communications GmbH
www.peitel.com
Rheinstraße 15 A
14513 Teltow
Tel.: +49 3328 9363-160
E-Mail: pmr@peitel.com
Wir sichern Kommunikation
• Professionelle Funktechnik
• Objekt- und Gebäudefunk
• Audioprodukte und Funkzubehör
• Breitbandtechnik
• Über 7.000 Artikel namhafter Hersteller
• Entwicklung & Produktion individueller Lösungen

Phone +
www.phone-plus.de

ProdyTel
www.prodytel.de

Quinta
www.quinta.biz

Rosskamp & Burhop
www.r-b.de

ScanSource
www.scansourcecommunications.eu

S & G Communication
www.sug-online.de

Siewert & Kau
www.siewert-kau.de

simwert
SIMWERT GmbH
www.simwert.de
Osloer Str. 100
13359 Berlin
030 4847/9544
backoffice@simwert.de
Distribution für Mobilfunk & Festnetz
Prepaid Produkte, Vertragstarife und Hardware für den stationären Handel: Vodafone, Ay Yildiz, Mobilcom-Debitel, Yourfone

Sonepar
www.sonepar.de

Soular Distribution
www.soular.de

SCC GmbH
www.scc-com.de
Kohlhäuser Straße 55
36043 Fulda
Tel.: +49 0661 480066-13
Fax: +49 0661 480066-881
vertrieb@scc-com.de
Unsere Leistungen:
- TK-Distributor
- Exklusive Telekom Netze-Vermarktung
- Vermarktung von Privat- und GK Produkten
- Individuelles Fachhandels- & Marketingkonzept
- Breite Sortimentstiefe über einen funktionalen Webshop (u.a. Navigation, Zubehör)

SuperNova
www.supernova-koeln.de

Talk-Point
www.talk-point.de

Talksky
www.talksky.de

Tech Data
www.techdata.de

Tekpoint
www.tekpoint.com/de

TelePart Distribution
www.telepart.com

Teqphone
www.teqphone.de

TFK Handels GmbH
tfk-austria.at

TK-World AG
www.tk-world.de

Toker Telecom
www.toker24.de

Wegatrade
www.wegatrade.de

Westcon
www.westcon.com

Wortmann Telecom
www.wortmanntelecom.de

X7 TELECOM
www.x724.de

Yukatel GmbH
www.yukatel.de
Merianstraße 23
63069 Offenbach
Tel.: +49 69 83 83 25 0
E-Mail: vertrieb@yukatel.de
- Großhandel für Mobiltelefone, Tablets & Smartwatches
- hohe Warenverfügbarkeit, permanent über 150.000 Geräte auf Lager
- Lieferung am nächsten Werktag
- Online-Händlerportal
- fair, sicher & verlässlich (Bonitätsindex 1,0)
- über 8.000 zufriedene Kunden
- lukratives Prämienprogramm (Yuka-Points).

Hersteller

Mobiltelefone/ Smartphones

Alcatel
www.alcatel-mobile.com/de

Apple
www.apple.de

Archos
www.archos.com

Asus
www.asus.de

Beafon
www.beafon.com

Carbon Mobile
www.carbonmobile.com

Cat Phones
www.catphones.com

Cubot
www.cubot.net

Cyrus
www.cyrus-technology.de

Doro
www.doro.com

emporia Deutschland GmbH
Walther-von-Cronberg-Platz 13
60594 Frankfurt am Main
Tel.: 0800 4004711
E-Mail: celik@emporia.de

Gigaset
www.gigaset.com/de

Google
www.google.de

Honor
www.hihonor.com/de

Huawei
www.huaweidevices.de

Motorola
www.motorola.de

Nokia
www.nokia.com

Nubia
www.nubia.com/de

Oneplus
www.oneplus.com/de

Oppo
www.oppo.com

Realme
www.realme.com

RugGear
www.ruggear-europe.com

Samsung
www.samsung.de

Sony
www.sony.de

TCL
www.tcl.com/de

Vivo
www.vivo.com

Wiko
http://de.wikomobile.com

Xiaomi
www.mi.com/de

Zanco
http://zanco-phones.com/

ZTE
www.zte-deutschland.de

Tablets/Notebooks

Acer
www.acer.de

Alcatel
www.alcatel-mobile.com

Apple
www.apple.de

Archos
www.archos.com/de

Asus
www.asus.de

Dell
www.dell.de

Dynabook
www.de-dynabook.com

Emporia
www.emporia.at

Fujitsu
www.fujitsu.de

Honor
www.hihonor.com/de

HP
www.hp.de

Huawei
www.huaweidevices.de

Lenovo
www.lenovo.de

Medion
www.medion.de

Microsoft
www.microsoft.de

Nokia
www.nokia.com

Samsung
www.samsung.de

Panasonic
www.panasonic.de

Xiaomi
www.mi.com/de

Wearables/ Smart Watches

Alcatel
www.alcatelmobile.com/de

Amazfit
www.amazfit.com

Apple
www.apple.de

Asus
www.asus.de

Fitbit
www.fitbit.de

Fossil
www.fossil.de

Garmin
www.garmin.de

Honor
www.hihonor.com

Huawei
www.huaweidevices.de

Oppo
www.oppo.com

Samsung
www.samsung.de

Withings
www.withings.com

Xiaomi
www.mi.com/de

Xplora
www.myxplora.de

Festnetz-/ DECT-Telefone

Audioline (Amplicomms)
www.audioline.de
www.amplicomms.com

Auerswald
www.auerswald.de

AVM
www.avm.de

Doro
www.doro.com

Duophon
www.duophon.de

emporia Deutschland GmbH
Walther-von-Cronberg-Platz 13
60594 Frankfurt am Main
Tel.: 0800 4004711
E-Mail: celik@emporia.de

Gigaset Communications GmbH
www.gigaset.com

IVS
www.ivsgmbh.de

Mitel
www.mitel.de

Philips
www.philips.de

snom
First in VoIP
Snom Technology GmbH
www.snom.com
Wittestraße 30 G
13509 Berlin
Tel: +49 30 39833-0

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

Tiptel
www.tiptel.com

TK-Anlagen/UCC/ Cloud-PBX

AGFEO GmbH & Co. KG
www.agfeo.de
Gaswerkstraße 8
33647 Bielefeld
Tel.: +49 521 447090
Fax: +49 521 4470950
E-Mail: info@agfeo.de
Gründung: 1947
Mitarbeiter: 140

Alcatel-Lucent Enterprise
www.al-enterprise.com/de-de

Auerswald
www.auerswald.de

Avaya
www.avaya.de

AVM
www.avm.de

Bintec Elmec
www.bintec-elmeg.com

BluJeans
www.bluejeans.com/de

Blue PBX
www.bluepbx.com

Cisco
www.cisco.de

Deutsche Telefon Standard
www.deutsche-telefon.de

Deutsche Telekom
www.telekom.de

Easybell
www.easybell.de

Ecotel
www.ecotel.de

Enreach
www.enreach.de

EPOS Germany GmbH
www.eposaudio.com
Technologie Centrum Bissendorf
Gewerbepark 18
49143 Bissendorf
Tel.: +49 30 30 808 045
+49 32 211 077 441
E-Mail: contact@eposaudio.com
- Headset- und Online-Konferenzlösungen für die professionelle Geschäftskommunikation
- Erweiterung moderner UCC- und Telefonie-Lösungen mit erstklassiger Audioqualität

Equada
www.equada.de

Innovaphone
www.innovaphone.de

GN Audio Germany GmbH
www.jabra.com.de

Konftel
www.konftel.com

Lifesize
www.lifesize.com/de

Logitech
www.logitech.de

LogMeIn
www.logmein.com

Mitel
www.mitel.de

Nfon
www.nfon.de

Pascom
www.pascom.de

PBX-network
www.pbx-network.de

Placetel
c/o Cisco Systems GmbH
www.placetel.de
Lothringer Straße 56
50677 Köln
Tel.: +49 221 99998560
E-Mail: info@placetel.de

Plusnet
www.plusnet.de

Poly
www.poly.de

RingCentral Germany GmbH
www.ringcentral.com/de/de

Sipbase
www.sipbase.de

Sipgate
www.sipgate.de

snom
First in VoIP
Snom Technology GmbH
www.snom.com
Wittestraße 30 G
13509 Berlin
Tel: +49 30 39833-0

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

STARFACE GmbH
www.starface.com
Stephanienstraße 102
76133 Karlsruhe
Tel.: +49 721 15104230
Fax: +49 721 15104199
E-Mail: info@starface.com

TeamFON GmbH
www.teamfon.com
Stahlgruberring 11
81829 München
Tel.: +49 89 42700560
E-Mail: info@teamfon.com
- Virtuelle Telefonanlage
- Indiduelle Whitelabel-Lösungen
- Softphone und Apps

Telefónica
www.telefónica.de

Tiptel
www.tiptel.com

Toplink
www.toplink.de

Unify
www.unify.com

Vodafone
www.vodafone.de

Vodia
www.vodia.com/de

Voiceworks
www.voiceworks.com/de

Zoom
www.zoom.us

Xelion
www.xelion.com/de

Smart Home

Acer
www.acer.de

Apple
www.apple.de

Asus
www.asus.de

AVM
www.avm.de

Belkin
www.belkin.de

Bose
www.bose.de

Bowers&Wilkins
www.bowers-wilkins.com

Buffalo
www.buffalo-technology.com/de

Devolo
www.devolo.de

D-Link
www.d-link.de

Gigaset Communications GmbH
www.gigaset.com

Grundig
www.grundig.de

Hama
www.hama.de

Harman
www.harman.com

Honeywell
www.honeywell.com

Innogy
www.eon.de/de/innogy.html

Lenovo
www.lenovo.de

LG Electronics
www.lg.de

Linksys
www.linksys.com

Logitech
www.logitech.de

Medion
www.medion.de

Microsoft
www.microsoft.de

Netgear
www.netgear.de

Samsung Electronics
www.samsung.de

Sonos
www.sonos.de

Sony
www.sony.de

Tado
www.tado.com/de

Technisat
www.technisat.de

TP-Link
www.tp-link.com/de

Trendnet
www.trendnet.com

Zyxel
www.zyxel.de

Zubehör

4Smarts
www.4smarts.com

Arcotec Mobilfunktechnik
www.arcotec.de

Arktis.de
www.arktis.de

Artwizz
www.artwizz.com

Assmann Electronic
www.digitus.info

Audioline (Amplicomms)
www.audioline.de

Belkin
www.belkin.com

Bose
www.bose.de

Bowers&Wilkins
www.bowers-wilkins.de

CarComm Mobile Solutions
www.carcomm.de

Cardo Systems
www.cardosystems.de

Cellularline
www.cellularline.com

Corkcase
www.corkcase.com

Crocfol
www.crocfol.de

Dicota
www.dicota.com/de

D-Parts Mobilphon & Zubehör
www.d-parts.de

Elgato
www.elgato.com

EPOS Germany GmbH
www.eposaudio.com
Technologie Centrum Bissendorf
Gewerbepark 18
49143 Bissendorf
Tel.: +49 30 30 808 045
+49 32 211 077 441
E-Mail: contact@eposaudio.com
- Headset- und Online-Konferenzlösungen für die professionelle Geschäftskommunikation
- Erweiterung moderner UCC- und Telefonie-Lösungen mit erstklassiger Audioqualität

Germanmade.
www.germanmadepunkt.de
GN Audio Germany GmbH
www.jabra.com.de
Golla
www.golla.com
Griffin
www.griffintechnology.com
Gripis
www.gripis.com
Hama
www.hama.de
Harman
www.harman.com
Innergie
www.myinnergie.com
IVS
www.ivsgmbh.de
JBL
de.jbl.com
Kingston
www.kingston.com/de
Krusell
www.krusell.se
Lancom Systems
www.lancom.de
LG Electronics
www.lg.de
Lintech
www.lintech.de
Native Union
www.nativeunion.com
Olympia
www.olympia-vertrieb.de
ONLINE USV-Systeme AG
www.online-usv.de
Otterbox
www.otterbox.com
Panzerglass
www.panzerglass.com
Parrot
www.parrot.com
Pearl
www.pearl.de
Peter Jäckel Kommunikationssysteme
www.peterjaeckel.com
Poly
www.poly.com
Samsung Electronics
www.samsung.de
Sandberg
www.sandberg.it
SBS Mobile Deutschland
www.sbsmobile.com/de-de
Skullcandy
www.skullcandy.com
Sol Republic
www.solrepublic.com
Sony
www.sony.de
Soundfreaq
www.soundfreaq.de
Strax
www.strax.com
TAD-Audiovertrieb
www.tad-audiovertrieb.de
Technaxx
www.technaxx.de
Trekstor
www.trekstor.de
Vivanco
www.vivanco.de
Xiaomi
www.mi.com/de
Xtorm
www.xtorm.eu/de
ZAGG
www.zagg.com

Netzbetreiber/ Provider

Mobilfunk

1&1 Drillisch
www.1und1-drillisch.de
Deutsche Telekom
www.telekom.de
Mobilcom-Debitel
www.mobilcom-debitel.de
Telefónica Deutschland
www.o2online.de
Vodafone
www.vodafone.de

Breitband

1&1
www.1und1.de
1&1 Versatel
www.versatel.de
Deutsche Glasfaser
www.deutsche-glasfaser.de
Deutsche Telekom
www.telekom.de
Easybell
www.easybell.de
ecotel communication ag
www.ecotel.de
Filiago
www.filiago.de
HFO Telecom GmbH
www.hfo-telecom.de
Plusnet
www.plusnet.de
SkyDSL Deutschland
www.sky-dsl.de
Telefónica Deutschland
www.telefonica.de
Vodafone
www.vodafone.de

Regionale Carrier

EWETel
www.ewe.de
MNET
www.m-net.de
NetCologne
www.netcologne.de
Telecolumbus
www.telecolumbus.com

Discounter

Blau
www.blau.de
Congstar
www.congstar.de
Easytel (ElectronicPartner)
www.easytel.de
Fonic
www.fonic.de
Klarmobil
www.klarmobil.de
Otelo
www.otelo.de
Simply Communication
www.simplytel.de
Yourfone
www.yourfone.de

Ethno-Anbieter

Ay Yildiz
www.ayyildiz.de
Lebara Germany Ltd
lebara.com/de/de/partner/partner-werden
Lyca Mobile
www.lycamobile.de
Ortel Mobile
www.ortelmobile.de
TürkeiSIM
www.turkei-sim.de

Sonstiges

Repair-Dienstleister

Dat Repair
www.service.datrepair.de
ECC-ESC
www.ecc-esc.de
Phone Service
www.phone-service.de
repamo.com
www.repamo.com
Reparatur Macher
www.reparaturmacher.de
w-support.com
www.w-support.com

Versicherungen

Assona
www.assona.com
Easy Insurance
www.easy.eu
Ergo
www.ergo.de
Helvetia
www.helvetia.com
Wertgarantie
www.wertgarantie.de

Eine Mars-Mission simulierte das Österreichische Weltraum Forum mit Netzwerktechnik von Lancom in der Negev-Wüste

Zoom

Endlich konnte Huawei seinen stylishen Flagship-Store auf dem Kurfürstendamm in Berlin nun für alle Endkunden öffnen

Auf dem Mobile World Congress in Shanghai herrschte mit 20.000 Besuchern wieder echte Messestimmung – auch mit Masken

Das Snack-Mobil von Rewe ist ein autonom fahrender Kiosk, der mit Hilfe von LTE und 5G von Vodafone seine Position bestimmt

„Astro" – auf diesen Namen hört der erste Haushaltsroboter von Amazon, den der E-Commerce-Riese nun vorgestellt hat

Impressum

Ebner Media Group GmbH & Co. KG
Büro München
Bayerstraße 16a, 80335 München

Sitz von Redaktion, Anzeigen, Vertrieb:
Bayerstraße 16a, 80335 München
Telefon: +49 731 88005-8000
Fax: +49 731 88005-5203
www.telecom-handel.de

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

Geschäftsführer
Marco Parrillo

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

Stellv. Chefredakteur:
Boris Boden, bb
boden@telecom-handel.de

Redaktion:
Christopher Bertele, cb
bertele@telecom-handel.de

Waltraud Ritzer, wr
ritzer@telecom-handel.de

Stephan von Voithenberg, sv
voithenberg@telecom-handel.de

Mitarbeiter dieser Ausgabe:
Sabine Block, Katrin Horvat

Art Directorin: Maria-Luise Steinkühler

Gestaltung: Dagmar Breitenbauch, Simone Köhnke, Petra Reichenspurner, Hedi Hefele, Christian Schumacher

Mediaberatung, Content-Marketing-Lösungen und Stellenmarkt:
Klaus Ahlering
Telefon: +49 731 88005-8125
klaus.ahlering@telecom-handel.de

Disposition:
Marita Brotz
dispo@ebnermedia.de

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 24 vom 1.1.2020

Leitung Herstellung / Vertrieb / Kundenservice:
Thomas Heydn

Abo-Vertrieb / Händlerbetreuung:
Gabi Wullrich
wullrich@telecom-handel.de

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

Bank: Deutsche Bank AG
IBAN: DE08 7007 0010 0826 4160 00
BIC: DEUTDEMM

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

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