

M

2

02

DAS
JAHRBUCH

Telecom Handel

Wir schreiben ein neues Kapitel



Mit welchen Hoffnungen und Erwartungen sind Sie dem Jahr 2023 begegnet? Die Vorzeichen waren ungünstig: Hohe Energiepreise und gestiegene Lohnkosten, gepaart mit einem Mangel an Fachpersonal, ließen nichts Gutes erwarten. Hinzu kam ein Rückgang der Verkäufe im Mobilfunk – auch bedingt durch die längere Nutzung der Geräte durch die Kunden.



Also ein gebrauchtes Jahr? Ich kenne nicht wenige Händler, die auch 2023 gute Umsätze und Wachstum erzielen konnten – etwa durch mehr Engagement in der Glasfaservermarktung oder der Optimierung der Kundenansprache und -bindung. Und einige Reseller durften wir auf der Communicate! auch wieder für ihre Ideen mit einem „Best Practice Award“ auszeichnen. Diese Preisträger und einen Überblick über die wichtigsten Ereignisse des Jahres finden Sie in diesem Jahrbuch.

Am 12. Februar werden Sie dann die erste Ausgabe der Telecom Handel im neuen Format in der Hand halten. Die Redaktion beleuchtet in jeder Ausgabe ein Thema umfassend als Schwerpunkt – los geht es mit Smartphones und Zubehör. Ihnen wünsche ich einen positiven Start ins neue Jahr 2024!



Roland Bernhard

Roland Bernhard
Chefredakteur

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

Rückblick 2023

Die Kunden wollen nicht mehr	S. 6
Händler-Interview	S. 8
Distribution	S. 10
Netzbetreiber und Provider	S. 12
Telefone des Jahres	S. 14
Smartphone-Markt	S. 16
Künstliche Intelligenz	S. 18
Die Zahlen des Jahres	S. 20
Die Bilder der TH-Gala 2023	S. 22
Das war die Communicate!	S. 24

Best Practice Awards

Shopgestaltung	S. 26
Local Hero	S. 28
Web-Präsenz	S. 30
Service	S. 31
Marketing	S. 32
Innovation	S. 33
Personalführung	S. 33

Rückblick



Die Kunden wollen nicht mehr

Immer wieder Stress

Rund sieben Prozent weniger Umsatz mit Smartphones, neun Prozent Minus bei Festnetztelefonen: Der Branchenindex Hemix zeigt für die ersten neun Monate des Jahres einen deutlichen Abwärtstrend auf, der die TK-Branche von den Herstellern über die Distribution bis zum einzelnen Händler betrifft.

Der Einbruch ist nicht der erste Schock: Nachdem die Folgen der Corona-Pandemie überstanden schienen, ging es 2022 mit dem russischen Angriff auf die Ukraine weiter, der zunächst die Energiepreise in die Höhe schnellen ließ. In der Folge wurde praktisch alles teurer mit einer Inflationsrate, die im Herbst 2022 mit knapp neun Prozent ihren unrühmlichen Höhepunkt hatte und auch dieses Jahr bis zum Herbst über sechs Prozent lag.

Im Moment sind solche schlechten Zahlen glücklicherweise wieder weiter

entfernt, denn im November lag die Inflationsrate nur noch bei 3,2 Prozent. Entsprechend entwickelten sich die Reallöhne seit dem zweiten Quartal auch wieder ganz leicht nach oben

Vorsichtige Käufer

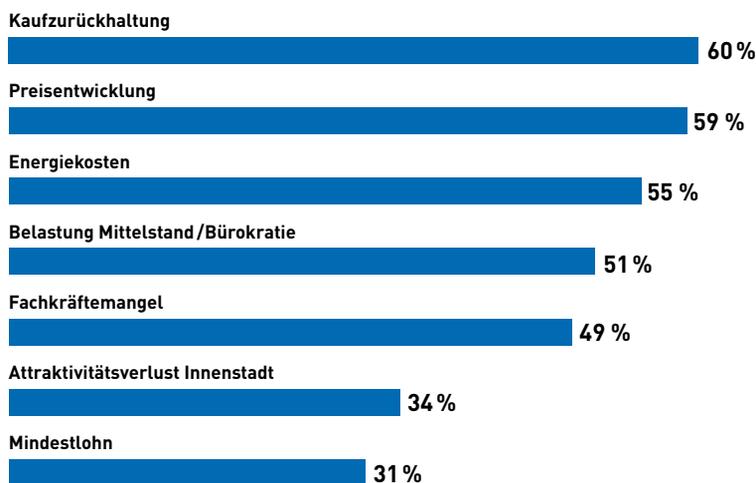
Diese positiveren Signale sind allerdings noch nicht bei den Verbrauchern angekommen, denn die Kauflaune bleibt mau, die Sparquote ist zu hoch. Das GfK-Konsumklima erreichte im Herbst den niedrigsten Stand seit der großen Finanzkrise vor 15 Jahren. Das liegt auch daran, dass sich zwar das Tempo der Teuerung verlangsamt, aber die vergangenen Preiserhöhungen natürlich nachhaltig das verfügbare Budget belasten.

Zudem sind die Erwartungen, was die Zukunft betrifft, oft pessimistisch. Diskussionen über wieder steigende Energiepreise und Abgaben, große Unternehmenspleiten und aktuell um einen Staat, der kein Geld mehr haben könnte, jenen zu helfen, die in Not geraten sind, lassen für viele die Lage schlimmer erscheinen, als sie konkret bei ihnen ist, und verunsichern sie immer weiter.

Da bei den für die Teuerung besonders verantwortlichen Lebensmitteln weniger gespart werden kann, stellen Endkunden vor allem Anschaffungen zurück, die als unnötig betrachtet werden. Ein neues Smartphone etwa wird nicht mehr aus Lust gekauft oder unter den Weihnachtsbaum gelegt, sondern nur noch, wenn es nicht mehr anders geht.

Es ist ein schwacher Trost für den Einzelhandel, dass die Verbraucher immer mehr Geld für die TK-Geräte ausgeben: Der durchschnittliche Verkaufspreis für ein Smartphone liegt inzwischen bei 679 Euro, auch bei Wearables ist die Aus-

Top-Themen des Einzelhandels in Deutschland im Jahr 2023



Quelle: HDE



1

gabereitschaft immer höher. Da aber auch die Einkaufspreise gestiegen sind, bleiben die Margen der Händler zwar auf den ersten Blick gleich, werden aber durch höhere Kosten für andere Posten wie Energie oder Personal real gedrückt.

Arbeitskräfte weiter gefragt

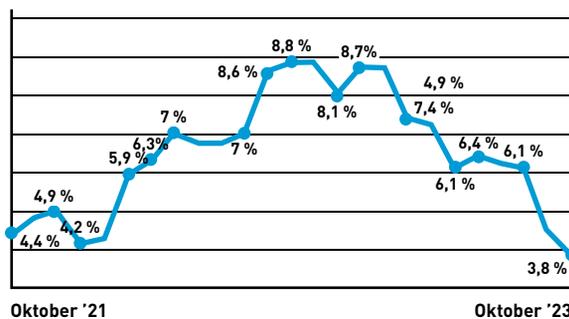
Dass viele Menschen immer noch Geld ausgeben können, liegt auch daran, dass

sich die bei früheren Wirtschaftskrisen unvermeidbare Massenarbeitslosigkeit noch nicht gezeigt hat. Die Quote liegt weiter unter sechs Prozent in einem Arbeitsmarkt, in dem noch immer ein Fachkräftemangel besteht. Für viele Unternehmer ist dieses Problem sogar dramatischer als die allgemeine Lage, da sie an der Expansion ihrer Geschäfte gehindert werden. •

Bild 1 Die wirtschaftliche Lage trifft den Handel massiv

Inflationsrate in Deutschland Oktober 2021 bis Oktober 2023

Steigerung des Verbraucherpreisindex gegenüber dem vergleichbaren Vorjahresmonat



Oktober '21 Oktober '23

Auch wenn die Inflation seit Oktober deutlich schwächer wird, belasten die gestiegenen Preise die Kunden

Quelle: Statistisches Bundesamt; Basisjahr 2020 = 100

Indexwert des Konsumbarometers

Index des Handelsverbandes Deutschland HDE von November 2021 bis November 2023



November '21 November '23

Das Konsumniveau hat noch nicht wieder den Wert aus der Zeit vor der Pandemie erreicht

Quellen: YouGov; Handelsblatt (Research Institute)

„Die Wertschätzung zählt“

Interview mit Patrick Weißgerber

Nach Corona klagen viele Händler über mangelnde Frequenz im Shop, Sie nicht?

Patrick Weißgerber: Nein, im Gegenteil. Bei uns sind Kunden aller Altersklassen – von 18 bis 90. Natürlich hatten wir in und nach Corona eine Flaute, aber die ist überwunden. Wir haben uns während und nach der Corona-Zeit den Gegebenheiten angepasst und hier zum Beispiel durch Terminvergabe und durch Buchung über unsere Website mehr Wert für den Kunden geschaffen.

Wie schaffen Sie es, vor allem die jungen Kunden in Ihren Laden zu bekommen?

Weißgerber: Manche von ihnen kenne ich noch aus der Zeit, als sie im Kinderwagen oder mit ihren Eltern zusammen da waren. Der Schlüssel ist, glaube ich, dass ich sehr präsent hier in der Gegend bin und zusammen mit meinem Shop-Leiter den Kunden ein tolles Verkaufserlebnis bieten kann. Das fängt bei der Begrüßung an und endet meist im Handschlag oder Lächeln nach dem Vertragsabschluss. Unser Unternehmensziel ist, die Kunden bestmöglich zu beraten, ihre Anliegen zu befriedigen. Dazu zählt die beiderseitige Wertschätzung wie auch der Respekt untereinander. Auch gehört das Unterstützen und Fördern lokaler Vereine dazu. Ich versuche in meinem Rahmen sehr aktiv zu sein. Man kennt mich. Darüber hinaus sind wir natürlich in Social Media aktiv, pflegen unsere Homepage.

Angesichts der geopolitischen Lage sind viele Kunden aber auch sparsamer geworden. Wie reagieren Sie darauf?

Weißgerber: Nach dem Prinzip ‚Ich gönne mir was‘ (schmunzelt). Ich glaube, viele Verkäufer haben im Kopf, dass der Kunde kein Geld ausgeben möchte. Das stimmt aber nicht immer, viele Kunden

möchten sich auch mal was gönnen – sei es das hochwertigere Handy oder der bessere Internet-Anschluss. Das sollten Verkäufer berücksichtigen, und davon sollten sie ausgehen. Denn nur dann können sie auch höherwertige Ware verkaufen. Wenn man immer nur glaubt, dass der Kunde ohnehin sparen könnte, vergibt man am Ende viele Chancen. Aber es ist genauso wichtig, die Bedürfnisse des Kunden, was Einsparungen betrifft, zu verstehen und umzusetzen und ihm dabei zu helfen.

Dennoch sind in vielen Haushalten die Kassen leer ...

Weißgerber: Wir hier in Altenburg haben rund 30.000 Einwohner plus knapp 90.000 Einwohner im Altenburger Land in meinem Einzugsgebiet. Insgesamt haben wir eine höhere Arbeitslosenquote als in anderen Regionen, das stimmt sicherlich. Aber unsere Kunden wissen Beratung und Service immer noch sehr zu schätzen – und kommen deshalb zu uns.

Klappt das nur in ländlicheren Regionen oder auch in größeren Städten?

Weißgerber: Ich glaube, gegenseitige Wertschätzung zählt überall – ob im Land oder in der Stadt.

Eine abschließende Frage: Haben Sie Sorge, wenn Sie an das nächste Jahr denken?

Weißgerber: Nein, wir haben viele Krisen überwunden, denken Sie nur an Corona und die Lockdowns. Ich achte seither sicherlich stärker darauf, dass ich einen finanziellen Puffer habe – das ist wichtig. Rund 70 Prozent meiner Umsätze mache ich zudem mit Bestandskunden, das gibt mir Sicherheit. Natürlich würde ich mir wünschen, dass die Netzbetreiber dies stärker honorieren würden, aber die sind nun einmal börsennotiert und Neukunden sind besser für den Kurs. ●



Ich glaube, viele Verkäufer haben im Kopf, dass der Kunde kein Geld ausgeben möchte. Das stimmt nicht immer.

Patrick Weißgerber,
Gründer und Geschäftsführer
von „Das Telefonhaus
Altenburg“

Wir stehen Kopf & strecken uns –
für Euch!

Telecom
Handel

Premium
Distributor
2024

EURE CREW FÜR ALLE FÄLLE

Danke!

Mandy Müller
aetka Crew

Daniela Scholz
Logistik

Gina Agliarulo
Produktvertrieb

Nancy Frenzel
Produktmanagement

David Hartmann
Technischer Support

Philipp Grünert
Marketing

Mathias Larisch
Reparatur

Antje Ufer
Akademie

Wechselspiele

Bild 1 Bei der ersten physischen Koop-Messe lockten die Kooperationen Expert und Euronics insgesamt rund 3.500 ihrer Partner nach Berlin

Bild 2 An der Angel: Mobilezone hat sich im Mai die Netzvermarktung von Eno Telecom geschnappt

Mobilezone übernimmt

In einem eher ruhigen Jahr in der Distributionslandschaft gab es im Mai einen Höhepunkt: Eno Telecom trennte sich vom Bereich Netzvermarktung und gab dieses Geschäftsfeld an Mobilezone ab. Damit verbunden war auch der Wechsel von mehr als 400 Vertriebspartnern und elf Mitarbeitern zum Wettbewerber. Vor allem in der Telekom-Vermarktung war Eno besonders stark, hinzu kamen noch Verträge für Vodafone. Gernot Teufel, Geschäftsführer von Eno Telecom, wollte mit dem Schritt die Weichen für die Zukunft des Unternehmens stellen und sich auf das Kerngeschäft konzentrieren: den Verkauf von Hardware und die entsprechenden Dienstleistungen.

Doch auch im Management ändert sich einiges bei Mobilezone: So übernehmen Roger Wassmer – seit 2020 CEO von Mobilezone Schweiz – sowie Wilke Stroman – seit 2020 CEO von Mobilezone Deutschland – zum 30. Juni 2024 die Aufgaben von Gruppen-CEO Markus Bernhard, der auf eigenen Wunsch zurücktritt. Und bei Mobilezone Deutschland wurde Feyzi Demirel neuer Geschäftsführer, Sascha Hancke schied in dieser Funktion aus.



3

Bild 3 Wilke Stroman wird im Sommer 2024 Co-CEO der Mobilezone-Gruppe

Gemeinsame Messe

Endlich hatte es geklappt: Nachdem Corona die Premiere der Koop als Präsenzveranstaltung mehrmals verhindert hatte, wurde die gemeinsame Kooperationsmesse von Euronics und Expert im Februar in Berlin Realität. Das Konzept war einzigartig: An jeweils zwei Tagen halten die Kooperationen nacheinander ihre Mitgliederversammlungen ab, dazu gibt es über die gesamte Zeit eine Halle mit einem gemeinsamen Bereich für Aussteller aus der Industrie.

Wechsel bei Gamma

Im September drehte sich dann noch das Personalkarussell bei Gamma: Der Gründer und Gesellschafter der ehemaligen HFO, Achim Hager, schied aus dem Unternehmen aus und ging in den Ruhestand – drei Jahre nach der Übernahme durch Gamma. Neuer CEO für den DACH-Bereich wurde Gerben Wijbenga, der schon die Benelux-Region bei Gamma leitete. ●



1



2

o2.de/surfing



CAN DO

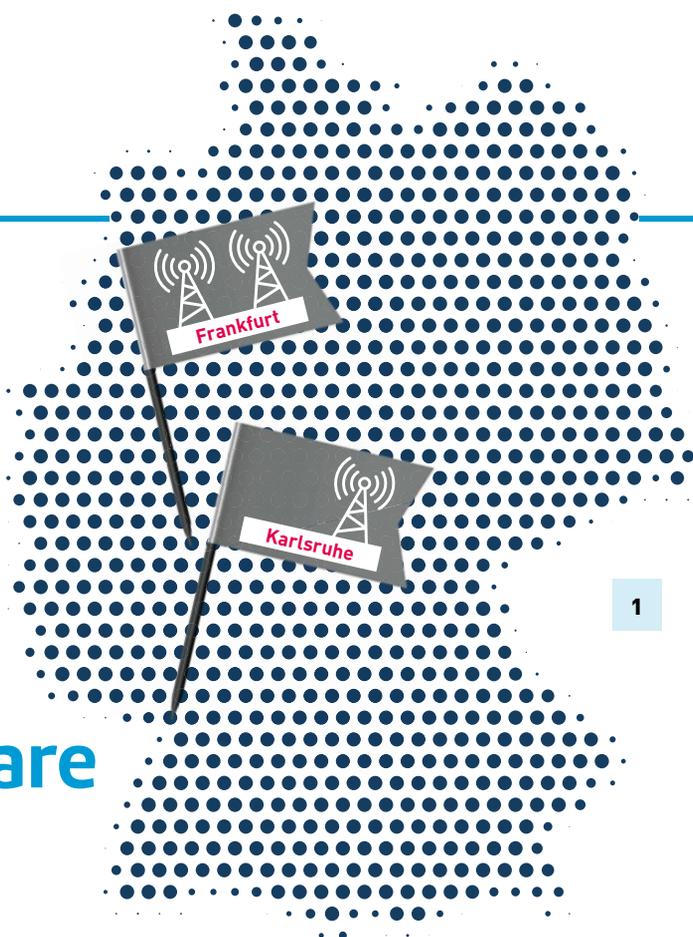
**KANN JEDE WELLE NEHMEN.
AUCH DIE UNMÖGLICHEN.**

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

O₂ can do

Eine **Telefónica** Marke

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



Der unsichtbare Vierte

Startprobleme bei 1&1

Deutschland bekommt ein viertes Mobilfunknetz: Das ist keine neue Nachricht dieses Jahres, doch das Thema 1&1 bewegte die Branche trotzdem. Zum Beginn des Jahres 2023 schaltete der Betreiber tatsächlich drei Antennenstandorte in Frankfurt am Main und in Karlsruhe ein und damit das eigene 5G-Netz. Der Empfang für Handys war dort noch nicht möglich. Nur Kunden in der Nähe der Antennen konnten die Funksignale nutzen, um in ihren Wohnungen Internet zu bekommen – als Alternative zum Festnetz.

Dabei hatte die Bundesnetzagentur eigentlich 1.000 aktivierte 5G-Stationen bis Ende 2022 gefordert, dieses Ziel wurde damit sehr deutlich verfehlt. Der Sündenbock war die Vodafone-Tochter Vantage Towers, die das Netz bauen sollte und dabei wegen Lieferengpässen und möglicherweise auch bewussten Verzögerungen weit unter dem Plan blieb. Es wurde sogar eine Beschwerde bei der Bundesnetzagentur eingereicht.

Doch im Sommer machte CEO Ralph Dommermuth einen überraschenden Zug, indem er ausgerechnet Vodafone als neuen Roaming-Partner wählte. Die

1&1-Kunden sollen überall dort, wo das eigene Netz noch nicht steht, spätestens ab Oktober 2024 das 5G-Netz von Vodafone nutzen können. Der bisherige Partner, Telefónica Deutschland, bei dem nur das 4G-Netz genutzt werden durfte, wird damit knapp zwölf Millionen Nutzer verlieren, für deren Aktivitäten man volumenbasierte Entgelte kassieren konnte.

Das eigene 1&1-Netz mit Smartphone-Tarifen sollte eigentlich am 26. September starten, doch dieser Termin ließ sich nicht halten. Stattdessen wurde der 8. Dezember angepeilt (nach Redaktionsschluss). Positiv ist für 1&1 auf jeden Fall der zwischenzeitliche Abschluss einer Vereinbarung mit Telefónica über 5G-Roaming, das nun bis zum Wechsel zum neuen Partner Vodafone bereitsteht. Wie viele eigene Antennen der neue Netzbetreiber bis zum Jahresende in Betrieb haben wird, ist aber unklar – Ende September waren erst 60 Standorte aktiv.

Personalwechsel en masse

Turbulent ging es teilweise auch bei den anderen Netzbetreibern zu, vor allem was das Personal betraf. Bei Vodafone Deutschland trat zum 1. September

Bild 1

Zum Start gab es bei 1&1 nur eine Handvoll Funktürme



2

Sabrina Rieser ihren neuen Posten als Vertriebschefin für Consumer Sales an. Sie folgte auf Claudia Lenders, die im Januar das Unternehmen verlassen hatte. In ihrem Bereich war Javier Gonzalez im Vertrieb beschäftigt, die letzten vier Jahre als Bereichsleiter Partneragenturen. Im Herbst trennen sich die Wege zwischen Gonzalez und Vodafone – und das unbestätigten Gerüchten zufolge nicht ganz freiwillig. Vorangegangen waren Berichte über fragwürdige Geschäftspraktiken bei Vertriebspartnern des Netzbetreibers.

Auch die Telekom hat Änderungen im Vertrieb angekündigt: Die Vertriebs- und Serviceeinheit erhält zum 1. Januar 2024 mit Steffen Schlaberg einen neuen Geschäftsführer. Er berichtet direkt an Srinivasa Gopalan, Vorstand Deutschland und Geschäftsführer Telekom Deutschland. Schlaberg folgt auf Ferri Abolhassan, der zum 1. Januar 2024 Mitglied des Vorstands und als CEO die Verantwortung für T-Systems von Adel Al-Saleh übernehmen wird.

Auch der B2B-Chef der Telekom, Hagen Rickmann, hat den Bonner Netzbetreiber verlassen. Sein Nachfolger Klaus Werner übernahm zum 14. Oktober 2023 die Verantwortung als Geschäftsführer Geschäftskunden bei der Telekom Deutschland. Als Geschäftsführer Privatkunden trat Wolfgang Metzke am 1. August sein neues Amt bei der Telekom an. Er war vorher bei Telefónica Deutschland Privatkundenvorstand, wo am 1. September Andreas Laukenmann seinen Posten als CCO übernahm.

Bares wird Rares

Ums Geld ging es dagegen bei Freenet, denn ab dem 1. Februar konnte man in den Filialen und bei Gravis sowie später auch den Franchise-Partnern nicht mehr mit Bargeld und Münzen, sondern nur noch mit Karte, Apple Pay oder Google Pay bezahlen. Der Schritt wurde laut dem Leiter der Freenet-Shops, Jochen Otterbach, bei den Kunden und dem Shop-Personal positiv aufgenommen. ●



3

Bild 2
In den Freenet-Shops wurde das Bargeld abgeschafft

Bild 3
1&1 tauscht den Roaming-Partner Telefónica gegen Vodafone aus



Andreas Laukenmann



Ferri Abolhassan (li.) und Adel Al-Saleh



Wolfgang Metzke

Die Geräte des Jahres



Google Pixel 8 Pro

Der Web-Riese expandiert mit seinen Pixel-Smartphones im Vertrieb und wird immer mehr zum Konkurrenten für seine Android-Kunden. Mit dem Pixel 8 Pro bietet Google ein hochwertiges Smartphone mit einer erst-

klassigen Dreifachkamera, die einen fünffachen optischen Zoom hat.



Samsung Galaxy Z Fold5

Das Highlight des großen Foldables von Samsung ist das 7,6-Zoll-Display. In der fünften Generation hat Samsung zudem den unschönen Spalt in zugeklapptem Zustand eliminiert, was das Gerät schlanker macht.



Apple iPhone 15 Pro Max

Auch wenn viele Änderungen in der 15er-Ausgabe der iPhones die Basismodelle betreffen, setzt das neue Flaggschiff 15 Pro Max mit dem neuen Zoom-Objektiv Maßstäbe bei der Fotoqualität. Der Wechsel vom Lightning-Stecker auf USB-C ist ein weiterer Fortschritt.



Motorola Razr 40 Ultra

Der kompakte Falter gefällt vor allem durch sein schickes Gehäuse, das auch in der Trendfarbe „Viva Magenta“ verfügbar ist. Viele Apps wechseln nahtlos zwischen dem Innendisplay und dem Bildschirm auf der Klappe.



Fairphone 5

Bisher bedeutete der Kauf eines der nachhaltig produzierten Fairphones, mehr Geld für weniger Technik zu bezahlen als bei der Konkurrenz. Die neue Generation holt mit der Doppelkamera und 5G auf. Ein Alleinstellungsmerkmal sind fünf Jahre Garantie und acht Jahre Software-Support.

**Zusammen
handeln
wir am
besten**

Danke, liebe Telecom Handel, für die vertrauensvolle und partnerschaftliche Zusammenarbeit seit über 25 Jahren.

Together we can



Ein gebrauchtes Jahr

Smartphone-Blues

So ein schlechtes Jahr haben die erfolgsgewohnten Smartphone-Hersteller noch nicht erlebt: Auf dem Weltmarkt sollen die Verkäufe gegenüber dem auch schon schwachen Vorjahr laut IDC um 4,7 Prozent auf 1,15 Milliarden Geräte zurückgehen, das wäre der niedrigste Wert seit zehn Jahren. Der Absatz im deutschen Markt redzierte sich laut der GfK in den ersten drei Quartalen des Jahres 2023 im Vergleich mit dem Vorjahr um 15,9 Prozent auf zwölf Millionen Geräte. Für Europa rechnen Analysten erst für das nächste Jahr wieder mit einer Erholung.

Nicht so stark wie der Absatz sank hingegen der Umsatz: Laut der GfK stieg der durchschnittliche Verkaufspreis in den ersten drei Quartalen dieses Jahres um 10,4 Prozent auf einen Höchstwert von 688 Euro – vor vier Jahren waren es gerade mal 481 Euro. Von Januar bis September legte als einziges das Preissegment über 1.000 Euro im Volumen zu.

Dass in wirtschaftlich schwierigen Zeiten mit einer allgemeinen Kaufzurückhaltung ausgerechnet teure Smartphones gut gehen, klingt nur auf den ersten Blick paradox. Denn gleichzeitig werden die Geräte immer länger verwendet: Laut der GfK nutzen inzwischen 37 Prozent der Deutschen ihre Smartphones länger als drei Jahre, 2019 waren es nur 29 Prozent.

Das geht, weil teurere Modelle mit ihren Prozessoren und der Speicheraustattung viel länger leistungsfähig sind als früher. Auch die Update-Politik der Hersteller hat sich gewandelt: Obwohl es keine feste Regel für die Dauer gibt, werden iPhones im Schnitt etwa sechs Jahre lang

Nachgezählt

Weltweiter Absatz von
Fold-Smartphones
(Prognose)



Quelle: Counterpoint Research

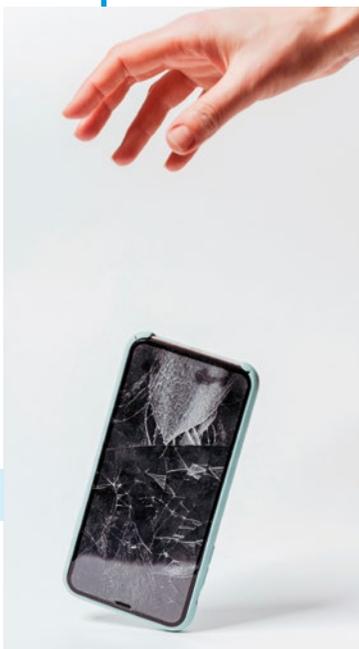
unterstützt. Samsung gibt bei neueren Modellen vier Generationen von Android-OS-Upgrades und bis zu fünf Jahre Sicherheits-Updates. Den neuen Spitzenwert setzt aber Fairphone mit dem 5er-Modell, das fünf Android-Upgrades und acht Jahre Software-Support bekommt.

Gebrauchtes geht gut

Diese Versprechen sind noch freiwillig, doch das könnte sich bald ändern, denn die EU-Kommission fordert fünf Jahre System- und Sicherheits-Updates, um Smartphones nachhaltiger zu machen. Dazu kommt ein „Recht auf Reparatur“ für Elektrogeräte. Da dieses bereits das Produktdesign betrifft – etwa mit einem austauschbaren Akku –, stehen die Hersteller vor einer Herausforderung.

Dabei wird der Smartphone-Markt ohnehin nachhaltiger, denn dieses Jahr boomte das Geschäft mit refurbished Geräten, also gebrauchten Telefonen, die professionell instand gesetzt wurden. Was früher vor allem ein Privatgeschäft über Kleinanzeigen war, professionali-

Bild 1 Ein kaputtes Smartphone muss künftig reparierbar sein



1



2



3

siert sich rasant. Händler können mit Partnern refurbished Smartphones verkaufen, selbst große Ketten wie MediaMarkt/Saturn, die Kooperationen oder einige Hersteller sind eingestiegen.

Hoffnungsträger zum Falten

Noch kaum im zweiten Leben sind aber Smartphones mit faltbaren Displays angelangt. Denn sie werden erst seit diesem Jahr in größeren Stückzahlen verkauft und fristeten in Deutschland vorher ein absolutes Nischendasein. Bei den Herstellern bediente Samsung das Segment mit den Flip- und Fold-Serien praktisch allein. Mit kompakten zwei Razr-Modellen geht nun aber auch Motorola in die Offensive. Wie groß die Auswahl an Foldables sein könnte, zeigt sich in China, wo es unter anderem Geräte von Xiaomi, Oppo oder Vivo gibt.

Bis auf Xiaomi verkaufen diese Anbieter allerdings nicht mehr in Deutsch-

land, da dies seit 2022 OnePlus und Oppo nach einem Patentstreit mit Nokia gerichtlich untersagt ist. Im Sommer 2023 stellte deswegen auch Vivo den Import ein. Entgegen den Erklärungen der betroffenen Hersteller gab es bisher keine Einigung und keine Rückkehr nach Deutschland.

Das macht sich in geringerer Auswahl bemerkbar, denn auch Alcatel/TCL, Wiko und Realme haben in den vergangenen zwei Jahren einen stillen Abgang aus dem deutschen Smartphone-Markt hingelegt. Mit Nothing ist hingegen nur ein Anbieter neu dazugekommen.

Und der Trend könnte sich fortsetzen, denn mit Gigaset ist aktuell ein weiterer Hersteller gefährdet, da die deutsche Traditionsmarke im Herbst Insolvenz anmelden musste. Aktuell versucht man die Restrukturierung; ob die Smartphones danach im Portfolio bleiben können, ist noch unklar. ●

Bild 2 Das iPhone 15 muss in China gegen immer stärkere einheimische Konkurrenten kämpfen

Bild 3 Samsung feierte den Start seiner neuen Foldables in Pop-up-Stores

Smartphone-Verkäufe in Europa



* Prognose

Die Talsohle beim Smartphone-Absatz soll dieses Jahr erreicht werden



Quelle: Canalys

Bild 1: Künstliche Intelligenz wird vor allem Bürotätigkeiten verändern



1

Der fremde Kollege

Bild 2: Gefeuert und dann zurückgeholt: OpenAI-CEO Sam Altman



2

Nur ein Jahr nach der Einführung von ChatGPT hat gut jeder dritte Mensch in Deutschland (37 Prozent) den KI-Textroboter von OpenAI genutzt. Das ist das Ergebnis einer Forsa-Umfrage im Auftrag des TÜV-Verbands unter 1.008 Personen ab 16 Jahren. Dabei ist die Technologie keineswegs unumstritten. Die einen vergleichen sie mit der industriellen Revolution und fürchten, dass eine ganze Reihe von Arbeitsplätzen – vor allem bei den White Collars, den Menschen in den Büros – durch KI ersetzt werden könnte. Die anderen glauben vor allem an die Vorteile, auch in der Kommunikation. So könnten Sprachbarrieren mit Hilfe von KI überwunden werden, einfache Tätigkeiten könnte künftig der „Künstliche Kollege“ übernehmen und damit den Raum schaffen für andere Aufgaben. OpenAI ist dabei nur ein Anbieter unter vielen.

Aber natürlich sehen viele auch die Gefahr, dass KI falsche Ergebnisse, sogenannte Halluzinationen, liefern kann. Immer häufiger wird deshalb die Forderung genannt, man müsse sie regulieren. Einerseits, um genau dies zu verhindern,

andererseits, um beispielsweise Urheberrechte zu schützen. In Kürze will beispielsweise Brüssel Regeln für Künstliche Intelligenz beschließen. Nun möchte eine Lobby die Regulierung großer KI-Modelle wie ChatGPT verhindern, KI-Forscher halten das für einen Fehler.

Forderung nach Regulierung

Wie sehr die Meinungen auseinandergehen, zeigt auch ein Richtungsstreit bei OpenAI. Auf der einen Seite gibt es das Team der „KI-Doomer“, das dafür ist, alle möglichen Vorsichtsmaßnahmen zu ergreifen, um zu verhindern, dass ein großes KI-Modell außer Kontrolle gerät. Dem gegenüber stehen die „Technik-Optimisten“, die an die technischen und vor allem wirtschaftlichen Vorteile glauben, die ihnen solche Modelle bieten – und die deshalb auf eine schnelle Entwicklung kommerzieller Anwendungen drängen. Einen Höhepunkt erreichte dieser Streit im November, als OpenAI seinen CEO Sam Altman, der ins Lager der Technik-Optimisten gehört, kurzfristig entlassen und dann wieder zurückgeholt hat. ●

freenet – Ein starker Partner für den Handel

Die Rahmenbedingungen im stationären Vertrieb haben sich in den letzten Jahren grundlegend gewandelt. Strategische Partnerschaften werden immer wichtiger. freenet ist schon seit 25 Jahren im stationären Handel tätig: Mit einem herausragenden Gespür für Trends und Marktbewegungen schafft es das Unternehmen, frühzeitig auf Veränderungen im hartumkämpften Mobilfunkmarkt zu reagieren; für einen starken stationären Vertrieb und eine hervorragende Wettbewerbssituation, zielgerichtet und nachhaltig für den unternehmerischen Erfolg!

Service und Beratung im Mittelpunkt der

Markenpositionierung: Aufmerksamkeit schaffen und Vertrauen aufbauen! Dafür sorgen wir mit einer starken Marke, regelmäßiger Image- und Angebotswerbung bei reichweitenstarken Fernsehsendern und auf Plakaten sowie im Online- und Social-Media-Umfeld.

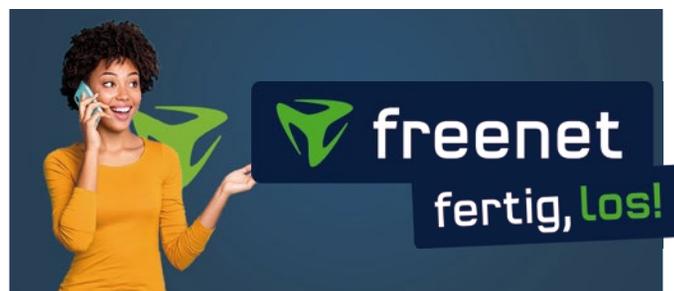
Der größte netzunabhängige Telekommunikationsanbieter Deutschlands: Alle Netze, alle Handys, alle Tarife – alles aus einer Hand. Neben den original Netzbetreibertarifen können Partner auch die optimierten freenet Tarife und Aktions-Bundles anbieten. Für die Vermarktung steht eine moderne Aktivierungs- und Informationsplattform zur Verfügung.

Zusatzgeschäft durch den stetigen Ausbau des

Angebotsportfolios: freenet bietet attraktive Zusatzgeschäfte rund um den Mobilfunk. Das gilt sowohl in den Bereichen TV und Entertainment als auch im Zubehör- und Servicebereich.

Lukrative und leistungsgerechte Verdienstmöglichkeiten:

Individuelle Zielvereinbarungen, attraktive und lohnende Airtime-Beteiligungen, transparente Provisionsabrechnungen und Top-Konditionen im Zusatzgeschäft sind das Fundament einer erfolgreichen Partnerschaft.



Durch Digitalisierung das volle Potenzial ausschöpfen:

Ohne Investitionsrisiko können Partner mit einem modernen Kassensystem das volle freenet Omnichannel-Management nutzen. Die Warenbelieferung erfolgt vollautomatisch und auf Kommissionsbasis. Zudem findet eine digitale Verlängerung des Warenregals bei voller Vergütung aller Verkäufe im freenet Online-Shop statt.

Einbindung in der Vertragsverlängerung: Alle Kundendaten werden dem Partner für die Vertragsverlängerung zur Verfügung gestellt. Individualisierbare Kundenbindungsmaßnahmen sorgen für eine zielgerichtete Kundenansprache und steigende Loyalität.

Umfassende und konzeptionell verzahnte Marketingunterstützung:

Ein umfangreiches Marketingprogramm, ein Marketingkostenzuschuss und aufmerksamkeitsstarke Aktionen unterstützen die Partner bei der Vermarktung. Dazu gehören neben Online-Maßnahmen vor allem regionale Maßnahmen, die auf die Bekanntheit des PoS-Standorts einzahlen.

Mit Schulungen gemeinsam besser werden:

Partneragenturen werden mit einer großen Abteilung für Training und Coaching unterstützt. Ein modernes Schulungszentrum ermöglicht Online- und Präsenzschulungen. Nach Absprache können auch Coachingtermine im Shop vereinbart werden.



Kontakt

André Weichert
E-Mail:
andre.weichert@freenet.ag

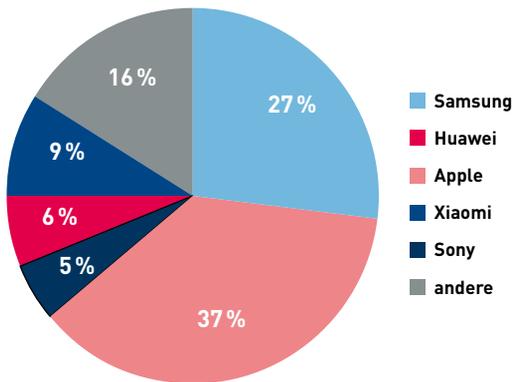
Werden Sie freenet Partner – es lohnt sich!

Strategische Partnerschaft bedeutet Dialog auf Augenhöhe: Über regelmäßige Veranstaltungen wird der Austausch zwischen den Partnern durch den Vertriebs-Außen und -Innendienst gefördert. Ein Händler-Beirat nimmt Einfluss auf die strategische Geschäftsentwicklung, denn konstruktiver Dialog ist das Fundament für eine erfolgreiche Partnerschaft. ●

Umsätze, Marktanteile & mehr: Das Jahr 2023 in Zahlen

Zwei Platzhirsche bei den Gebrauchten

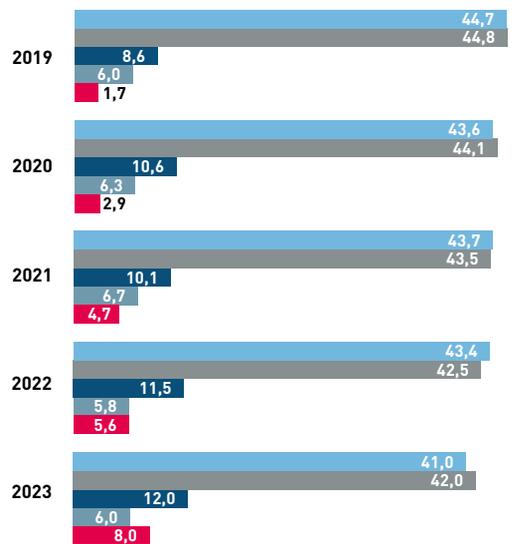
Fast zwei Drittel der auf den Internet-Plattformen angebotenen Gebrauchtgeräte stammen von Apple und Samsung. Bei den weiteren Herstellern legt Xiaomi zu und kommt inzwischen auf fast zehn Prozent



Quelle: Eigene Recherche, Frühjahr 2023

Anteile verschiedener TV-Übertragungswege in die Haushalte

■ Kabel-TV ■ Satellit ■ IPTV ■ DVB-T ■ Connected TV



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

Quelle: Kantar

5G-Nutzung in Deutschland



Viele Mobilfunkkunden haben schon Erfahrung mit 5G. Mit mehr kompatiblen Endgeräten wird die Zahl weiter steigen und die Nutzung des neuen Standards ganz selbstverständlich

Quelle: Innofact/Verivox

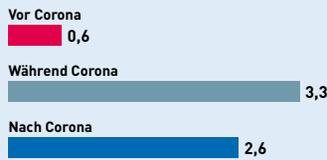
Foto: StockStyle, LADYMAPIX / Shutterstock

Der Boom bleibt



Videotelefonie während der Pandemie

Angaben: Stunden pro Person und Woche in Deutschland

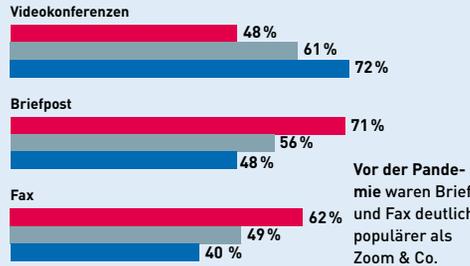


Mit weniger Homeoffice nimmt auch die Zahl der Videocalls wieder ab

Quelle: Bitkom

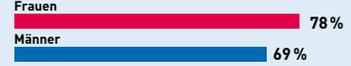
Videotelefonie in Unternehmen

Angaben: häufige oder sehr häufige Nutzung



Outfit und Ordnung beim Videotelefonieren

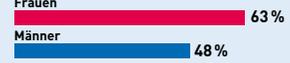
... achten auf einen aufgeräumten Hintergrund



... wollen persönlich gut aussehen



... ziehen sich bewusst schick an



Frauen legen mehr Wert auf die Optik in Videocalls

Gebuchte gigabitfähige Internet-Anschlüsse

■ Glasfaseranschlüsse (FTTB/H) ■ Internet-Anschlüsse über TV-Kabelnetz

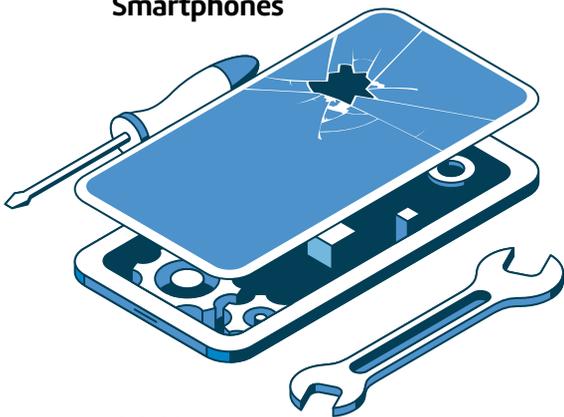
Angaben: Anschlüsse in Millionen



Internet-Anschlüsse über das TV-Kabelnetz gehen zurück, während Glasfaseranschlüsse sehr deutlich steigen

Quelle: Bundesnetzagentur, Jahresberichte 2016-2022

Defekte an Smartphones



89% der Nutzer hatten schon mindestens einen Defekt an ihrem Smartphone

Unter ihnen

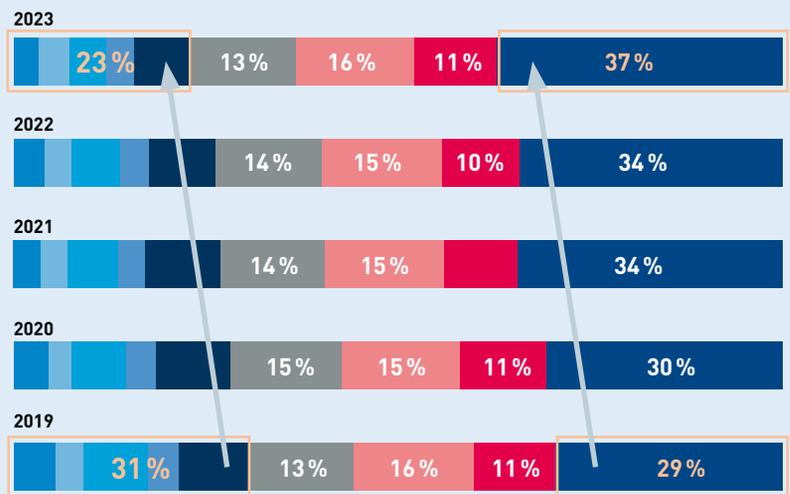
73% am Display

56% am Gehäuse

37% am Akku

Quelle Bitkom; Mehrfachnennungen möglich

Verbraucher nutzen ihr Smartphone länger als jemals zuvor



■ Weniger als 12 Monate alt ■ 12 Monate alt ■ 13-17 Monate alt
 ■ 18 Monate alt ■ 19-23 Monate alt ■ 24 Monate alt
 ■ 25-30 Monate alt ■ 31-36 Monate alt ■ Mehr als 36 Monate alt

37% der Verbraucher behalten ihr Smartphone länger als drei Jahre, 2019 waren es nur **29%** der Konsumenten

Quelle: gfknewron Consumer 2019 und Q2 2023

Fotos: Zerbor, VikaSuh / Shutterstock



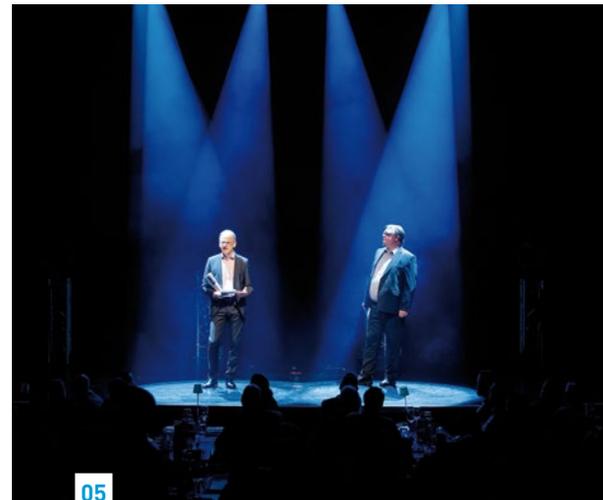
Glanz und Glamour

Zum bereits zehnten Mal fand die traditionelle Telecom Handel Gala im GOP Varieté in München statt. Mit dabei waren 160 Führungskräfte aus der TK-Branche.

Nach vier Jahren Pause lud Telecom Handel wieder die wichtigsten Vertreter der Branche zu einem unterhaltsamen Abend ins GOP Varieté ein. Zuletzt musste das Branchentreffen bedingt durch die Corona-Pandemie mehrmals ausfallen, und im Vorjahr feierte Telecom Handel im Festsaal von

Schloss Dachau sein 25-jähriges Bestehen. 160 geladene Gäste kamen 2023, um sich persönlich zu treffen und über die Entwicklungen innerhalb der Branche auszutauschen. Telecom Handel bedankt sich bei allen Teilnehmern, insbesondere aber bei den Sponsoren Freenet, Samsung, Telekom und Vodafone. ●

- 01** Waltraud Ritzer (Telecom Handel) und Thomas Muschalla (bisher Nfon / ab 2024 Gamma)
- 02** Jörg Herweck (2. v. li., Herweck) mit Steffen Ebner (Komsa) und Roland Bernhard (re., Telecom Handel)
- 03** Thomas Veit (li.) und Jürgen Engelhard vom Hersteller Mittel
- 04** Bijan Esfahani von der Telekom (Mitte) im angeregten Gespräch mit Distributoren
- 05** Roland Bernhard (li.) und Boris Boden (beide Telecom Handel)



Fotos: C. Hartmaier Fotodesign



02



03



15

- 06 Kai Zalisz (02 Telefónica) freut sich über die Auszeichnung bei der Leserwahl zur Telefongesellschaft des Jahres im Segment Fachhandel
- 07 Jochen Otterbach (Freenet) mit der Urkunde für den Gesamtsieger bei der Leserwahl
- 08 Komsa/Aetka wurde als bester Distributor ausgezeichnet. Im Bild: Katja Förster und Steffen Ebner (Mitte)
- 09 Rund 160 Gäste waren bei der Telecom Handel Gala dabei



09



10

- 10 Akrobatik vom Feinsten im Showteil
- 11 Oliver Entrop (li., Deutsche Glasfaser) und Stephan von Voithenberg (Telecom Handel)
- 12 Die Rock 'n' Roller aus der Ukraine nehmen Fahrt auf
- 13 Ralf Ebbinghaus (Mitte) von Enreach ist seit Jahren Stammgast auf der Gala
- 14 Ebenfalls ein Teil der Show: Akrobatik mit Lasern – wow
- 15 Marcel Kösling verzauberte die Gäste und führte durch die Show
- 16 Christopher Bertele (Telecom Handel)



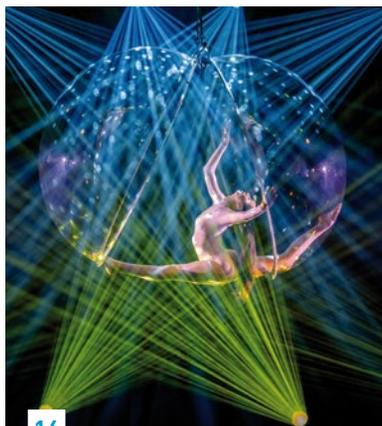
11



12



13



14



16



Das Networking-Event der Branche



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



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

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

„Wir bei Myswoop waren mit voller Begeisterung vor Ort und möchten uns herzlich bei all unseren großartigen Partnern und bei der Telecom Handel bedanken! Das überwältigende positive Feedback, das wir erhalten haben, erfüllt uns mit Freude“, sagte beispielsweise Benjamin Gabriel, CEO und Gründer von Myswoop. Sven Pohl, Strategic Alliance Manager bei Gen, teilte auf dem Business-Netzwerk ein Selfie mit Klaus Mayerhanser von Deltacon und Oliver Markowitz von Freenet: „Wenn Ex-Talkliner sich nach Jahren wieder treffen, dann muss das auf einem sehr guten Branchentref-

fen sein. Vielen Dank nochmal für die Einladung!“

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

Spannende Workshops, Masterclasses und Talks

Die Expert Talks, unter anderem von LinkedIn-Spezialist Mark Schulze oder Coach Dominik Reinhardt, waren teils bis auf den letzten Platz gefüllt. Bei den Workshops von Händlern für Händler



wurde rege diskutiert, und in den Masterclasses der Industrie informierten sich viele Teilnehmer über Produkte und Trends. Gut kam auch die deutlich größere Location an: Während der Kongressteil wie im Vorjahr im zweiten Obergeschoss stattfand, hatten sowohl die Aussteller als auch die Besucher in der Messehalle in der ersten Etage deutlich mehr Platz und Luft für intensive Gespräche.

„Wir bedanken uns bei all unseren treuen Partnern, die mit ihren tollen Messeständen und den großen Teams vor Ort ganz wesentlich zum Erfolg der diesjährigen Communicate! beigetragen haben, und freuen uns auf Communicate! Nummer fünf – im Oktober 2024“, erklärt Christopher Bertele, Projektleiter des Events. Die ersten Aussteller haben

schon zugesagt. „2024 werden wir vor allem die Themen Repair/Refurbishment, Unified Communications & Collaboration, Security und Künstliche Intelligenz sowie mit einem neuen Kooperationspartner erstmals auch spannende Aussteller und Workshops aus den Consumer Electronics präsentieren“, so Bertele. Zusätzlich wird die Communicate! 24 allen Teilnehmern deutlich mehr Zeit bieten, die komplett für den Messebesuch reserviert ist. Gleichzeitig können sich die Besucher auf ein noch umfangreicheres Programm an Workshops, Masterclasses, Panel-Diskussionen und Expertenvorträgen freuen. Speziell für Azubis wird es eigene Workshops geben, und auch ein Trainingsprogramm für erfahrene Sales-Mitarbeiter ist vorgesehen. ●



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



In diesem Jahr war Telefónica mit der Sparte 02 Business vertreten



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



Bei Enreach gab es neben interessanten Gesprächen auch etwas zu gewinnen



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



Netzwerken am Stand von Brodos und SCC



Preisgekrönte Händler

Mehr als 150 Nominierungen erreichten Telecom Handel für die diesjährigen Best Practice Awards. Erneut konnten Hersteller, Distributoren und Netzbetreiber ihre Handelspartner für einen der begehrten Awards nominieren. Zur Auswahl standen dabei die Kategorien Shopgestaltung, Local Hero, Web-Präsenz, Marketing, Personalführung, Service und Innovation. Eine fünfköpfige Experten-Jury wählte daraus 23 Fachhändler, die dann 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 26 Preise, davon fünf Platin-Awards, acht Gold-Awards und 13 Silber-Awards. Zwei Händler erhielten sogar zwei Auszeichnungen. Telecom Handel gratuliert allen Preisträgern recht herzlich und stellt auf den folgenden Seiten die Konzepte der besten Award-Gewinner vor.

Die Preisträger

PLATIN Mobile & More, Ahmet Basyigit (Morsbach)

GOLD MAKI-Agentur, Martin Kiekbusch (Lübz)

GOLD Der Handyman, Torsten Pietsch (Arnstadt)

SILBER Telnet, Zia Khodja (München)

Almhütten-Charme in Arnstadt

Beim Betreten des Shops bietet sich eine echte Überraschung: Der „Handyman“ im Herzen von Arnstadt in Thüringen besticht durch eine (fast) authentische Almhütten-Atmosphäre, geschaffen von Inha-

ber Torsten Pietsch. Seit dem kreativen Umbau strahlt der Laden eine besondere Aura aus. Mit liebevollen Details wie Fensterläden im Almstil, Heu-Dekorationen und Milchkannen fühlen sich die Besucher in eine Berglandschaft versetzt.

Die Mitarbeiter des Shops tragen zum Flair bei, indem sie in traditioneller Alpenkleidung – Lederhosen und Karohemden – auftreten. Diese einzigartige Präsentation schafft ein ganz besonderes Einkaufserlebnis. Dazu kommt eine „Dudlermusik“ im Hintergrund, die den Kunden das Gefühl vermitteln soll, irgendwo in den Alpen zu sein.

Handyman kombiniert dieses außergewöhnliche Shopdesign mit einer umfassenden Palette an Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen. Der Laden dient nicht nur als Verkaufsraum, sondern auch als Schaufenster für die Vielfalt und Innovation, die das Team bietet. Das Konzept ist mehr als nur ein Marketingtrick – es ist eine Hommage an die Region und eine Einladung an die Kunden, sich auf eine einzigartige Entdeckungsreise zu begeben. Das Ergebnis ist ein Laden, der eben nicht nur durch seine Produkte, sondern auch durch sein Ambiente in Erinnerung bleibt.





Ein Laden mit Wohnzimmer-Atmosphäre

„Mobile & More“ in Morsbach und Wiehl, geführt von Ahmet Basyigit, ist mehr als nur ein Telekommunikationsgeschäft. Seit über sieben Jahren aktiv, hat sich Basyigit mit seinem eigenen Möbelkonzept von vielen anderen Fachhandelsgeschäften abgehoben. Dieses Konzept, angewendet an seinem erst ein Jahr jungen Standort in Wiehl, verwandelt den Laden in ein Umfeld, das die Besucher sofort willkommen heißt.

Statt eines gewöhnlichen Ladendesigns erwartet die Kunden hier eine Atmosphäre, die an ein Wohnzimmer erinnert. Der Fokus liegt auf einer entspannten, persönlichen Beratung ohne Druck, was den Kunden das Gefühl gibt, „angekommen“ zu sein. Diese Herangehensweise geht Hand in Hand mit dem Serviceangebot von Mobile & More, das neben dem Verkauf auch Reparaturdienste umfasst. Das Team, bestehend aus vier Mitarbeitern an zwei Standorten, bedient sowohl Geschäfts- als auch Privatkunden in den Bereichen Mobilfunk, Vertragsverlängerungen und Festnetz.



Das Besondere steckt im Detail

Seit 2008 ist Martin Kiekbusch eine feste Größe im Telekommunikationshandel. Mit vier Fachhandel-Shops in Mecklenburg-Vorpommern – in Lübz, Schwerin, Gnoien und Rostock – und einem achtköpfigen Team setzt er auf Kundennähe und Vielfalt. Egal ob junge Smartphone-Neulinge oder erfahrene Nutzer, jeder soll bei der MAKI-Agentur das Passende finden – von der Kids Card mit elterlichen Kontrollfunktionen bis hin zu maßgeschneiderten Verträgen für die ganze Familie.

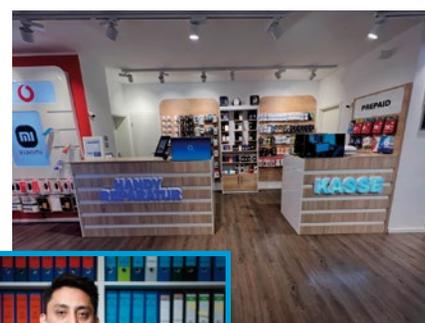
Sein neuester Stolz ist der Vodafone und Otelos Store in Rostock. Dieser Shop besticht durch eine Mischung aus Groß und Klein: moderne Möbel von Vodafone, ein großer Samsung-Tisch mit den neuesten Geräten und eine Fußballecke als Tribut an die Partnerschaft mit Hansa Rostock, inklusive signiertem Trikot.

Doch es sind die kleinen Details, die diesen Laden besonders machen. Die LED-Fußleiste, die in verschiedenen Farben leuchtet, eine Klimaanlage für heiße Tage und die großzügigen Glasfronten sorgen für eine angenehme Atmosphäre. Hinzu kommt eine schwarze Einbauküche im Verkaufsbereich, wo Kunden mit frischem Kaffee, hausgemachtem Eistee oder einem Feierabendbier verwöhnt werden. Vier Fernseher außen bieten Unterhaltung und Informationsfluss. Sitzgelegenheiten und Merchandise-Artikel runden das Kundenerlebnis ab.



Beständigkeit durch Anpassung und Innovation

Zia Khodjas Weg mit Telnet in München ist ein Beispiel für beständige Entwicklung und die Fähigkeit, sich immer wieder neu zu orientieren. Diese Philosophie spiegelt sich auch in der Shopgestaltung wider: Durch das Öffnen und Schließen mehrerer Geschäfte hat Khodja gelernt, dass Flexibilität und Anpassungsfähigkeit Schlüssel zum Erfolg sind. Er versteht, dass nichts von Dauer ist, und hat diese Erkenntnis genutzt, um seinen Laden ständig zu verbessern und zu optimieren. Khodjas Ansatz, seine Produkte klar und verständlich zu präsentieren, passt zum heutigen schnelllebigen und informationsüberfluteten Kunden. Mit den bekannten Marken O2 und Vodafone spricht Telnet ein breites Publikum an, außerdem nutzt Khodja Plattformen wie TikTok und Instagram, um seinen Laden und seine Produkte bekannt zu machen.





Sicher nach Hause: Die Handybörse hilft

Christopher Preisinger von der Handybörse Rosenheim hat sich durch sein Engagement in der Stadt einen Namen gemacht. Besonders beeindruckend ist seine Initiative „Sicherer Heimweg Rosenheim“, eine WhatsApp-Gruppe,

die er nach mehreren Übergriffen auf Frauen in Rosenheim ins Leben rief. In dieser Gruppe koordinieren sich Frauen, um gemeinsam nach Hause zu gehen, wobei Preisinger die Sicherheit durch persönliche Verifizierung der Teilnehmerinnen gewährleistet. Die Aktion, die auch in Lokalen und auf Social Media beworben wurde, stärkte nicht nur die Sicherheit in der Gemeinde, sondern auch das Ansehen des Ladens. Ein weiteres Projekt von Preisinger findet jedes Jahr zu Weihnachten statt. Zusammen mit dem „Sonnenstern e.V.“ hilft er, Wünsche von finanziell schwächer gestellten Senioren in Altenheimen zu erfüllen. Kunden können diese Wünsche im Laden übernehmen, und auch die Einnahmen aus bestimmten Dienstleistungen des Ladens fließen in das Projekt. Nicht erfüllte Wünsche werden von Preisinger und seinem Team übernommen.



Die Preisträger

PLATIN Handybörse Rosenheim, Christopher Preisinger (Rosenheim)

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

SILBER SE-Center, Sezayi und Sezer Er (Mitterteich)

SILBER TechnikFuchs, Tommy Krüger (Zingst)

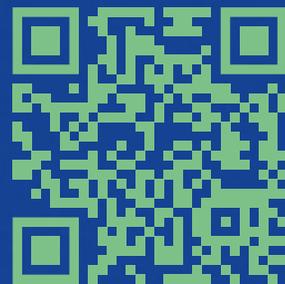
SILBER COM2PERO, Perry Rodewald (Wismar)



Ein Haus für die Glasfaser

„Digitalisierung ist mehr als nur Technik, es geht um Menschen und ihre Bedürfnisse“, ist Matthias Müller, Geschäftsführer von APM, überzeugt. Mit einem engagierten Team aus acht Vertriebsmitarbeitern und Technikern kümmert sich APM um jede Frage und jedes Problem der Kunden. Ihre Mission: die Digitalisierung der Region voranzutreiben und gleichzeitig jedem Kunden individuell zur Seite zu stehen. Beeindruckend ist die Rolle von APM im Glasfaserausbau. Von der Planungsphase an ist APM involviert, arbeitet Hand in Hand mit Netzbetreibern, Planungsbüros und Tiefbauern. Müller und sein Team setzen auf transparente Kommunikation und neutrale Beratung, um den Kunden die besten Lösungen zu bieten. Hierzu hat APM im Sommer 2023 ein „Glasfaser-Zentrum“ in Lörnach eröffnet, in dem die Kunden nicht nur praktische Beispiele für Smart-Home-Anwendungen zu sehen bekommen, sondern auch verständliche Erklärungen zu technischen Geräten und Infrastrukturen.

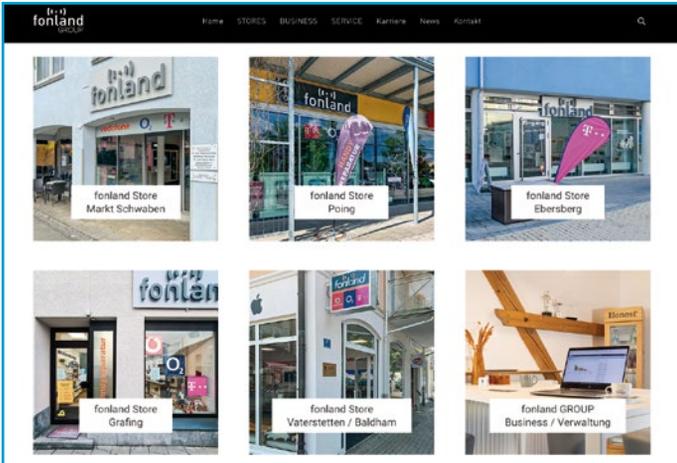




Besetzen Sie die
Themen **Cloud-Telefonie**
und **Contact Center** bei
Ihren Kunden.

Werden Sie NFON Partner und genießen
Sie die Vorteile einer Partnerschaft
auf Augenhöhe.

www.nfon.com/de/partner



Die Preisträger

PLATIN fonland GROUP,
Michael Falterer (Markt Schwaben)

GOLD Talk-Point,
Stefan Georges (Eilenburg)

SILBER Anadol Kommunikation,
Gürol Alpay (Nürnberg)

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

Relaunch komplett in Eigenregie

Alle fünf Jahre gestaltet Michael Falterer, Gründer der fonland Group, seine Webseite neu. In diesem Frühjahr war es wieder so weit – und neben dem Relaunch setzte Falterer auch gleich ein neues Content Management System (CMS) ein. Auf der Webseite ist nun Video- und Bildmaterial von jedem der fünf Stores und jedem Geschäftsbereich zu sehen, von der Reparatur über die Geschäftskundenvermarktung bis hin zum Service. Der Clou: Das Projekt wurde vollständig in Eigenregie durchgeführt, die Videos selbst gedreht, geschnitten und implementiert. Parallel dazu hat fonland sein Intranet für seine Mitarbeiter ausgebaut. Im „Storehandbuch“ gibt es jetzt ebenfalls eine Videoplattform, in der die Mitarbeiter sich über Neuigkeiten, Problemlösungen und weitere Services informieren können. Eine beeindruckende Leistung, die den Platinpreis in der Kategorie Web-Präsenz erhält.



Die gesamte Klaviatur von Social Media

„Unser Team hat eine umfassende Social-Media-Strategie entwickelt, die darauf abzielt, unsere Zielgruppe auf den verschiedenen Plattformen wie Instagram, Facebook, TikTok, Youtube und Twitch zu erreichen“, erklärt der Social-Media-Experte David Fritsch von Talk-Point. Das Team hat dabei die Präferenzen und Verhaltensweisen der Kunden auf jeder Plattform analysiert und die Inhalte angepasst, um eine größere Reichweite zu erzielen.

Vom Influencer-Marketing über Livestreams mit Q&A-Sessions bis hin zu regelmäßigen Blog-Beiträgen – Talk-Point spielt die gesamte Klaviatur im Social-Media-Marketing. Und: Alle Beiträge sind miteinander verknüpft, so dass die maximale Reichweite erzielt wird. Inzwischen veranstaltet Talk-Point sogar Workshops für Externe zu diesem Thema. Geschäftsführer Stefan Georges (links) ist auf jeden Fall – zu Recht – stolz auf die Leistungen seines Teams und freut sich über die Gold-Urkunde zum Thema Web-Präsenz.





Der Kunde ist König

Service steht bei Highspeed Media schon immer im Vordergrund – und Inhaber Kai Mosner steht dafür mit seinem Namen. Aktuell wird in Remscheid Glasfaser ausgebaut, für Mosner ist dies eine riesige Chance für mehr Umsatz, aber auch eine Herausforderung. „Die Menschen in der Stadt werden überrumpelt. Sie wissen nicht, was Glasfaser ist, und haben Angst, dass beispielsweise der Vorgarten aufgerissen wird“, berichtet er. Es besteht also großer Bedarf an Aufklärung, die Mosner tatkräftig leistet. Er fährt zu den Kunden und bespricht mit den Tiefbaufirmen den besten Weg für die Grabungen. Dass er wenn nötig auch die Hardware installiert, ist für ihn eine Selbstverständlichkeit – und gehört zum Service einfach dazu.

Die Preisträger

GOLD Highspeed Media, Kai Mosner (Remscheid)

SILBER Talk & Phone, Michél Alsleben (Berlin)

SILBER Smart Mobile Solutions, Oliver Schäfer (Ettlingen)



Wertschätzung ist wichtig

„Faire Beratung besiegt Künstliche Intelligenz“ – dieses Motto steht im Zentrum beim Serviceangebot von Talk & Phone. Geschäftsführer Michél Alsleben betreibt sechs Mobilfunk-Shops in Berlin und Brandenburg, sein Schwerpunkt liegt vor allem in der Pflege der Bestandskunden. Die regelmäßige Überprüfung der Verträge und deren Optimierung, die Reparatur von Endgeräten und auch das Stellen von Leihgeräten sind für ihn und sein Team eine Selbstverständlichkeit. Fragt man Alsleben nach seinem Erfolgsgeheimnis, so kommt die Antwort „Wir sehen uns als Komplettdienstleister

und bieten alles rund um Telekommunikation und IT“. Sowohl Geschäfts- als auch Privatkunden wünschen sich seiner Meinung nach einen Ansprechpartner für ihre Technik, und dies bietet er seit gut zehn Jahren gemeinsam mit seinen mittlerweile 16 Mitarbeitern an. Dass man dabei auch einmal kurzfristig zum Kunden fahren müsse, gehöre einfach zu seinem Servicekonzept. „Meine Mitarbeiter nehmen sich Zeit für unsere Kunden, und das zählt am Ende“, sagt er.



Film ab: Der „Schreiner-Wascht“ und die Handy-Insel

Bislang hatte sich die Handy-Insel bei der Werbung primär auf lokale Zeitungen und Plakatwerbung beschränkt. Doch durch Zufall geriet man an einen ortsansässigen Videoproduzenten, der über freie Kapazitäten verfügte. Aus dem Kontakt entstand nur wenig später ein kurzer Imagefilm, der den frisch renovierten Laden in Miesbach mit bayerischer Kultur und regionaler Mentalität verbindet. Als Hauptprotagonisten für die Rolle des Kunden konnte Firmenchef Hubert Mayr den „Schreiner-Wascht“ aus Fischbachau gewinnen, ein oberbayerisches Original, der im Oberland als Musiker und durch TV-Auftritte sehr bekannt ist. Als der Film im Kasten und fertig geschnitten war, entschied sich Mayr, diesen nicht nur auf der Homepage zu zeigen, sondern auch den Schritt auf die große Leinwand zu wagen – in Kinos im Einzugsgebiet des Fachhändlers. Die Reaktionen vielen durchweg positiv aus: „Noch nie haben Kinobesucher bei der Werbung so herzlich gelacht und auch nach dem Film noch darüber gesprochen“, so der Kinobetreiber.

Die Preisträger

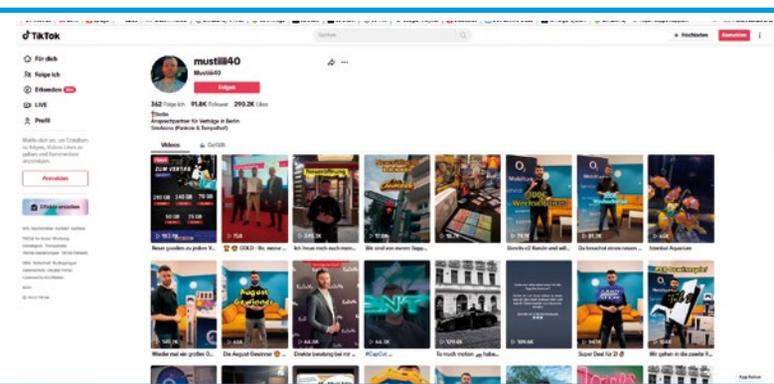
PLATIN Handy-Insel Miesbach, Hubert Mayr (Miesbach)

GOLD SimArena, Mustafa Duman (Berlin)

SILBER Versus Marketing, Sven Liebert (Leipzig)

SILBER Pirates4Mobile, Igor Gerecke (Potsdam)

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



90.000 Follower für „mustiiii40“

Eigentlich heißt er Mustafa Duman, doch bekannt ist er vor allem unter seinem TikTok-Namen „mustiiii40“. Bereits seit zehn Jahren beschäftigt sich Duman mit dem Verkauf von Smartphones und Zubehör – zunächst als Mitarbeiter, mittlerweile jedoch als Inhaber zweier Telekommunikationsläden unter dem Label „SimArena“ in Pankow und Tempelhof in Berlin. Obwohl er sich selbst als eher schüchtern beschreibt, lebt sein Geschäft von seinem Gesicht. Innerhalb von nur sieben Monaten ist es „mustiiii40“ gelungen, mit selbst erstellten Videos auf TikTok eine hohe Bekanntheit zu erlangen: Rund 90.000 Follower zählt sein Social-Media-Account heute, was nach eigenen Angaben zu einer deutlichen Umsatzsteigerung geführt hat. „Ich habe schnell gemerkt, dass sich die Investitionen rentieren und man mit Sympathie und einer guten Social-Media-Strategie viele Neukunden generieren kann“, sagt Duman. Daher geht er regelmäßig live auf seinem Kanal, um nahe bei seinen Followern zu sein – unabhängig von der Kundenbindung in seinen zwei Shops. Dabei ist klar: Vor allem um jüngere Zielgruppen zu erreichen, ist Social Media unabdingbar.



Die Preisträger

GOLD fonland GROUP,
Michael Falterer (Markt Schwaben)

GOLD SOS DOC Service,
Bernd Marlow (Zarrentin)

SILBER Smetтана Mobilfunk,
Kai Smetтана (Schwarzenberg)



Carrier Billing für Sleeper-Kunden

Viele Händler kennen das Problem: Wenn die Vertragsverlängerung ansteht, ist der Kunde nicht erreichbar oder sieht noch keinen Bedarf für ein neues Gerät oder eine Tarifänderung – ein häufiges Szenario gerade bei älteren Kunden. Um auf keine VVL-Provision verzichten zu müssen, entschied sich fonland, die Handy-Subvention künftig von Anfang an komplett selbst zu übernehmen. Die Herausforderung bestand darin, einen Weg zu finden, diese Kosten direkt über die Telefonrechnung des Kunden abzurechnen – Stichwort „Carrier Billing“. Zusammen mit einem kleinen Softwareunternehmen aus Niederbayern entwickelte fonland ein Tool, das Kundendaten erfasst, Verträge erstellt und eine Dauerschuldrechnung generiert. Nach erfolgreichen Testläufen bis Juli 2023 und der Registrierung bei den Netzbetreibern für das Carrier Billing kann fonland nun mit der Vermarktung beginnen. Dieses innovative Modell bietet den Kunden den Vorteil, dass sie keine zusätzlichen Rechnungen erhalten und die Zahlung direkt über die Telefonrechnung abgewickelt wird. Für fonland ergibt sich dadurch die Möglichkeit, sogenannte „Sleeper-Kunden“ zu erreichen, was zu jährlichen Mehreinnahmen in sechsstelliger Höhe führen soll.



Die Preisträger

PLATIN SOS DOC Service,
Bernd Marlow (Zarrentin)

SILBER fonland GROUP,
Michael Falterer (Markt Schwaben)



„Wir sehen uns als eine große Familie“

Seit der Gründung im Jahr 2009 hat sich SOS DOC Service zu einem bedeutenden lokalen Akteur in Mecklenburg-Vorpommern mit 14 Ladengeschäften und 30 Mitarbeitern entwickelt. Was das Unternehmen jedoch besonders macht, ist sein Umgang mit den Mitarbeitern. „Wir sehen unsere Mitarbeiter nicht nur als Angestellte, sondern als Teil einer großen Familie“, betont Geschäftsführer

Bernd Marlow. Dieser familiäre Ansatz zeigt sich in vielfältiger Weise: Mitarbeiter werden aktiv in Geschäftsprozesse eingebunden, und eine ausgewogene Work-Life-Balance wird gelebt. So verzichtet die SOS DOC Service darauf, dass ihre Läden samstags geöffnet haben, und hat die Ladenschließzeiten von 18 Uhr auf 17 Uhr verlegt. Eine eigene interne Kommunikations-App sorgt für einen strukturierten Informationsfluss, hinzu kommen regelmäßige Meetings mit Motivations-Coaches sowie jährlich verliehene Awards. Gemeinsame Erlebnisse werden bei Sommerfesten und Weihnachtsfeiern geschaffen, und es gibt attraktive Incentives – etwa ins Okavango-Delta nach Afrika.

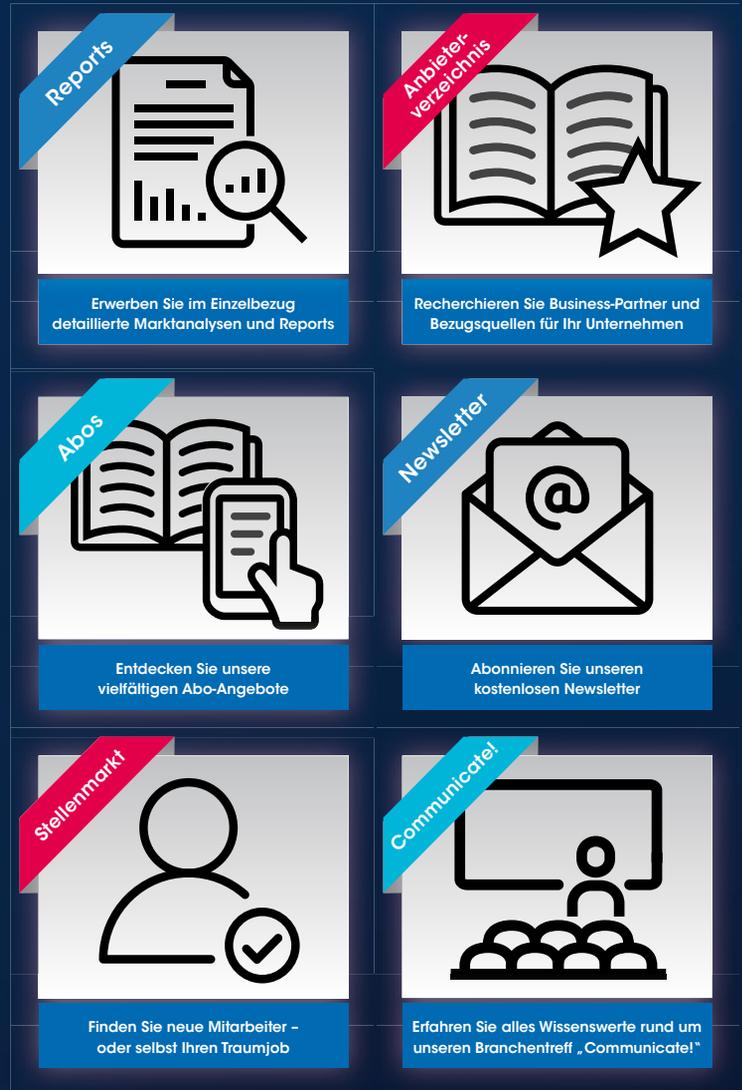


Telecom Handel Shop

UNSERE *Services* FÜR SIE!

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

JETZT IM TH SHOP INFORMIEREN!



shop.telecom-handel.de

Leserwahl

Distributor des Jahres S. 36

Firmenporträts

Brodos S. 40

EinsAmobile S. 42

Eno Telecom S. 44

Herweck S. 46

Komsa/Aetka S. 48

Michael Telecom S. 50

Mobilezone Handel S. 52

Motion TM S. 54

Sewan S. 56

TK-World S. 58

Distribution



Es gibt einen neuen Gesamtsieger bei der Leserwahl zum „Distributor des Jahres“: Komsa/Aetka. „Premium Distributor 2024“ dürfen sich auch Michael Telecom, Herweck und Brodos/SCC nennen.



Zur Leserwahl

Rund 1.600 Fachhändler, Partnership- und Systemhaus-Betreiber hatten an der diesjährigen Leserwahl zum besten Distributor des Jahres teilgenommen. Bewertet wurden die Anbieter in 26 fachhandelsnahen Disziplinen.

Komsa springt auf Platz eins

So wie Parkour-Athleten, die mit Geschicklichkeit und Kreativität städtische Hindernisse überwinden, müssen auch die Distributoren im Rahmen der Leserwahl von Telecom Handel viele verschiedene Disziplinen meistern und dabei Anpassungsfähigkeit und Innovationsgeist unter Beweis stellen. Insgesamt 50 Distributoren waren in diesem Jahr an den Start gegangen, 15 davon erhielten ausreichend Bewertungen, um in das finale Ranking aufgenommen zu werden – und zwar exakt dieselben, die auch im Vorjahr um den Sieg kämpften. Erneut hatten rund 1.600 Fachhändler, Partnership- und Systemhaus-Betreiber abgestimmt und die Stärken und Schwächen ihrer Lieferanten und Dienstleister unter die Lupe genommen. Dabei wurde die Performance in 26 fachhandelsnahen Kategorien untersucht und bewertet. Marken, die eigenständig am Markt agieren, aber zu einem übergeordneten Distributor gehören, wurden wie bereits im Jahr 2022 in den Einzelkategorien getrennt aufgeführt, im Gesamt-Ranking dann aber zusammengefasst. Dies betrifft Komsa/Aetka sowie Brodos/SCC.

Auch drei Sonderpreise gab es wieder zu gewinnen. Damit werden Unternehmen ausgezeichnet, die in den speziellen Segmenten „Telefonladen/Handy-Shop“, „Fachhandel/Local Hero“ und „Systemhaus“ besonders gute Leistungen erbringen. Erfasst wurden hier nur Stimmen von Leserwahl-Teilnehmern, die bestimmte Bedingungen erfüllen. Außerdem erfolgte jeweils eine an die Zielgruppe angepasste Gewichtung der Einzelkategorien.

Wechsel an der Spitze

Nachdem in den Jahren 2020 bis 2022 dreimal Herweck den Sieg eingefahren hatte, gab es nun wieder einen Wechsel an der Spitze des Feldes. So gelang es



Komsa im Verbund mit der Fachhandelskooperation Aetka, Platz eins zurückzuerobern. Im Vorjahr hatten die Sachsen noch Rang zwei belegt. In gleich fünf Ka-



So sehen die Sieger aus

Distributoren, die in mehreren Disziplinen hervorragende Ergebnisse erzielt haben und damit die Gesamtwertung anführen oder in einer der Sonderwertungen gewinnen, wurden von Telecom Handel mit dem Award „Premium Distributor 2024“ ausgezeichnet. Dies sind Komsa/Aetka, Michael Telecom, Herweck und Brodos/SCC.

Anbieter, die in einzelnen Kategorien auf Rang eins landeten, erhielten für ihr gutes Abschneiden das Siegel „Top Distributor“.

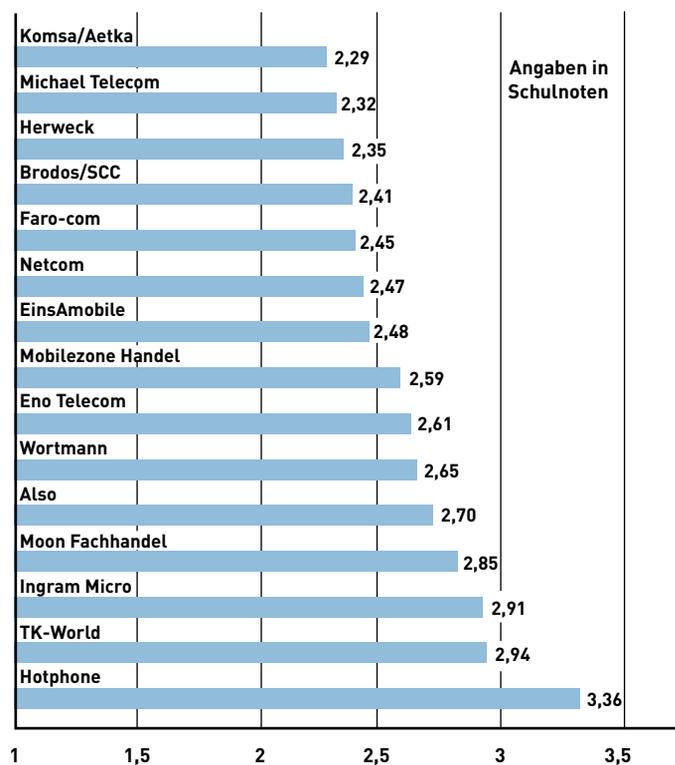
Foto: Studio77 FX vector / Shutterstock



1



Gesamtergebnis der Leserwahl



Nach vier Jahren gelang Komsa/Aetka wieder der Gesamtsieg in der Leserwahl zum Distributor des Jahres

tegorien gewann Aetka, eine weitere Disziplin steuerte Komsa zum Erfolg bei. So wurde Aetka – wie bereits 2022 – Gewinner in den Kategorien „Unterstützung

WaWi-/Kassensystem“, „Unterstützung bei der Dienstleistungsvermarktung“, „Partnerprogramm“ und „Reparaturservice und -abwicklung“; hinzu kam nun ▶

Bild 1 Alexander Kehl (SCC) und Martina Brückner (Brodos)

Bild 2 Jörg Herweck mit Roland Bernhard (li.) und Boris Boden (re.) von Telecom Handel

Bild 3 Valon Kuci (Michael Telecom)

Bild 4 Katja Förster (Aetka) und Steffen Ebner (Komsa) mit dem Award für den Gesamtsieg in der Leserwahl



2



3



4

Darauf legen Händler besonders Wert



Persönliche Betreuung ist das Kriterium, das auch in diesem Jahr für die Leserwahl-Teilnehmer am wichtigsten ist. 76 Prozent der Befragten gaben an, darauf großen Wert zu legen. Eine sehr große Rolle spielen aber auch die Provisionen und die Lieferfähigkeit (jeweils 71 Prozent). Auch wichtig: günstige Versand- und Lieferkonditionen.

die Rubrik „Unterstützung beim Endkundenmarketing“. Komsa erzielte einen ersten Platz in der Disziplin „Support Auftragsabwicklung B2B“.

Verbessern konnte sich auch Michael Telecom: Nach einem bereits sehr guten dritten Rang im Jahr 2022 kletterte der B2B-Distributor diesmal sogar auf Platz zwei. Das hervorragende Ergebnis basierte auf Top-Noten in vielen Disziplinen; zweimal stach der Anbieter jedoch heraus: bei den „Schulungen“ sowie bei „Hausmessen/Roadshows“. Und auch die Sonderwertung im Segment „Systemhaus“ ging – wie bereits im Vorjahr – an Michael Telecom.

Einen Platz auf dem Treppchen sicherte sich der Sieger der vergangenen Jahre, Herweck. In drei Kategorien wählten die Leser von Telecom Handel den Distributor erneut ganz nach oben: bei „Provisionen und Auszahlung“, „Leadgenerierung B2B“ sowie „Bonusprogramme/Incentives“. Und auch die Sonderwertung im Segment „Telefonladen/Handy-Shop“ ging wieder an Herweck.

Auf dem vierten Rang landete Brodos zusammen mit der auf die Telekom-Vermarktung spezialisierten Vertriebstochter SCC. Brodos profitierte dabei vom guten Abschneiden von SCC, die sich drei Einzelsiege sicherte. So gewann SCC wie bereits im Vorjahr bei der vom Handel als sehr wichtig eingeschätzten „Persönlichen Betreuung“. Darüber hinaus lag der Fuldaer Distributor bei „Netzfreeschaltung/-vermarktung“ sowie bei „Zahlungsziel und Kreditlimit“ vorne. Brodos setzte sich hingegen bei der „Unterstützung bei Homepage oder Social Media“ durch.

Gute Noten für Faro-com

Einen Sprung nach vorne machte Faro-com. Mit Rang fünf wurde der Spezialdistributor besser bewertet denn je. Einen Einzelsieg konnte Faro einfahren: Wie im Vorjahr lag das Unternehmen bei der Lieferfähigkeit in Führung. Auch Netcom (Platz sechs) und EinsAmobile (Platz sieben) erreichten noch ein Gesamtergebnis mit Prädikat „gut“ – also knapp unter der 2,50. Und auch diese beiden Unternehmen landeten jeweils einen Einzelsieg. So gewann Net-

com einen ersten Platz für sein Engagement im Bereich „Shop-Ausstattung“, und EinsAmobile wurde von den Handelspartnern für den Support vor Ort ausgezeichnet.

Auf den Plätzen acht und neun fanden sich dicht hintereinander Mobilezone Handel und Eno Telecom. Beim Thema „Versand- und Lieferkonditionen“ konnte Mobilezone Handel glänzen, vermutlich aufgrund der kostenfreien Belieferung der Ashop-Partner. Für Eno Telecom ist das Leserwahl-Ergebnis eher unbefriedigend.

Alle Ergebnisse der Leserwahl

Eine detaillierte Auswertung bietet der Report „Distributor des Jahres 2023“. Abonnenten des Premium-Abos „Telecom Handel Insight“ erhalten diesen automatisch. Der Report kann auch einzeln bezogen werden.

Zwar konnte der Distributor aus Nordhorn mit der Kategorie „Reklamationsverhalten/Kulanz“ wieder einen Einzelsieg einfahren, beim Gesamt-Ranking verlor Eno jedoch einige Plätze. Hintergrund dürfte in erster Linie der in diesem Jahr vollzogene Verkauf des Bereichs Netzvermarktung an Mobilezone Handel sein.

Mit Wortmann und Also fanden sich zwei IT-Schwergewichte auf den Rängen zehn und elf. Wortmann entschied sogar zwei Disziplinen für sich: „Technische Hotline“ und „Projektfinanzierung B2B“. Moon Fachhandel, die Handelsmarke von Motion TM, glänzte hingegen beim Thema „Online-Bestellsystem“. Und auch die Schlusslichter Ingram Micro, TK-World und Hotphone hatten ihre starken Seiten: Ingram siegte bei „Cloud- und Marktplatzangebote B2B“, TK-World erstmals bei „Multichannel, Web-Shop und E-Commerce“ und Hotphone wie gewohnt in der Kategorie „Einkaufspreise“. •

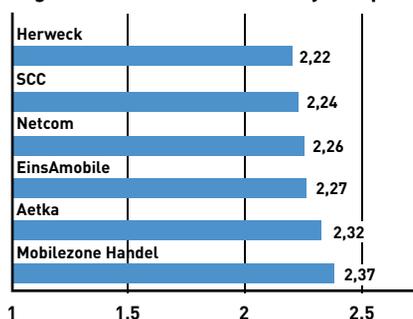


Die Sonderwertungen zur Leserwahl 2023

Für drei besondere Segmente hatte Telecom Handel erneut abgefragt, wie die Leser über die Distributoren urteilen: den Telefonladen in Auflage, den klassischen Fachhändler und das Systemhaus

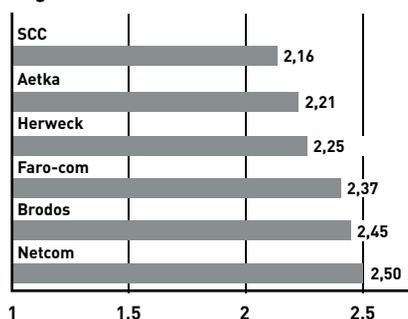
Angaben in Schulnoten

Segment „Telefonladen/Handy-Shop“



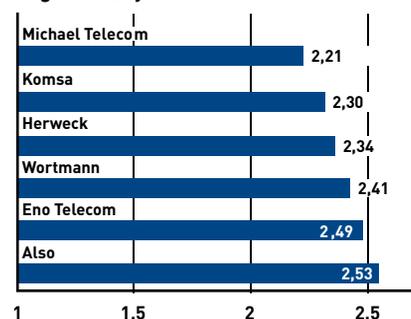
Für die Auswertung im Segment „Telefonladen/Handy-Shop“ wurden die Angaben von stationären Läden herangezogen, die sich in erster Linie an Privatkunden richten und häufig in Laufflaggen zu finden sind. Das B2B-Geschäft spielt eine untergeordnete Rolle. Mobilfunk ist wichtiger als Breitband/Festnetz. Entsprechend wurde auch die Gewichtung der einzelnen Kategorien angepasst. Gewinner wurde erneut Herweck, gefolgt von SCC und Netcom.

Segment „Fachhandel/Local Hero“



Der klassische inhabergeführte Fachhandel steht beim Segment „Fachhandel/Local Hero“ im Mittelpunkt. Meist haben sich die Unternehmer als „Local Hero“ sowohl bei Privat- als auch bei Geschäftskunden einen Namen gemacht; der Anteil an Bestandskunden ist hoch. Das Produktsortiment umfasst Mobilfunk und Festnetz/Breitband gleichermaßen. In diesem Segment tauschten SCC und Aetka die Plätze: 2023 ging der Sieg an SCC.

Segment „Systemhaus“



Im Segment „Systemhaus“ geht es um das Urteil von Systemhaus-Betreibern. Diese besitzen in den meisten Fällen kein Ladengeschäft. Im Vordergrund stehen Themen wie TK-Anlagen, UCC und Cloud-Telefonie. Zielgruppe dieser Reseller sind fast ausschließlich B2B-Kunden, das Privatkundengeschäft spielt kaum eine Rolle. Wie im Vorjahr lag Michael Telecom in diesem Segment auf Platz eins, gefolgt von Komsa und Herweck.

brodos

...einfach mehr im Paket

Unsere On-Tops für den Fachhandel

Wir sind davon überzeugt, dass eine gute Distribution für den TK-Fachhandel mehr bieten muss als Ware, Marge und Provisionen. „Gemeinsam“ ist dafür unser Schlüsselwort:

1: Unternehmertage

Im kompakten Format, gemeinsam mit den VIPs und Profis des jeweiligen Netzbetreibers nehmen wir uns Zeit für einen Deep-Dive-Austausch zu brennenden Themen, Produkt-Previews und Geschäftschancen. Netzwerken gewünscht!



2: Roadshow

Was geht? Auf unserer Roadshow zeigen wir euch unser breites Portfolio mit all unseren bestehenden und neuen Produkten, Partnern, Netzen und Serviceleistungen. Testet neues Zubehör im Hands-On, lernt die regionalen Kollegen noch besser kennen und lasst euch von der ganzen Welt der Telekommunikation inspirieren.



3: Vernetzte Läden

Das Paket aus einem Möbelkonzept, Warenwirtschaft, Shop TV, einem Online-shop und Online-Tools zur Kundenzuführung ist unser „Vernetzter Laden“. Damit bieten wir am Markt das größte und einzige Vollkonzept für den Fachhandel.





**Herzliche Einladung:
Virtuelle Firmenbesuche**



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

Brodos AG

Gegründet 1991

> 500 Mitarbeiter

Umsatz > 700 Mio. GJ 22/23

Zentrale: Baiersdorf

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



4: Omnichannel

Online ist nicht alles, aber ohne Online geht heute nichts mehr. Unser Omnichannel-Team gibt Auskunft zu allen neuen Tipps & Tricks. Mach den kostenlosen 360°-Online-Check und erfahre, wie gut du aufgestellt bist.



5: DaaS

Mobile Endgeräte inklusive Services als kostenpflichtigen Dienst anbieten zu können, bietet auf unkomplizierte Weise attraktive Geschäftschancen. Für alle Fachhandelspartner, die auch Geschäftskunden in ihrem Kundenportfolio bedienen, steht DaaS – Device as a Service – im Fokus.



6: Adventure Club

Gemeinsam erleben wir außergewöhnliche und einzigartige Abenteuer. Im kommenden Jahr haben wir wieder viele spannende Abenteuer für euch im Gepäck: Sei es Trekking im Himalaya, Katamaran auf den Bahamas oder Safari in Afrika – mit diesen „Once in a Lifetime“-Erlebnissen schaffen wir gemeinsam unvergessliche Erinnerungen.

Unser Sortiment

Mobiltelefone / Smartphones / Tablets

DaaS

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 7770 5400

E-Mail: kundenservice@brodos.de

www.brodos.com



Gemeinsam. Erfolgreich.



Wir sorgen mit Vertrauen und in enger Zusammenarbeit dafür, dass die richtigen Produkte und Dienstleistungen am richtigen Ort sind.

Ralf Grundhoff,
CEO, einsAmobile GmbH

Seit 18 Jahren sind wir ein vertrauter Partner im Fachhandel. Mit unserem offenen Fachhandelskonzept bieten wir dem unabhängigen Fachhandel eine flexible Form der Zusammenarbeit. Den Herausforderungen des Tagesgeschäfts und den sich wandelnden Marktanforderungen stellen wir uns auch in Zukunft mit innovativen Vermarktungskonzepten. Gemeinsam mit Netzbetreibern und Herstellern schaffen wir attraktive Angebote für unsere Händler und ihre Kunden. Wie schnell und unkompliziert wir unsere Partner in ihrem operativen Tagesgeschäft unterstützen, wird Ihnen auf Anhieb klar: Prozessoptimierung und Serviceverbesserung sind unser Tagesgeschäft.

aus verschiedenen Kulturen und mit unterschiedlichen Präferenzen prägen die Arbeit in unserer einsAmobile-Unternehmensgruppe. Interkulturelle Sensibilität und Kompetenz sind uns wichtig und Teil unseres täglichen Umgangs miteinander. Wir schätzen die Vielfalt unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und betrachten sie als eine unserer Stärken.

Ausgezeichnet

Unsere Fachhandelspartner zeigen ihre hohe Zufriedenheit dadurch, dass sie uns wiederholt zum Top-Distributor des Jahres wählen. Unser Engagement und unsere Arbeit wurden bereits zwölf Mal mit diesem Titel gewürdigt.



Modernes Logistikzentrum in Dietzenbach mit knapp 2200 m²

Verbunden

Unsere moderne Unternehmensstruktur und zeitgemäßen Arbeitsmethoden machen uns als mittelständisches Unternehmen zu einem attraktiven Arbeitgeber im Rhein-Main-Gebiet. Rund 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Motiviert

Die Zufriedenheit unserer Partner steht bei uns an erster Stelle. Um dies zu erreichen, blicken wir über den Tellerrand hinaus. Wir entwickeln unser Leistungsangebot kontinuierlich weiter. Die Werte Begeisterung, Wertschätzung, Integrität

Unsere Kunden sind unser Mittelpunkt

Mit der Expertise unserer Mitarbeiter, die auf mehr als 20 Jahre Markterfahrung zurückblicken, arbeiten wir als Solution Partner mit allen Beteiligten im Telco-Ökosystem zusammen – zuverlässig, innovativ und solidarisch.

Das Partnerkonzept für den Fachhandel

Säulen unseres Fachhandelskonzepts

- Persönliche Unterstützung durch Vertriebsprofis im Außendienst und Backoffice
- Fachkundige und gut erreichbare Ansprechpartner
- Verlässliche Geräteversorgung zu marktconformen Preisen mit hoher Verfügbarkeit
- Partnerportal PlusPOS – zentrales Vertriebstool und Kommunikationsweg
- Modulares, individualisierbares Shop-Möbelkonzept

Ziele und Vorteile der Fachhandelspartnerschaft

- Starke Vertriebskraft durch engere Zusammenarbeit und gemeinsame Kundenakquise
- Schnelle, ehrliche und verbindliche Kommunikation
- Integrierter Wissenstransfer
- Transparenz, Fairness und gegenseitiger Respekt
- Fortgeschrittene Qualitätskontrolle und schnelle Bearbeitung durch den Einsatz moderner digitaler Technologien

Wir sind ein Unternehmen, das auf Partnerschaften setzt. Wir arbeiten mit unseren Partnern zusammen, um gemeinsam erfolgreich zu sein.

und Disziplin bilden die Grundlage für unser tägliches Handeln und den Umgang mit unseren Partnern.

Umfassend

Um die gesteckten Umsatzziele zu erreichen, bieten wir unseren Partnern ein umfangreiches Angebotsportfolio sowie individuelle Vertriebs- und Marketingunterstützung.

Beständig

Erfolg wird durch die Zusammenarbeit aller Beteiligten erlangt. einsAmobile unterstützt und löst Probleme am Point of Sale und hilft Fachhändlern aktiv dabei, sich erfolgreich von Mitbewerbern abzuheben. ●



Wir helfen dem Einzelhandel bei der Digitalisierung. Mit unseren Lösungen kann der Partner seine Potenziale ausschöpfen und den Kunden Mehrwerte im Verkaufsalldag bieten.

Murat Ayhan,
CEO, einsAmobile GmbH



Unternehmensgruppe

Gründungsjahr: 2005

Gruppenweit ca. 100 Mitarbeiter

Standorte:
Obertshausen (Zentrale),
Mannheim, Fulda, Schweinfurt,
Dietzenbach

Kernsegmente

Netzvermarktung | PK & GK

Indirekter Vertrieb | Fachhandel

Festnetz, Kabel oder Glasfaser |
Internet & DSL

Tablets, Wearables, Smarthome
und IoT | Hardware

Energievermarktung | Gas & Strom

Finanzierung und Versicherung |
Endgeräte

Fulfillment | Projekte

Direktvertrieb & E-Commerce

Unsere Zielgruppen

Netzbetreiber und Hersteller

Fachhandel, Onlinehandel &
Systemhäuser

Kooperationen / Verbundgruppen

E-Commerce

KONTAKT

einsAmobile GmbH

Samerwiesen 6

63179 Obertshausen

Tel.: +49 6104 4057-300

E-Mail: support@einsamobile.de

Partnerportal: www.pluspos.de



Unser Ziel ist es ...

... mit zuverlässiger Partnerschaft und nachhaltiger Entwicklung gemeinsam erfolgreiche Geschäfte zwischen Menschen zu machen.



» Mit ENO als
verlässlichem
Partner mehr
erreichen. «

Gernot Teufel,
Geschäftsführer ENO

Mit mehr als **70 Jahren** am Markt steht ENO für Zuverlässigkeit. Aber mit der mittlerweile 3. Generation am Steuer auch für Innovation und Nachhaltigkeit.

Partnerschaft

Eine stabile Partnerschaft zeichnet sich durch Vertrauen, Zuverlässigkeit sowie eine direkte und ehrliche Kommunikation aus. Im Zusammenspiel werden für die Partner fortschrittliche und effektive Programme sowie lösungsorientierte Dienstleistungen geschaffen. Flexible Lösungen und schnelle Reaktionen zeichnen ENO aus. Um auch die persönlichen Kontakte zu stärken, wird das Vertriebsteam im Innen- und Außendienst weiter ausgebaut. Mit den bestehenden Büros in Berlin, Osnabrück, Dresden und Nordhorn sowie dem neuen Vertriebsbüro in Bochum, ab 01.01.2024, und dem Außendienst sind die persönlichen Ansprechpartner immer in der Nähe.



Boris Baresic, Leiter Vertrieb & Marketing, und Sven Gösch, Leiter Einkauf & Produktmanagement, arbeiten eng zusammen, um für die Partner die besten Lösungen zu bieten

Produktportfolio

Das gesamte ENO-Produktportfolio wird stetig an die Bedürfnisse des Marktes angepasst. Dazu sind die Scouts aus dem Produktteam unterwegs und haben – einzigartig in der ITK-Distribution – das Angebot im Bereich Haus & Freizeit sowie TV & Audio stark ausgeweitet. Direktverträge mit den Herstellern Hisense, Sony, Panasonic, AENO, Philips und Sharp sorgen für eine gute Verfügbarkeit. Auch spezielle IT-Lösungen wie Workstations Display und Peripherie oder Cloud-Telefonie-Lösungen sind Teil des Angebotes. Neu aufgenommen werden Speziallösungen für Datenerfassung vom Weltmarktführer Zebra, von Scanning-Produkten bis hin zu mobilen Computern. Das dedizierte Automotive-Team punktet mit speziell auf diese Zielgruppe zugeschnittenen Lösungen rund um alle Themen wie Fahrzeugzubehör, Navigation, Fahrsicherheit und Telematik.

Rundumservice

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. Ein Beispiel dafür ist das Einbaunetzwerk, das bundesweit den fachgerechten Einbau von Navigationslösungen bietet.

Support

Die ENO Inhouse Werbeagentur hilft den Partnern bei der Planung, Gestaltung sowie Umsetzung individueller Marketingkampagnen im Print- und Onlinebereich für ihre privaten und gewerblichen Endkunden. Das Kreativteam hat immer die zündende Idee für den Erfolg.



Zukunft und Nachhaltigkeit werden in Nordhorn großgeschrieben



Unser Sortiment

Apple

Mobile Devices

IT, Gaming & Home Communication

TV & Audio

Automotive & Navigation

Haus & Freizeit

Unsere Zielgruppe

Fachhandel

Systemhäuser

Automotive-Partner

Retailer

E-Tailer

B2B

Das Automotive-Team bietet eine umfassende Expertise für die Bereiche Navigation, Telematik inkl. eines umfassenden Paketes an Zubehör



ENO-Dienstleistungen

- 3 Jahre Garantie
- Cloud PBX Management
- ECC ESC
- ENO Einbauservice
- Financial Services
- Geschäftskunden-Akquise
- Inhouse Werbeagentur
- Logistik-Fulfillment
- Mobile Device Management
- Online Marketing
- Out of Home
- Repair-Box
- Wertgarantie
- WHITElabel Onlineshop

Nachhaltigkeit

Nicht nur in den Kunden- und Lieferantenbeziehungen wird bei ENO nachhaltig gearbeitet. Auch die passenden Produkte und Dienstleistungen dazu gibt es. 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. Da der Markt für gebrauchte Smartphones wächst und viele Verbraucher umweltfreundliche Kaufentscheidungen treffen möchten, 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. ●

KONTAKT

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



BESUCH UNS & komm zu Deiner Nr. 1



Thomas Bauer
Head of Sales BU Telekom



René Götz
Head of Sales BU Vodafone



Timo Klasen
Head of Sales BU Telefónica

Ihre Nummer 1!

Sicher fragen Sie sich jetzt: Das habe ich doch schon mal gehört. Ganz genau, das haben Sie. Denn wenn Sie ein treuer Leser der Telecom Handel sind, dann haben Sie an dieser Stelle vor genau einem Jahr „Komm zu Deiner Nummer 1!“ gelesen. Und jetzt schon wieder? Ja. Weil wir das nicht einfach nur behaupten. Wir laden Sie ein, sich davon zu überzeugen.

Personen und Persönlichkeiten!

Kann ein Unternehmen eine Persönlichkeit haben? Wir sagen ja. Eine gelebte Persönlichkeit, getragen von den vielen Menschen, die Herweck ausmachen. Vom Kollegen in der Logistik über die Kollegin im Dienstleistungszentrum, vom Account Manager bis zum Vorstand, vom Facilitymanager bis zum Vice President. Und diese Persönlichkeit macht es aus. Selbstbewusst zu sagen: Wir wollen Ihre Nummer 1 sein und bleiben. Die Rahmenbedingungen können wir nicht ändern – auch wenn wir das gerne würden. Wir alle kennen es: Alles wird immer teurer, die gefühlten Probleme in Deutschland, Europa und der Welt scheinen nicht kleiner, sondern immer komplexer und bedrohlicher zu werden.

Und gerade in solchen Zeiten bieten wir uns an. Als verlässlicher ausgewählter Partner an Ihrer Seite. Mit der Kreativität und dem Mut, dem Durchhaltevermögen und dem Fachwissen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und deren Fähigkeit, im Tagesgeschäft die individuellen Herausforderungen, vor der jeder Fachhändler steht, zu sehen, zu verstehen und anzugehen. **Denn das zeichnet uns aus:** in schwierigen Zeiten gemeinsam auch

schwierige Wege zu gehen. Vor allem weiter zu gehen und nicht stehen zu bleiben oder gar getrennte Wege zu gehen, wenn es einmal holprig wird.

Unsere Einladung an Sie

Häufig wurde der Fachhandel bereits totgesagt. Als vor vielen Jahren der Siegeszug der großen Kaufhäuser und Ketten begann, sagten die sogenannten Experten schon den schnellen Niedergang des Fachhandels voraus. Dabei stand der nächste Todbringer für den Fachhandel bereits in den Startlöchern: der Versandhandel. Dies kaum überlebt, kamen die Großflächen-Elektronikmärkte und propagierten den „geilen Geiz“ und dass man „bloß nicht blöd“ sein dürfe. Und nicht zu vergessen die ganz besonderen, teils hausgemachten Bedrohungen für unsere Branche: verschiedenste Tarif-Innovationen möglichst unter 10 Cent, Flatrates und Kostenairbag-Tarife.

Und nicht zu vergessen: der angeblich endgültige Todesstoß. Ein Feind, wie man ihn zuvor nicht einmal erahnen konnte: der Online-Handel.

Wollen wir tatsächlich hier auch über die aktuellen Herausforderungen reden? Energiekrise, Inflation, Krieg in der Ukraine, Konfliktherde im Nahen Osten, Fachkräfte- und Personalmangel ... um nur einige zu nennen. Ja, wollen wir. Zumindest über die Probleme, bei denen wir Ihnen helfen können.

Wenn wir noch nicht Ihre Nummer 1 sind, laden wir Sie ein, uns zu Ihrem Partner zu machen.

Zu einem starken und verlässlichen Partner, zur Bewältigung Ihrer direkten und unmittelbaren Probleme Ihres herausfordernden Tagesgeschäfts.



KOMM ZU HERWECK!



Geistkircher Straße 18 | Tel.: +49 6894 3883-0
 66386 St. Ingbert | herweck.de
 info@herweck.de



Dominik Walter
 Leiter Business Unit IT



Norbert Thewes
 Leiter Business Unit UC



Can Güntüncer
 Executive Vice President Mobile

Trauen Sie sich!

Wir verstehen, dass man gerade aktuell in diesen unruhigen Zeiten eben nicht auf der Suche nach Veränderungen und Wechsel ist. Denn das bringt auch immer Unruhe und eben auch Veränderung mit sich. In Zeiten, in denen viele denken: „Kann nicht alles einfach so werden, wie es einmal war?“ – da sehnt man sich nach Stabilität. Und gerade deshalb fordern wir Sie auf: Testen Sie uns! Und kommen Sie auf uns zu.

Wir sind für Sie da

Was zeichnet uns aus?

Warum sollten Sie zu uns wechseln?

Ganz einfach – weil wir bleiben, wie wir sind. Inhabergeführt, verlässlich und verbindlich. Wir glauben an den Fachhandel und an Endverbraucher, die emanzipierte Entscheidungen treffen. Die dahin gehen, 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 Mitarbeiter, die jeden Tag ihr Bestes für unsere Kunden geben. Unsere Kunden und Partner, mit denen wir Tag für Tag zusammenarbeiten. Die wir unterstützen und von denen wir lernen und die sich untereinander besser machen.



← vondenbestenlernen.herweck.de

Was wirklich wichtig ist

Der richtige Partner. Der nicht den Kopf in den Sand steckt und sich wegduckt. Der genauso wie Sie weiß, um was es wirklich geht: seine Kunden kennen und ihnen schlicht und einfach mehr bieten 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. Es zählt, Probleme anzugehen – ehrlich, transparent und im Gespräch zu bleiben. Deshalb laden wir Sie ein: Kommen Sie zu uns. Besuchen Sie uns. Nutzen Sie die Chance, uns kennenzulernen.

**Denn wir wollen es definitiv:
 Ihre Nummer 1 unter allen
 Distributionen sein.**



Unsere Zielgruppen

Mobilfunk-Fachhandel

Filialisten

IT-Systemhäuser

TK-Systemhäuser

Kooperationen

Verbundgruppen

Sortiment

Mobilfunk & Festnetzanschlüsse

Smartphones & Tablets

Unified Communications

Cloud Services

IT & Netzwerktechnik

Festnetztelefone

Wearables & Zubehör

Multimedia

MESSE

Perspectives 2024

Besuchen Sie uns auf der jährlichen Hausmesse am 7. Juni 2024





aetka.de



Wir kümmern uns!

Mit u. a. diesen Leistungen:

Crosschannel-Konzept inkl. Commerce

Warenwirtschaftssystem

B-Ware / Hardware-Ankauf

Endverbrauchermarketing

POS-Ausstattung

Eigenmarken

Dienstleistungsvermarktung

Kooperationsvorteile & aetka Bonus System

Online-Beratungsplattform fragprofis.de

KONTAKT

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

Verstärker des Fachhandels

Im Verbund stärker: aetka ist mit über 2.000 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, mit dem Fachhändler und Systemhäuser ihre Stärken gegenüber anderen Vertriebsformen noch besser ausspielen können. Als Verbundmitglieder bleiben diese eigenständig, nutzen ihren guten Namen, ihre regionale Bekanntheit und kombinieren diese mit der Handelsmarke aetka, die die Stärken des Fachhandels an den Endverbraucher transportiert.

Das Internet wird lokal. Mit aetka

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

Das umfassende Online-Konzept bringt die Partner mit ihren Stärken ins Netz – von Sichtbarkeit bis Verkauf. Die Kombination aus Online-Auftritt und regionaler Vor-Ort-Präsenz ist aus Sicht von Handlungsexperten 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 Netzvermarktung

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



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

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



Die Crew für maximale Umsätze im B2C- & B2B-Geschäft

Die Zeiten könnten kaum stürmischer sein in unserer Branche: rasante Produktzyklen, enormer Preisdruck, sinkende Margen, heftig umkämpfter Wettbewerb und volatileres Kaufverhalten sind an der Tagesordnung. Gut, wenn Fachhändler und Systemhäuser einen Partner an ihrer Seite haben, der das Geschäft kennt und mit Leistungen unter die Arme greift, die den Umsatz steigern.

KOMSA bietet ein Distributions- und Dienstleistungsspektrum wie kaum ein anderer Distributor in Deutschland. Wer hier kauft, bekommt nicht nur Hardware und Software. Fachhändler und Systemhäuser profitieren von einem umfangreichen Technik-Support, effizientem Logistikservice, Unterstützung bei der Netzvermarktung und vielem mehr.

#Verfügbarkeit: Egal, ob Privat- oder Geschäftskunde – Produktverfügbarkeit ist inzwischen das Hauptkriterium bei der Kaufentscheidung. Händler haben über KOMSA Zugriff auf ein Sortiment aus über 35.000 Produkten und sind damit sowohl fürs Geschäft mit Privatkunden als auch mit Businesskunden bestens gerüstet.

#Schneller Versand: Eigene Lagerhaltung und Warenbevorratung brauchen KOMSA-Partner nicht, denn mit den eLogistik-Leistungen versendet KOMSA Waren auf Wunsch direkt an den Endkunden. Natürlich im Namen des Handelspartners und ohne Umwege über ein weiteres Lager.

#Netzvermarktung: Als Top-Partner aller Netzbetreiber verschafft KOMSA seinen Handelspartnern volle Vermarktungsmacht im Mobilfunk, Festnetz und bei der

Wer jetzt mit uns die Segel setzt, kann mit gutem Rückenwind den Wachstumskurs einschlagen.

Steffen Ebner,
Vertriebsvorstand der KOMSA-Gruppe



Cloud-Telefonie. Das hauseigene Netzteam bietet kompetente Beratung und Vertriebsunterstützung. Margenkalkulation und die komplette Abwicklung sind über KOMSA-eigene Systeme möglich.

#Value Add: KOMSA-Partner bekommen echte Mehrwerte: Von der Leadgenerierung bis zum technischen Support im laufenden Betrieb ist der Distributor an der Seite seiner Handelspartner. Zudem gibt's exklusive Sonderkonditionen für B2B-Projekte.

#Technischer Support: Mit dem Technical Assistance Center unterstützt KOMSA Partner in der Betreuung ihrer Kunden bundesweit per Remote- oder auf Wunsch auch On-Site-Service. Auch Projektunterstützung, WLAN-Ausleuchtung, kundenspezifische Vorkonfiguration von Systemen oder Austauschservice sind möglich. Reseller profitieren davon doppelt: Ihr Wissen gibt die KOMSA-Crew in Technik-, Zertifizierungs- und Vertriebs-Schulungen weiter.

#Reparaturservice: Nachhaltigkeit ist auch in unserer Branche angezeigt. KOMSA ist schon seit Jahren Vorreiter: Geräte werden professionell repariert oder für die Wiedervermarktung aufbereitet und erhalten so einen weiteren Nutzungszyklus. ●



Umfangreiche Pre- und After-Sales-Services

Netzvermarktung

Cloud-Services

Technik-Support

Reparaturservice & Aufbereitung

Hardware-Ankauf & B-Waren-Vermarktung

Privat- und Geschäftskundenmarketing

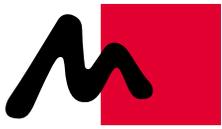
Direktversand

Customizing & Veredelung

und viele weitere

KONTAKT

KOMSA AG
KOMSA Allee 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?

Agieren auf Augenhöhe, flexible Prozesse, kompetente Ansprechpartner, Stabilität und Verlässlichkeit – mit diesen Erfolgsfaktoren sind wir für Sie der bestmögliche Partner für Ihr Business.

Oliver Hemann



Als einer der führenden ITK-Distributoren der Branche bietet die MICHAELTELECOM AG ein breites Portfolio von 255 Herstellern mit einer beständig hohen Verfügbarkeit an. Neben einer hochmodernen Logistik verfügen wir über ein breites Spektrum an Dienstleistungen, die für Sie als Reseller das Leben und Arbeiten vereinfachen. Wir bieten unseren ca. 8.500 Händlern im In- und Ausland ein professionelles Leistungsprofil mit den Schwerpunkten IT- & TK-Distribution, Warenhandel/-versand, Netzvermarktung, Dienstleistungen, Schulung und Beratung.

Unsere Stärken

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

Optimale Prozesse, Zuverlässigkeit und Stabilität

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

Netzvermarktung: Moderne Kommunikation ist vielfältig

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

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 deutschlandweit: Wir vermitteln Wissen mit Workshop-Charakter.

Logistik & IT-Services

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

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

Projektunterstützung

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



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

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

Veranstaltungen

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



Kernportfolio:

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



KONTAKT

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

mobilezone

Zuverlässigkeit & Expertise



mobilezone handel hat Geschäftsführer Dieter Koßmeier um ein kurzes Interview zu einem Fazit über das Jahr 2023 gebeten.

Für die mobilezone handel war 2023 ein spannendes Jahr, wie behältst du dieses Jahr in Erinnerung?

Dieter Koßmeier: (Lacht) Spannend ist noch etwas untertrieben! Wir haben Ende 2022 bekannt gegeben, das US-Army-Geschäft der Siga exchange GmbH (jetzt mobilezone exchange GmbH) zu übernehmen, und sind damit im Jahr 2023 gestartet. Jetzt haben wir neben unseren bekannten Handelspartnern und Endkunden die Möglichkeit, ein weiteres Geschäftsfeld mit unserer Expertise zu entwickeln. Als wenn das dann nicht gereicht hätte, haben wir im April zudem bekannt gegeben, dass wir das Netzbetreibergeschäft der ENO telecom GmbH übernehmen. Hier sehen wir auch die Möglichkeit, unser Portfolio zu erweitern und unsere Marktposition zu stärken.

mobilezone handel war dieses Jahr auch auf der Communicate! in München als Partner dabei. Auf dem Messestand gab es diverse Flyer, unter anderem zum neuen Versicherungsprodukt protect4you. Was ist denn das Besondere daran?

Koßmeier: Eigentlich müsste da ganz korrekt „mobilezone protect4you“ auf dem Flyer stehen, das lasse ich direkt mal ändern. mobilezone protect4you ist unser eigenes Versicherungsprodukt, das wir seit einigen Wochen über den Fachhandel

vermarkten und das aus unserer Sicht absolut konkurrenzfähig, wenn nicht das beste Versicherungsprodukt im Fachhandel ist. Wir haben uns hier für zwei Tarife entschieden, zwischen denen der Kunde wählen kann und bei denen die üblichen Schäden an ihren Mobiltelefonen abgedeckt sind. Ergänzen möchte ich aber auch noch, dass die Vermarktung von mobilezone protect4you dem Fachhandel ein Zusatzgeschäft durch attraktive Provisionen bietet.

Welche neuen Themen hatten wir denn noch auf der Communicate! dabei?

Koßmeier: Ich habe hier noch einen Flyer von HIGH mobile.

Das kenne ich aber doch schon, oder?

Koßmeier: Ja, HIGH mobile ist keine neue Marke von uns. Wir vertreiben unter dieser Marke ein eigenes MVNO seit knapp fünf Jahren und haben in diesem Jahr entschieden, die Marke auch über den Fachhandel zu vermarkten. Wir haben hierzu ein neues Tarifportfolio entwickelt, um keine Konkurrenz zu unserem Online-Geschäft zu forcieren, und haben zudem das Provisionsmodell nach Rücksprache mit den Händlern attraktiv gestaltet. Ich denke, dass wir somit in Zukunft immer öfter das Wort „HIGH“ im Smartphone neben den fünf Empfangsbalken sehen werden.

Bleiben wir mal kurz beim Thema Online-Geschäft. mobilezone handel ist ja allgemein recht aktiv auf Instagram. Was sind denn unsere Ambitionen in diesem Bereich?

Koßmeier: Für mich ist das ganz einfach: Das musst du machen, sonst verlierst du den Anschluss. Wir als mobilezone handel haben uns zum Beispiel für diesen Bereich etwas Expertise von den Kollegen der mobilezone zu uns geholt und treten ab 2024 mit einem überarbeiteten Social-Media-Konzept für uns und unsere Handelspartner auf. Unter der Devise „Hilfe zur Selbsthilfe“ wollen wir unser Know-how an die Händler vermitteln und sie dazu befähigen, eigene Online-Persönlichkeiten zu werden und diesen Kanal wie die klassischen, etablierten Kanäle ganz natürlich und zwanglos zu nutzen.

Okay, das sind ja dann doch mehr Themen als ich anfangs auf meinem Zettel hatte. Lass mich die ursprüngliche Frage umformulieren: Wie wollen wir 2024 in Erinnerung behalten?

Koßmeier: Naja, lass es mich ganz vorsichtig formulieren: Auf unserer Agenda für 2024 stehen nicht weniger Themen als in den Vorjahren, wir werden also weiterhin ordentlich Gas geben! ●



mobilezone
protect 4 you

» **Auf unserer
Agenda für
2024 stehen
nicht weniger
Themen als
in den
Vorjahren.** «

Dieter Koßmeier,
Chief Sales Officer
(CSO,
Geschäftsleitung DE
mobilezone handel
GmbH



KONTAKT

mobilezone handel GmbH

Bergiusstraße 1 a

48165 Münster

Tel.: +49 234 9571963950

E-Mail: info@mobilezone-handel.de



MOTION – Wir bewegen Mobilfunk!



» **Was nicht
passt, wird
passend
gemacht!** «

Stefan Lange,
Geschäftsführer

Herzlich Willkommen bei MOTION – Als Onlinedistribution verstehen wir uns als Partner des Handels mit Fokus auf Onlineprozesse, die Ihnen einen Mehrwert bringen. Ein Paket direkt zum Endkunden? Kein Problem! Sie möchten Bestellungen per Schnittstelle bei uns einreichen oder den Vertrag direkt mit Ware verrechnen? Eine Selbstverständlichkeit!

Wir versuchen für Sie als Shop-Betreiber, Onliner oder Business-Vermarkter die bestmögliche Abwicklung und somit einen Mehrwert zu schaffen.

Sie bringen die Kunden, wir wickeln Ihren Auftrag professionell ab und agieren im Hintergrund, um Ihnen den Rücken freizuhalten. So können Sie sich auf Ihr Geschäft konzentrieren.

„Stillstand ist Rückstand“ – Das ist für uns nicht nur ein Slogan, unser Name steht für Bewegung. Für Sie stehen wir nie still.

MOTION

Ihr verlässlicher Partner für Telekommunikation seit 2003

Seit unserer Gründung im Jahr 2003 hat sich MOTION als bedeutender Akteur im deutschen Mobilfunkhandel etabliert. Mit kontinuierlichem Wachstum und innovativen Lösungen sind wir heute ein unab-

hängiger Online-Distributor. Unsere langjährige Erfahrung, hohe Flexibilität und echte Kundennähe machen uns zum idealen Partner für alle, die einen direkten Draht statt einer langen Leitung suchen.

Moon

Ihr Fachhandelsportal!

Was ist Moon? Moon ist eine der Marken von MOTION, die eine innovative Lösung für Ihren Fachhandel bietet. Unser Portal **www.moon-fachhandel.de** vereinfacht Online-Prozesse, um Offline-Geschäfte profitabel abzuwickeln und anzukurbeln!

Vom kostengünstigen Einkauf bis zur Belieferung des Endkunden in Ihrem Lieferschein mit Ihrem Logo. Von Mobilfunk bis Festnetzprodukte bieten wir das komplette Paket – dabei fokussieren wir uns auf den Bereich Mobilfunk mit Konvergenz-Sortiment wie z.B. Tablets, Notebooks und Wearables. Unser Portal ist gleichzeitig Kalkulationshilfe für unerfahrenere Shop-Mitarbeiter; Sie können Ihre Marge selbst einstellen und haben sofort den richtigen Endkundenpreis, ohne den Taschenrechner nutzen zu müssen.

Zu unseren Kunden zählen bereits über 750 zufriedene Shops. Wann dürfen wir Sie von der Qualität unserer Dienstleistungen überzeugen?



Firmengebäude und Lager der MOTION TM Vertriebs GmbH

Fotos: M/Motion



Taylan Güleriyüz,
Leiter Cardware Handel



Bülent Celik,
Vertriebsinnendienst

Second Life, First Choice: **Zertifizierte Refurbished Smartphones für eine nachhaltige Zukunft mit Fokus auf ESG-Prinzipien.**

Als Spezialist im Bereich Refurbishment öffnen wir Türen zu einer nachhaltigen Zukunft und setzen aktiv auf Umwelt-, Sozial- und Governance-Prinzipien (ESG). Der Erwerb unserer aufgearbeiteten Geräte ist nicht nur eine Entscheidung für Qualität, sondern auch ein Beitrag zur Reduzierung von Elektromüll. Wir verlängern die Lebensdauer von Technologie und fördern einen nachhaltigen Umgang mit Ressourcen.

Wir halten eine große Menge an refurbished Geräten vor, prüfen die versprochene Qualität und bieten Ihnen somit eine Alternative zu teuren Neugeräten. Unsere Geräte sind zertifiziert. Jeder Schritt erfolgt unter strengen ESG-Richtlinien – von der Funktionsfähigkeitsprüfung bis zur äußeren Erscheinung. Nur Produkte, die alle Kriterien erfüllen, werden von uns verkauft. Dies ermöglicht uns, qualitativ hochwertige Produkte zu erschwinglichen Preisen anzubieten, ohne Kompromisse bei der Qualität einzugehen.

Jedes Gerät ist mit einer Gewährleistung von 24 Monaten abgedeckt, um Ihnen zusätzliche Sicherheit zu bieten. Herzlich Willkommen in der Welt von Second Life, First Choice – wo nachhaltige Technologie und verantwortungsbewusst-

ter Konsum Hand in Hand gehen. Und sollte doch einmal ein Gerät nicht Ihren Ansprüchen gerecht werden, kümmern wir uns darum.

Willkommen bei Smieten **Das smarte Technik-Mietmodell für Privat- und Geschäftskunden.**

Das smarte Technik-Mietmodell für Privat- und Geschäftskunden. Mieten Sie kostengünstig Smartphones und High-Tech, ohne hohe Anschaffungskosten. Privat- und Geschäftskunden genießen flexible Laufzeiten, niedrige Monatsmieten und ein umfassendes Schutzpaket.

Smieten steht für zertifizierte Qualität, Flexibilität, Nachhaltigkeit, günstige Monatsmieten und einen inklusiven Techniksenschutz. Bei Smieten können Sie Technik neu oder aufbereitet mieten. Alle Geräte entsprechen höchsten Qualitätsstandards, und selbst gebrauchte Geräte fühlen sich nahezu nagelneu an. Dies wird durch unsere Expertenprüfung sämtlicher Funktionen, exakte Aufbereitung, zertifizierte Datenlöschung und blitzblank-Reinigung gewährleistet.

Und so einfach geht's: Mieten, Nutzen und Sparen! Die Rückgabe ist einfach und kostenlos. Für Geschäftskunden gibt es unser übersichtliches Flottenmanagement, das „Smieten Cockpit“, in dem alle Benutzer und Geräte verwaltet werden können. ●



Unser Sortiment

Smartphones & Tablets

Festnetz

Netzvermarktung

Businessvermarktung
inkl. Mietportfolio MDM
(Mobile Device Management)

Smarthome

Computer & Zubehör

Home Entertainment

Refurbished Smartphones

Accessories

Zielgruppe

Fachhandel

Systemhäuser

Retailer

E-Tailer

Businessvermarkter

KONTAKT

MOTION TM Vertriebs GmbH

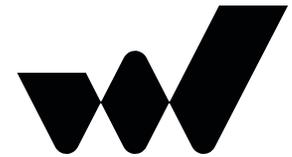
Langbaughstraße 14
53842 Troisdorf

Tel.: +49 (0)2241 / 25 45 125

E-Mail: haendler@motion-tm.de

www.motion-tm.de

Das White-Label-Dilemma



sewan

Stolpersteine und Potenziale beim Reselling



Es ist kein Geheimnis:

» Deutschland hinkt mit der Digitalisierung und Breitbandversorgung hinterher. Doch das bringt unfassbare Chancen mit sich. Ein Blick auf unsere Nachbarn zeigt, dass eine sich verändernde Marktsituation nicht nur lohnend, sondern erfolgsentscheidend sein kann – wenn man auf den richtigen Partner setzt.

Thomas Reinig,
Geschäftsführer, Sewan
Deutschland GmbH

Der ITK-Markt befindet sich in einem stetigen Wandel, getrieben von neuen Technologien und mobilen Arbeitsweisen. Doch viele Unternehmen haben Schwierigkeiten, mit dem Tempo der Digitalisierung Schritt zu halten. Kunden wünschen sich Dienstleister, die alle notwendigen Kompetenzen vereinen, um die gesamte Bedarfskette abzudecken. Damit stehen Systemhäuser vor der Herausforderung, ihre Kunden vollständig für den digitalen Arbeitsplatz

Chancen für Wiederverkäufer

In diesem Zusammenhang kann es Systemhäusern entscheidende Vorteile verschaffen, als (White-Label-)Reseller zu agieren. Dies ermöglicht es ihnen, schnell neue Produkte oder Dienstleistungen in ihr Portfolio aufzunehmen, ohne langwierige Entwicklungsprozesse durchlaufen zu müssen oder große Investitionen in Infrastruktur zu tätigen. Sie können die Leistungen eines anderen Unternehmens weiterverkaufen, dabei

White-Label-Plattform von Sewan



auszustatten. Eine Lösung hierfür besteht darin, Dienste zuzukaufen und den Fokus verstärkt auf den Service zum Kunden zu legen. Somit birgt diese Entwicklung auch die große Chance für IT-Systemhäuser, ihre Kundenbeziehungen neu aufzustellen.

aber ihre eigene Marke etablieren und die Kundenverträge in der Hand behalten. Damit machen sich Systemhäuser unabhängig von ständig wechselnden Vertriebspartner-Programmen. Mit der Möglichkeit, Verkaufspreise individuell festzulegen und den gesamten Umsatz –

Fotos: Sewan

nicht nur eine Provision – in den Büchern zu verzeichnen, klingt das White-Label-Modell fast zu schön, um wahr zu sein.

Trotzdem schrecken Systemhäuser oft davor zurück, da sie befürchten, als Wiederverkäufer mit dem White-Label-Produkt allein gelassen zu werden. (Spoiler: Bei Sewan ist dies nicht der Fall.)

Herausforderungen beim White-Label-Modell

Da der Partner das Vertragsverhältnis zum Endkunden in der eigenen Hand hat, ist er auch der Ansprechpartner für alle Fragen. Geschäftskunden erwarten oft einen 24/7-Support. Ein häufiger Einwand gegen das White-Label-Modell ist daher, dass Systemhäuser an ihre Kapazitätsgrenzen stoßen und nicht den nötigen Kundenservice bieten können. Die Lösung liegt in der Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern. Dabei werden externe Support-Mitarbeiter zu den White-Label-Produkten geschult und können den Endkundensupport bieten. Durch ein „Pay-as-you-go-Modell“ werden nur die tatsächlich beanspruchten Leistungen abgerechnet.

Des Weiteren stellt die Meldepflicht bei der Bundesnetzagentur ein bürokratisches Hindernis für Telekommunikationsanbieter in Deutschland dar. Diese Meldung ist jedoch weniger kompliziert, als es auf den ersten Blick erscheint, insbesondere wenn der Reseller kein eigenes Netz betreibt. Sewan unterstützt seine Partner bei der Meldung. So wird sichergestellt, dass mit geringem Aufwand alle regulatorischen Anforderungen erfüllt werden.

Ein weiteres Argument gegen das White-Label-Modell ist das finanzielle Risiko. Der Partner schließt für den Kunden Laufzeitverträge ab und geht teilweise in Vorkasse. Was passiert, wenn der Kunde nicht zahlt oder insolvent geht? Hier bieten externe Dienstleister Lösungen an, indem sie die geschuldeten Beträge versichern oder das gesamte Forderungsmanagement übernehmen. Dies gibt Partnern die Sicherheit, nicht auf den Kosten sitzen zu bleiben.

Systemhäuser bevorzugen es häufig, die Produkte einer bekannten Marke weiterzuvermitteln, und zögern, ihre eigene Marke am Markt zu platzieren, da diese unbekannt ist und die Kunden erst Vertrauen aufbauen müssen. Doch diese Hürde kann überwunden werden, indem der Lieferant ausreichend technische Informationen bereitstellt und darüber hinaus auch den Vertrieb unterstützt, beispielsweise indem er Flyer, Leistungsbeschreibungen oder andere Vorlagen zur Verfügung stellt. Die Positionierung einer neuen Marke bietet darüber hinaus die Möglichkeit, sich am Markt zu differenzieren und von anderen Produkten des Vordienstleisters abzugrenzen.

Sewans Geschäftsmodell: White-Label-Plattform mit 360-Grad-Unterstützung

Damit Systemhäuser sich auf Neuland begeben und den Schritt zum Reseller wagen, müssen die Dienstleistungen einfach bestellt, verwaltet und abgerechnet werden können. Sewans Plattform ermöglicht es nicht nur, Anrufe und Minuten abzuwickeln, sondern vereint Funktionalitäten für die gesamte Prozesskette im Telekommunikationsbusiness, von der Kundenverwaltung über die Bereitstellung von Diensten bis hin zur automatisierten Rechnungsstellung – alles im Namen der Partner.

Bei Sewan geht White Label über die Vordienstleistungen hinaus und umfasst die Begleitung der Partner während der gesamten Geschäftsbeziehung. Sewan unterstützt den Erfolg ihrer Partner durch eine umfassende 360-Grad-Unterstützung: persönlichen technischen & vertrieblichen Support, Schulungen, personalisierbare Marketingmaterialien sowie Vertragsvorlagen.

Das White-Label-Geschäftsmodell von Sewan erweist sich als eine vielversprechende Lösung für Systemhäuser, um neue Geschäftsperspektiven im Bereich der Telekommunikations- und Clouddienste zu eröffnen. Die scheinbaren Nachteile des Modells können durch kluge Strategien und die Zusammenarbeit mit einem starken Partner überwunden werden. ●

Vorteile White-Label-Geschäftsmodell

- **Neue Geschäftsmöglichkeiten:** Diversifizierung des Angebots, Bereitstellung zusätzlicher Dienste und Erschließung neuer Kundensegmente
- **Nutzung bestehender Infrastruktur:** Keine eigenen Investitionen notwendig, Reseller profitieren vom Know-how sowie der redundanten Infrastruktur des Lieferanten
- **Autonomie:** Unabhängige Steuerung des Geschäfts, individuelle Gestaltung von Produktpaketen und Preisen
- **Steigerung des Umsatzes und des Unternehmenswertes:** Marge selbst festlegen und gesamten Umsatz in den Büchern verzeichnen
- **Kundenbindung:** Direkte Vertragsbeziehung zum Endkunden ermöglicht langfristige Kundenbindung und Stabilität durch wiederkehrende Umsätze
- **Kundenschutz:** Vermeidung von Konkurrenz über Telekommunikationsdienstleistungen

Unser Sortiment

White-Label-Plattform zur Bereitstellung, Steuerung und Abrechnung von Telekommunikations- und Cloud-Dienstleistungen

Telefonie (SIP Trunk, Rufnummern, Cloud-Telefonanlage)

Internetzugang (DSL, Glasfaser & mehr)

Billing as a Service

KONTAKT

Sewan Deutschland GmbH

Straße der Pariser Kommune 12-16
10243 Berlin

Tel.: +49 30 2099442-0

E-Mail: sales@de.sewan.eu

www.de.sewan.eu

Digitale Lösungen für smarte PoS- & Online-Vermarktung



» **Wir gestalten
die Netz-
vermarktung
der Zukunft.** «

Team TK-World AG

Die TK-World AG sieht sich nicht als reine Distribution. Im Fokus steht die Digitalisierung von Prozessen in der Netzvermarktung. Seit Gründung der TK-World verfolgt sie den Ansatz, die Vorteile der Online-Welt mit den Stärken des lokalen Fachhandels zu verbinden. Für ihre Partner ist sie ein zuverlässiger Unterstützer in allen Vermarktungsfragen.

Vom klassischen PoS bis zum individualisierbaren Multibrand-Onlineshop

Die Zielgruppe der TK-World ist breit gefächert. Für jede Art der Vermarktung wird die passende Lösung gefunden: vom klassischen ITK-Fachhändler am PoS bis hin zum erfahrenen und ambitionierten Online-Vermarkter. Auch für Affiliates hat die TK-World Lösungen, die die Sorgen um Cookies gänzlich vermeiden lässt.

Intelligente Lösungen für Onliner & Affiliates

TK-World ist digital aus Tradition. Somit hat auch der Online-Handel eine hohe Priorität. Ein aktueller Schwerpunkt ist die Entwicklung eines White-Label-Shop-Systems, welches für einige der führenden

Netzbetreiber bereits live (z.B. Telekom, Vodafone, Otelco etc.) und erfolgreich im Einsatz ist. Weitere Netzbetreiber sind in der Umsetzung. Die Shops können unter individuellen Brands eingesetzt werden, bieten eine optimierte Kundenführung sowie die Möglichkeit für individuelle Angebote und Incentivierungen, wie Gutscheine, Bonuspunkte oder Cashbacks. „Dadurch, dass unser Shop-System in-house entwickelt und gepflegt wird, sind wir sehr reaktionsschnell und können auch mal kurzfristige Aktionen umsetzen“, ist Kai-Uwe Flormann, CEO, besonders wichtig. Auch Internationalität ist durch die Mehrsprachigkeit der Shops ebenfalls kein Problem.

Digitalisierung & Handarbeit

Ein Widerspruch? „Nein, das ist genau das, was uns ausmacht. Wir setzen auf automatisierte Schnittstellen und Prozesse – kennen aber auch genau die ‚Stellen‘, an denen unser Backoffice ‚Mein OrderTeam‘ noch mehr für unsere Partner herausholt. Jeder Problemauftrag wird geprüft und ggf. nachgearbeitet. Das Ergebnis: eine erwiesene höhere Wandlungsquote – ein Vorteil für Partner & Netzbetreiber!“, so Flormann.

Mit Hilfe des eigenen White-Label-Shop-Systems, Schnittstellen, eigenem Auftragsmanagement und Backoffice wird die gesamte Prozesskette abgedeckt: Kein Auftrag geht verloren, kein Endkunde bleibt unbetreut.

Volle Unterstützung für Fachhändler

„Wir bauen das Online-Geschäft weiter aus, aber verlieren mit dem stationären Fachhandel unsere Basis auf keinen Fall aus den Augen“, betont Kai-Uwe Flormann. Vom deutschlandweiten Fachhändlernetzwerk „anschlussberater“ profitiert



Geschäftsführung und Vorstand der TK-World AG: Kai-Uwe Flormann (links) und Ralf Krippner



Über den Tellerrand geschaut: TK-World Joint-Venture ROBIOTIC entwickelt gemeinsam mit der Würth Industrie Service GmbH & Co. KG und der Kellner & Kunz AG das vollautomatisierte IoT-Waagen-System iSCALE.

jeder TK-World Fachhändler. Darüber hinaus stehen unseren Partnern verschiedene lösungsorientierte Dienstleistungen zur Verfügung: Mit „Mein Webauftritt“ erhalten TK-World Partner eine moderne, Localsearch-optimierte Webseite – direkt mit Online-Bestellung. „Meine KundenCloud“ ist die mächtige Lösung zur Bestandskundenpflege. Ein Partner-CRM auf Salesforce-Basis für die DSGVO-konforme Bestandskundenbetreuung macht Vertragsverlängerungen, Cross-Selling und Haushaltsversorgung zum Kinderspiel. Kombiniert mit der intelligenten Auftragseingabe „SmartOrderPro“ werden umfassende Tools für die Kundenpflege und schnelle Auftragsgenerierung geboten.

Mit Glasfaser in die Zukunft

Als Telekommunikationsunternehmen blickt die TK-World stets in die Zukunft und sieht die Entwicklungen rund um das Thema Glasfaser als spannende Aufgabe. Erste Online-Bestell- und -Vorbestellseiten sind bereits live. Außerdem fand im Sommer dieses Jahres das erste 1&1 Glasfasercamp in den Räumlichkeiten in Paderborn statt, in welchem Fachhändler zu Glasfaserexperten ausgebildet wurden. Zudem stehen weitere interessante Offline- und Online-Projekte bereits in den Startlöchern.

Studie zur Entwicklung des Telekommunikationsmarktes in 2030

Gemeinsam mit der Scenario Management International AG und der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe untersuchte die TK-World schon 2020

verschiedene zukunftsweisende Szenarien des Telekommunikationsmarktes 2030. „Veränderung ist unser permanenter Zustand. Wir wollen potenziellen Veränderungen und Herausforderungen des Marktes immer einen Schritt voraus sein“, so Flormann. Eines der Ergebnisse: Multibrandshops sind auf Dauer erfolgreicher als Singlebrandshops. Die Studienergebnisse wurden gerade in aktuellen Post-Corona-Studien bestätigt und werden Interessierten gerne vorgestellt! Vor dem Hintergrund der Studienergebnisse optimiert die TK-World ihre Dienstleistungen, wovon sowohl Netzbetreiber als auch Partner profitieren.

Gelebte Partnerschaft

Partnerschaften auf Augenhöhe sind ein wichtiger Bestandteil erfolgreicher Vermarktung. Die TK-World legt großen Wert auf die persönliche Zusammenarbeit und Vernetzung mit ihren Partnern. Neben der individuellen Beratung und Unterstützung stehen auch regelmäßige Incentives im Fokus. Ob ein Städtetrip nach Hamburg oder jährliche gemeinsame Grillseminare – der Spaßfaktor darf nicht zu kurz kommen.

Nachhaltiges Wachstum

Nachhaltigkeit ist bei der TK-World ein Herzenthema. Aktuell wird das Firmengebäude in ökologischer Holzrahmenbauweise mit Photovoltaikanlage um zwei Stockwerke erweitert. Und auch wenn viele Mitarbeiter mit dem Firmenrad zur Arbeit kommen, können am Standort bis zu zehn Fahrzeuge an Elektro-Tankstellen geladen werden. ●



Das macht uns aus

Netzvermarktung aller führenden Netzbetreiber

Wertvolle Lösungen für den Fach- und Online-Handel

White-Label-Shop-System

Smarte digitale Prozesse

Fachhändlernetzwerk „anschlussberater“

Erstklassiger Vertriebs- und Marketingsupport



KONTAKT

TK-World AG
Oberes Feld 6
33106 Paderborn
Tel.: +49 5251 6939020
E-Mail: vertrieb@tk-world.de
www.tk-world.de

Telecom Handel | Shop 2.0 NEWSLETTER



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



JETZT KOSTENLOS ABONNIEREN

WWW.TELECOM-HANDEL.DE/NEWSLETTER

Leserwahlen

Smartphone-Hersteller des Jahres S. 62

TK-/UCC-Hersteller des Jahres S. 68

Wer liefert was?

Smartphones und Handys S. 66

PBX-Anbieter S. 72

Firmenporträt

Doro S. 74

Hersteller



Samsung verteidigte im Frühjahr den Titel als „Bester Handy-Hersteller“.

Der deutsche Smartphone-Markt ist gespalten: Die Ergebnisse der Leserwahl zum besten Hersteller zeigten dieses Jahr ein Quartett an der Spitze, das sich immer stärker vom Rest des Feldes absetzen konnte. Geringe Abstände sorgten hinter den vier für Bewegung, während in der Spitzengruppe Google gleich bei der ersten Leserwahlteilnahme zur Konkurrenz für die Platzhirsche wurde.

Auffällig ist, dass sich die drei Sieger des Vorjahres noch einmal in ihrer Note verbessern konnten. Besonders deutlich bei Samsung, was den vierten Sieg in Folge vor Xiaomi und Apple einbrachte. Der neue Vierte, Google, hatte mit 0,41 Punkten bereits einen deutlichen Abstand zum restlichen Feld, das von Sony angeführt wurde. Der Vierte des Vorjahres, Oppo, stürzte dagegen wie seine Tochter OnePlus ab.

Beide Hersteller leiden seit August 2022 unter einem Verkaufsverbot für Smartphones in Deutschland, sie wurden aber weiter zur Wahl gestellt, da die Situation nach wie vor ungeklärt ist und sie noch keinen Rückzug aus Deutschland angekündigt

haben. Nicht mehr am Start waren mit Alcatel und Wiko zwei französische Marken, deren chinesische Besitzer aber den Verkauf von Smartphones hierzulande aufgegeben haben. Neu hinzu kam Google: Der Web-Riese verkauft zwar seine Pixel-Smartphones schon länger direkt, doch inzwischen ist die Präsenz auch im stationären Handel so stark, dass er auch in die Leserwahl aufgenommen wurde – und gleich gut abschneiden konnte.

Noten in 16 Kategorien

Die über 500 teilnehmenden Händler konnten Schulnoten in 16 Kategorien vergeben, daraus errechnete sich die Gesamtnote mit einer Gewichtung je nach der Priorisierung der Einzelwertungen durch die Teilnehmer.

Die Teilnehmer haben auch die Top-Smartphones in drei Preisklassen sowie ihren Favoriten bei den Tablets gekürt. Nachdem im Vorjahr erstmals ein Modell von Xiaomi in der Einsteigerklasse siegen konnte, eroberte Samsung mit dem Galaxy A13 diese Wertung zurück. In der Mittelklasse ist die Galaxy-A5x-Serie seit Jahren stark, und auch diesmal gewann das A53 5G. Mit dem Pixel 6a auf dem dritten Platz schaffte es erstmals ein Gerät von Google aufs Siebertreppchen.

Die Oberklasse war wie in den Vorjahren fest in der Hand von Apple, diesmal mit der iPhone-14-Familie. Bei den Tablets siegte erneut das iPad Pro, doch auf dem zweiten Platz landete mit dem Galaxy Tab S8 ein Konkurrent mit Android nur knapp dahinter. Das erste Tablet von Xiaomi für den deutschen Markt, das Tab 5, wurde auf Anhieb Dritter.

Die Smartphone- und Tablet-Favoriten des Fachhandels

Bestes Einsteiger-Smartphone



Samsung Galaxy A13



Xiaomi Redmi Note 11



Xiaomi Redmi Note 10



Samsung Galaxy A53

Bestes Mittelklasse-Smartphone

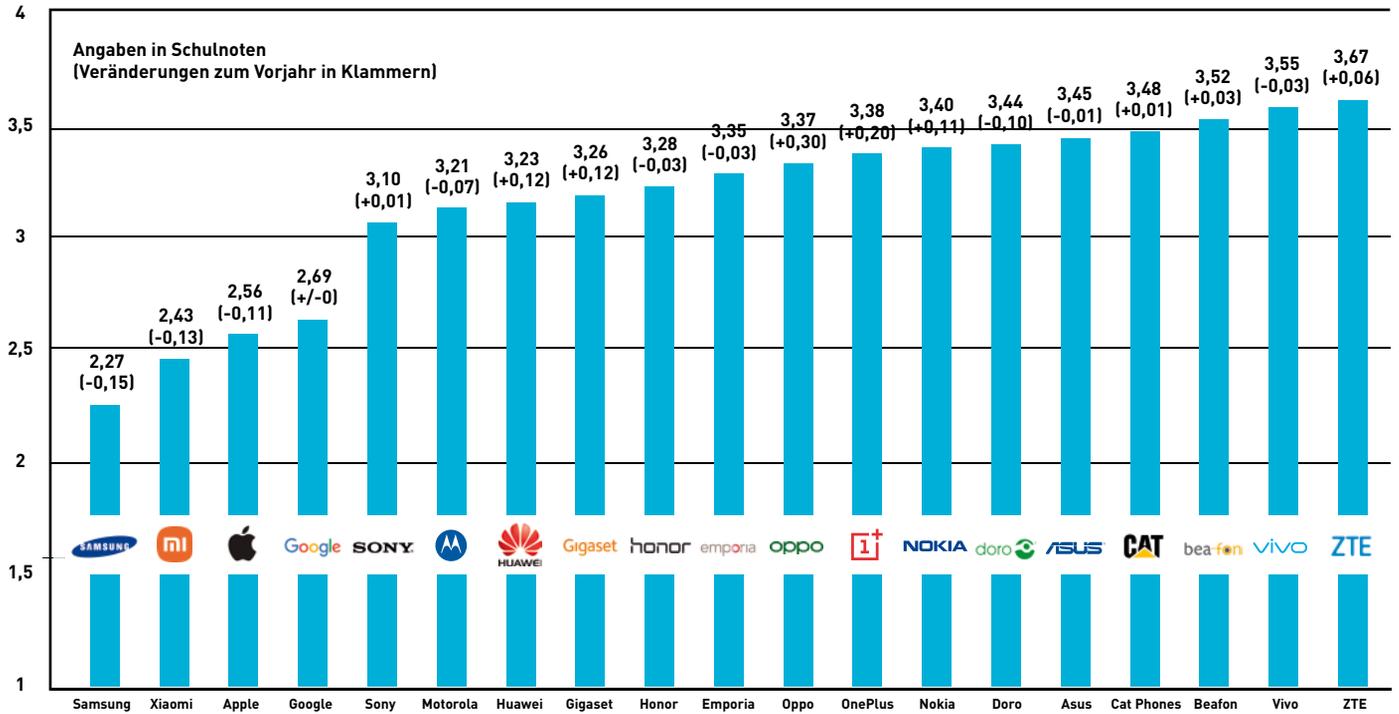


Xiaomi Redmi Note 11 Pro



Google Pixel 6a

Das Gesamtergebnis der Leserwahl 2023



Vorsprung vergrößert

Obwohl die Verfolger im vergangenen Jahr näher an den Sieger Samsung heranrücken konnten, vergrößerte sich der Abstand zum Zweitplatzierten, Xiaomi, nun wieder auf 0,16 Punkte. Die Koreaner zeigten keine Schwächen und schafften es in allen 16 Wertungen unter die drei Besten – und das auch bei den Margen und der Preispolitik, wo das im Vorjahr nicht gelang. Siege gab es aber nur in sechs Wertungen, im Vorjahr waren es acht Erfolge.

Während Samsung den vierten Sieg in Folge feiern konnte, nahm Xiaomi über-

haupt erst zum vierten Mal an der Leserwahl teil. Doch die Chinesen haben sich als stärkster Verfolger etabliert und erreichten zum dritten Mal den zweiten Platz. Auch wenn das Jahr wegen Lieferengpässen nicht einfach für Xiaomi war, zeigte sich die Note um 0,13 Punkte verbessert. Neben dem erneuten Sieg beim Preis-Leistungs-Verhältnis und den Margen gewann der Hersteller mit den Garantieleistungen erstmals eine dritte Kategorie. Die wenigen leichten Schwächen zeigten sich mit fünften Plätzen beim Markenimage und bei der Nachhaltigkeit. ▶

Bestes Oberklasse-Smartphone



Bestes Tablet



Teure Äpfel

Verbessern konnte sich dieses Jahr auch Apple, wo es wie gewohnt Top-Noten für die Produkte und deren Qualität hagelte, aber vor allem die hohen Preise und die schwachen Margen stark kritisiert wurden. Ohne diese letzten Plätze im Feld wäre die US-Marke ein echter Sieganwärter gewesen, denn sie gewann mit sieben Wertungen sogar erstmals eine mehr als der Gesamtsieger Samsung.

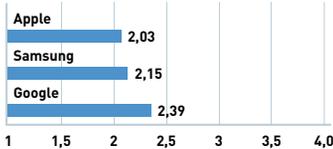
Hinter dem Trio an der Spitze gab es mit Google einen neuen Verfolger, der auf Anhieb den vierten Platz erreichte. Die Pixel-Smartphones sind inzwischen auch im Fachhandel angekommen, nachdem sie dort viele Jahre kaum vertrieben wur-

den. Für Google gab es immerhin fünf dritte Plätze und einen zweiten Platz bei der Preispolitik. Schlecht waren allerdings der 14. Platz bei den Margen und der 15. Platz bei der Marketingunterstützung für die Händler.

Nach dem Quartett an der Spitze klaffte eine deutliche Lücke zum eng beieinander liegenden Mittelfeld. Dieses wurde von Sony angeführt, wo sich die Noten kaum verändert haben. Zu den wenigen Herstellern, die sich verbessern konnten, zählt Motorola und rückt so vom neunten auf den sechsten Platz vor. Das liegt vor allem an guten Noten für das Preis-Leistungs-Verhältnis, die Ausstattung und die Produktpalette.

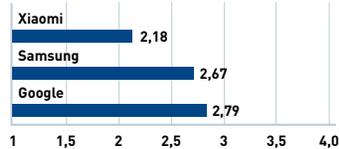
Die jeweils drei besten Hersteller in den 16 Einzelkategorien

Fehleranfälligkeit



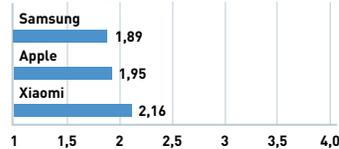
Apple verteidigte den ersten Platz beim Thema Fehleranfälligkeit

Preis-Leistungs-Verhältnis



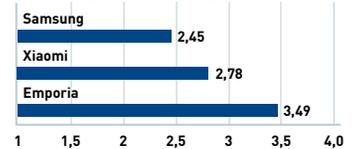
Wenn es um das Preis-Leistungs-Verhältnis ging, war Xiaomi klar vorne

Ausstattung der Geräte



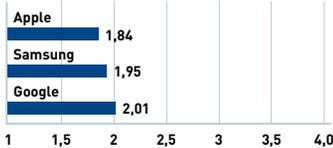
In der wichtigen Kategorie konnte Samsung Apple wieder überholen

Marketingunterstützung



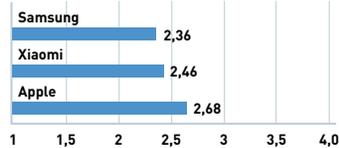
Bei diesem Thema waren die Abstände von der Spitze zum Feld sehr groß

Bedienbarkeit



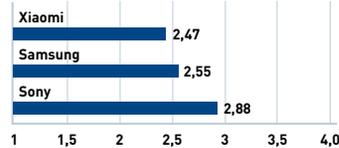
An der Bedienbarkeit von iOS konnte auch Google nicht vorbeikommen

Reparaturabwicklung



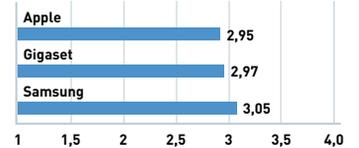
Das breite Servicenetzwerk sicherte Samsung erneut den Sieg

Garantieleistungen/Kulanz



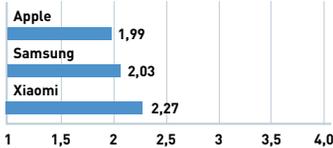
Führungswechsel: Xiaomi gewann erstmals bei den Garantieleistungen

Nachhaltigkeit



Gigaset rutschte beim Thema Nachhaltigkeit auf den zweiten Platz ab

Design



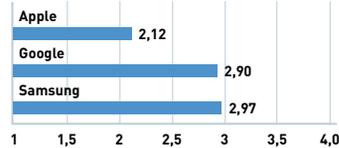
Beim Design war Apple sehr stark, doch Samsung holte auf

Innovation



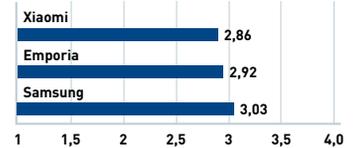
Die neuen iPhones brachten Apple bei der Innovation nicht nach vorne

Stabile und berechenbare Preispolitik



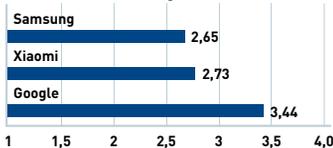
Apple-Produkte sind teuer, und sie bleiben es auch im Laufe der Zeit

Margen



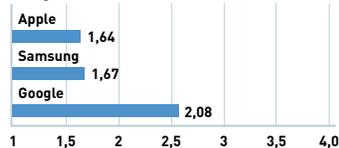
Der zweite Platz von Emporia zeigte, dass auch die Nische lukrativ ist

Demo- und Vorführgeräte



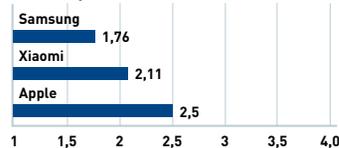
Außer Samsung und Xiaomi erreichte hier kein Hersteller gute Noten

Image



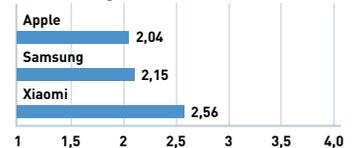
Google verdrängte mit Sony einen großen Markennamen vom Podest

Produktpalette



Das breite Portfolio von Samsung in fast allen Klassen blieb der Maßstab

Zubehörangebot



Beim Thema Zubehör taten sich kleinere Hersteller mangels Volumen schwer

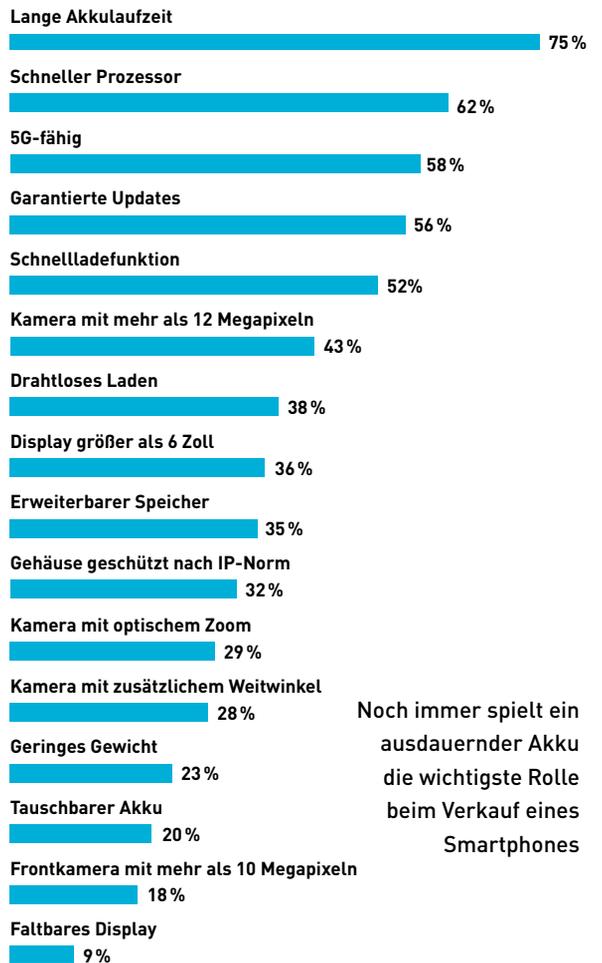
Angaben in Schulnoten

Die Prioritäten des Fachhandels



Eine gute Ausstattung der Smartphones stand dieses Jahr bei den Einzelkategorien ganz oben

Die wichtigsten Features



Noch immer spielt ein ausdauernder Akku die wichtigste Rolle beim Verkauf eines Smartphones

Weiter abwärts ging es für Huawei. Allerdings wurde der Sturz vom Sieg vor vier Jahren ins Mittelfeld im Vergleich zum Vorjahr gebremst. Die ordentlichen Noten in einigen fachhandelsnahen Disziplinen reichten am Ende für Platz sieben.

2022 war Gigaset mit einem Sprung auf den siebten Platz der große Gewinner im Mittelfeld, doch dieses Jahr gab es einen Dämpfer mit Platz acht. Mit einer leichten Verbesserung der Gesamtnote rückte die ehemalige Huawei-Tochter Honor vom elften auf den neunten Platz vor.

Spezialisten für Senioren

Den Dreikampf der Spezialisten für die ältere Zielgruppe konnte wieder Emporia für sich entscheiden. Die Konkurrenten Doro und Beafon erreichten den 14. und 17. Platz. Für Emporia war das Highlight wie im Vorjahr der zweite Platz bei den

Margen, dazu kamen die Linzer zum ersten Mal bei der Marketingunterstützung aufs Treppchen. Bei Doro zeigte sich zumindest eine Verbesserung, indem Beafon überholt werden konnte.

Die Verlierer der Leserwahl waren Oppo und OnePlus, bei deren Bewertung der immer noch bestehende Verkaufsstopp in Deutschland eine große Rolle spielte. Oppo stürzte vom vierten Platz auf Position elf ab, für die Tochtermarke OnePlus ging es von acht auf zwölf.

Weiter nach hinten rutschte auch Nokia von Platz zehn auf 13. Am Ende des Feldes positionierte sich mit einer schlechteren Note als im Vorjahr ZTE. Die Chinesen übernahmen die rote Laterne von Alcatel, die wie der Vorletzte des Vorjahres, Wiko, 2023 nicht mehr am Start waren. ●



Bereit für jeden Bedarf

Wer Smartphones verkaufen will, bekommt bei den Distributoren eine sehr umfangreiche Auswahl an Herstellern.

Ein Senioren-Smartphone, ein robustes Outdoor-Gerät für den Handwerker oder doch ein Produkt aus nachhaltiger Herstellung? Wenn es bei Smartphones um Sonderwünsche jenseits des Mainstreams von iPhone und Samsung Galaxy geht, ist der Fachhandel oft eine gute Anlaufstelle.

Denn über die Distribution kann er praktisch jedes Modell beschaffen, das offiziell in Deutschland angeboten wird. Dazu kommen Restposten von Herstel-

lern, die hier gar nicht aktiv sind. Solche Anbieter wie Alcatel oder Realme finden sich ebenfalls in der Übersicht. Nicht mehr vertreten sind dagegen OnePlus, Oppo und Vivo, die wegen eines Patentstreits mit Nokia mit einem Verkaufsverbot in Deutschland belegt sind. Nach dem Abverkauf von Restbeständen sollten Distributoren diese Produkte ebenfalls nicht mehr anbieten.

Die Lücke, die dieses Trio vor allem in der Einsteiger- und Mittelklasse hinterlas-

Diese Smartphone-Hersteller bieten die Distributoren an (Auswahl)

Name des Unternehmens	Aetka	Allnet	Also	ASVG	Brodos	Demcom	DexxIT	EinsAmobile	Electronic Partner	ENO Telecom	Euronics	Expert	Faro-com	
Alcatel	○	○	●	●	●	●	○	●	○	○	●	○	●	
Apple	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
Asus	○	○	○	●	●	●	●	○	○	○	○	○	○	
Beafon	●	○	○	○	○	●	○	○	●	●	●	●	●	
Carbon Mobile	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	
Cat	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	
Cyrus	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	
Doro	●	○	○	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	
Emporia	●	○	○	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	
Fairphone	●	○	●	●	●	●	●	●	○	○	●	○	●	
Gigaset	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	
Google	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
Honor	○	○	○	○	○	●	○	●	●	●	○	○	●	
Huawei	●	○	○	○	○	●	●	●	●	○	○	○	●	
Motorola	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
Nokia	●	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
Nothing	●	○	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	
Realme	○	○	○	○	○	●	●	●	○	○	●	○	●	
RugGear	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	
Samsung	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
Sony	●	○	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	
Xiaomi	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
ZTE	○	○	●	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●	
Sonstige	Swiss- tone, Ecom, Denver	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	HTC, Swisstone, Microsoft	

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

Die Leser von Telecom Handel haben entschieden: Agfeo gewinnt im SOHO-Bereich, Mitel im Segment Mittelstand/Enterprise.

Agfeo und Mitel stürmen auf den Gipfel

Bereits zum siebten Mal hatten die Leser von Telecom Handel die besten TK- und UCC-Hersteller bewertet. Wie schon im Vorjahr wurden die Gewinner in zwei Kategorien gekürt: SOHO mit bis zu zehn Nutzern und Mittelstand/Enterprise ab elf Anwendern. Bereits im vergangenen Jahr hatte sich die Redaktion entschlossen, Mittelstand und Enterprise gemeinsam zu werten, da die Lösungen mittlerweile weiter skalierbar sind, als es noch vor einigen Jahren der Fall war. Neu war in diesem Jahr: Die Kategorie „Anzahl der SIP-Provider-Templates“ wurde gestrichen. Damit konnten die Teilnehmer der Leserwahl die Anbieter in 16 Kategorien bewerten.

Die Auswertung von knapp 900 vollständig abgegebenen Stimmen erbrachte aber einige Verschiebungen in einem, wie immer, sehr knappen Finale. In diesem Jahr konnte Agfeo den Gipfel als erster Hersteller im SOHO-Segment erklimmen – gemeinsam mit Mitel bei Mittelstand/Enterprise: Das war durchaus eine Über-

raschung, denn im früheren Enterprise-Sektor konnte Mitel bisher durchaus Achtungserfolge erzielen, nicht aber im Brot- und-Butter-Bereich, dem Mittelstand.

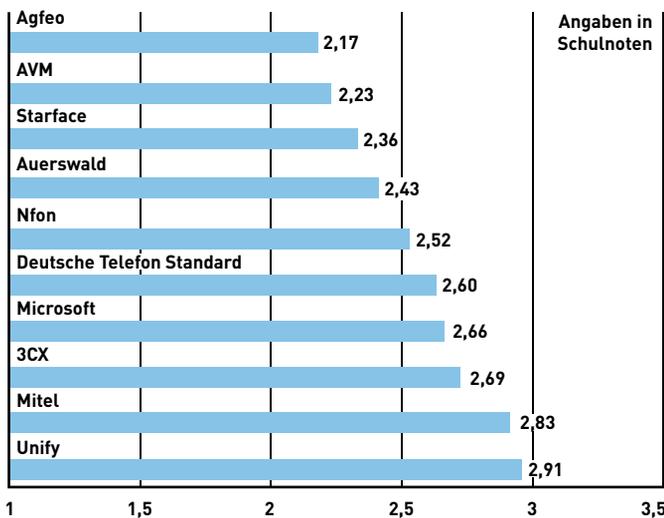
Agfeo erobert den ersten Platz im SOHO-Bereich

Im SOHO-Bereich wechselten sich AVM und Agfeo an der Spitze ab – und das seit Beginn der Leserwahlen. Im laufenden Jahr konnte sich Agfeo in diesem Segment mit der Gesamtnote 2,17 durchsetzen. Zum Vergleich: 2022 reichte die Note 2,22 „nur“ für Rang zwei. Agfeo konnte insgesamt fünf Einzelkategorien für sich entscheiden – darunter wichtige Disziplinen wie der Support oder die Funktionsvielfalt. Hier kommt den Bielefeldern zu gute, dass sie schon seit Jahren auch für den Bereich Smart Home Angebote haben. Dazu kommt noch, dass Agfeo ein Familienunternehmen ist: Viele Händler kennen den Hersteller seit Jahren und schätzen die kurzen Wege. Das goutierten auch einige Teilnehmer dieser Leserwahl. So hieß es bei den offenen Fragen, dass die Händler die schnellen Reaktionszeiten bei dem Hersteller schätzen und auch den persönlichen Austausch mit dem Vertrieb sowie dem Support. Aber, und das ist die Kehrseite: Der Hersteller erhält immer wieder Kritik für seine Preise, die viele als zu hoch empfinden – und Agfeo fehlen zum Teil die Ressourcen für die Entwicklung neuer Lösungen und Systeme. Im Bereich Innovationskraft liegt Agfeo deshalb deutlich hinter dem Zweitplatzierten dieser Leserwahl, AVM.

Mit der Gesamtnote 2,23 erreichte der Berliner Hersteller, der mit seiner Fritz-Box eine gewichtige Marke im SOHO-Bereich etabliert hat, in diesem Jahr Platz zwei. Bei der Leserwahl 2022 lag AVM mit der Note 2,18 auf dem ersten Rang. Diese Noten zeigen einmal mehr, wie eng das Ringen um die vorderen Plätze mittlerweile ist.



Gesamtergebnis SOHO



Agfeo konnte sich vor AVM im SOHO-Bereich durchsetzen, der Abstand zum Vorjahressieger AVM war sehr gering

In vier Einzeldisziplinen belegte AVM den ersten Platz. Dazu gehört die Bekanntheit der Marke, die in der Gewichtung der einzelnen Kategorien nicht so sehr ins Gewicht fiel. Eine wichtige Rolle für die Reseller spielte aber die Produktqualität und -stabilität. Und hier ist AVM schon seit Jahren auf den vorderen Plätzen vertreten. Aber auch im Bereich Innovationskraft haben die Berliner immer wieder die Nase vorn.

Platz drei im SOHO-Bereich erzielte der Hersteller Starface. Die Gesamtnote beträgt 2,36, hat sich also im Vergleich zum Vorjahr (Gesamtnote 2,33) nur wenig verändert. Dennoch reichte dies aus, um einen Platz nach vorne zu rücken. 2022 lag die Deutsche Telefon Standard mit der Note 2,29 noch auf Rang drei.

Ein Blick auf die einzelnen Disziplinen zeigt: Starface konnte drei Siege in Einzelkategorien verbuchen, und zwar in den Bereichen Partnertreue, einfache Zertifizierung und Projektunterstützung. Die nachfolgenden Teilnehmer lagen im Mittelfeld – und Auerswald hatte sich von Platz fünf im vergangenen Jahr (Note 2,51) auf Platz vier mit der Note 2,43 verbessert. Ab Rang vier gab es keinen Sieg eines Herstellers in einer einzelnen Kategorie – im Vorjahr war das noch anders. Da konnte die Deutsche Telefon Standard beispielsweise beim Partnerprogramm punkten, in diesem Jahr ging der erste Platz in dieser Disziplin an Starface. Eine Erklärung für diese Tendenzen lieferten – zumindest zum Teil – die offenen Fragen, bei denen Teilnehmer ihre Meinung zu den Herstellern ohne Vorgaben äußern konnten. Bei Starface beispielsweise gab die Mehrheit der Partner eine gute Note für die Partnertreue ab – andere monierten, dass der Hersteller gerade im SOHO-Segment mit Starface up, dem Angebot für den SOHO-Bereich, schon vor Jahren in die Direktvermarktung über das Internet eingestiegen ist.

Bei Auerswald wiederum gibt es eine ganze Reihe von Händlern, die dem Unternehmen seit Jahren verbunden sind. Die einen freuten sich in den offenen Fragen darüber, dass der Hersteller aus Cremlingen im vergangenen Jahr mit COMuniq ONE eine Cloud-PBX auf den

Markt gebracht hatte. Andere bemängelten, dass dies ein OEM-Produkt von Enreach, konkret dem Wholesale-Anbieter Voiceworks, ist. Sehr häufig wurde zudem angemerkt, dass es kaum mehr neue Produkte oder Lösungen aus dem Haus Auerswald gibt.

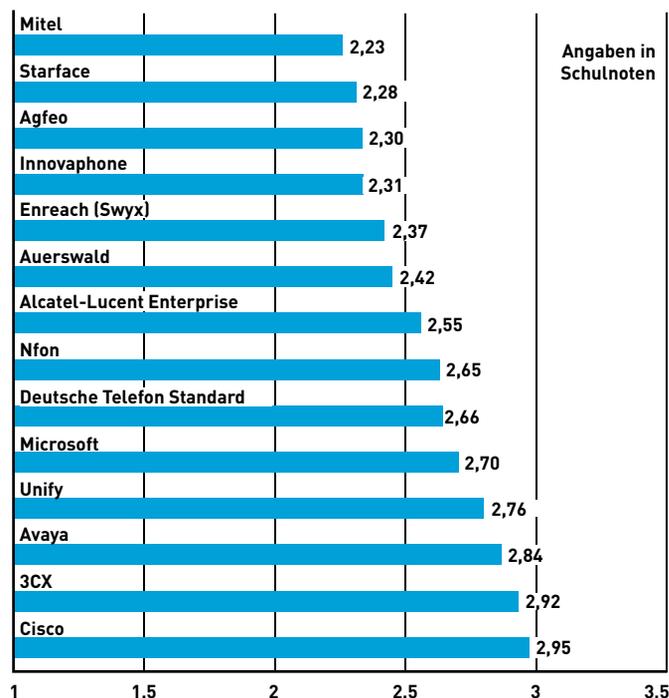
Und nun zu den Schwestern Deutsche Telefon Standard und Nfon: In der vergangenen Leserwahl hatte die Deutsche Telefon Standard noch einen Bonus mit ihrem neuen Partnerprogramm und damit in dieser Kategorie einen Einzelsieg für sich verbuchen können. Bei dieser Leserwahl ging der Preis in diesem Segment an Starface – und DTS lag bei der Gesamtnote hinter Nfon. In den offenen Fragen gab es bei beiden Anbietern häufig die Kritik, dass der Leistungsumfang nicht dem State of the Art entspreche, einige Funktionen als OEM-Produkt zugekauft würden oder nicht vorhanden seien. Generell monierten auch einige Teilnehmer den abgespeckten Funktionsumfang der DTS-Lösung – obwohl der Anbieter immer wieder betont, dies sei Teil der Unternehmensstrategie. Insgesamt aber war auffäl-

So wurde gewählt

Für die Leserwahl zum besten TK- und UCC-Hersteller wurden in diesem Jahr die Unternehmen in zwei Kategorien bewertet: SOHO (bis zu zehn Mitarbeiter) sowie Mittelstand und Enterprise. Letztere wurden erstmals in einem Bereich zusammengefasst. 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.

Knapp **900** Leser von Telecom Handel haben in diesem Jahr an der Wahl zum besten TK- und UCC-Hersteller teilgenommen

Gesamtergebnis Mittelstand/Enterprise



Mitel hat den zusammengefassten Bereich Mittelstand/Enterprise gewonnen, auf Platz zwei kam Starface

Die Gewinner dieses Jahres



Michael Bölke von Agfeo nimmt die Urkunde für den SOHO-Bereich entgegen



Markus Henk von Mittel freut sich über den ersten Platz im Bereich Mittelstand/Enterprise

unterstützung punkten. Einen Einzelsieg verbuchte der Hersteller zudem in der Disziplin Produktqualität/-stabilität. Ein Grund hierfür mag sein, dass Mittel in den vergangenen Monaten kaum neue Lösungen auf den Markt gebracht hat – das bestehende Portfolio ist etabliert und in der Praxis erprobt. Auch bei den Demo- und Vorführgeräten schnitt Mittel besser als die Wettbewerber ab. Schlechte Bewertungen wiederum erhielt der Hersteller beim Preis-Leistungs-Verhältnis, das Reseller als nicht gerechtfertigt sehen. Dies kritisierten auch einige Teilnehmer bei den offenen Fragen. Tenor war, der Anbieter habe in den vergangenen Monaten zu oft an der Preisschraube gedreht.

Erstaunlicherweise schien die geplante Übernahme des Wettbewerbers Unify/Atos – die während der Leserwahl angekündigt wurde – kaum Einfluss auf das Gesamtergebnis zu haben. So mancher Teilnehmer kommentierte dies zwar bei den offenen Fragen, aber meist im Sinne von: Das habe man ja jetzt schon öfter erlebt und Mittel habe Übung in der Integration neuer Unternehmen. Ähnlich verhielt es sich wohl bei Unify/Atos: Wie im Vorjahr belegte der Hersteller Platz elf, die Gesamtnote ist 2,76 und hat sich kaum verändert (2022: 2,77). Der geplante Zusammenschluss mit Mittel wurde indes kaum erwähnt, was daran liegen kann, dass schon lange bekannt war, dass Atos sich von Unify trennen möchte – und Mittel galt als aussichtsreichster Kandidat. Zufriedenstellend konnte diese Platzierung für die Münchner aber nicht sein.

Der Karlsruher Hersteller Starface musste sich in diesem Jahr mit dem zweiten Platz zufriedengeben – nachdem er drei Jahre in diesem Segment an der Spitze stand. Die Gesamtnote ist mit 2,28 im Vergleich zum Vorjahr gleich geblieben, 2022 konnte Starface aber noch in acht Kategorien Einzelsiege für sich verbuchen, bei dieser Leserwahl waren es vier. So wurde der Hersteller für seine einfache Zertifizierung gelobt, auch für die Innovationskraft und das Preis-Leistungs-Verhältnis sowie die stabilen Preise. Doch beim Support, der für die meisten Reseller nach wie vor am wichtigsten ist, liegt Starface immer noch im Mittel-

lig, dass Nfon in diesem Jahr im SOHO-Bereich besser bewertet wurde als die Schwester DTS.

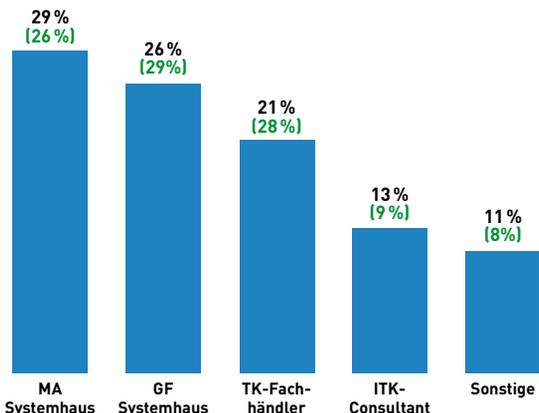
Die anderen Hersteller landeten überwiegend im Mittelfeld oder im unteren Segment bei den einzelnen Disziplinen. Ein Anbieter, Bintec Elmeg, konnte bei dieser Leserwahl nicht mehr berücksichtigt werden. Die Nürnberger erhielten zu wenig Stimmen für eine qualifizierte Bewertung, und sie konzentrieren sich seit geraumer Zeit zunehmend auf die Bereiche Netzwerk und Security.

Mittel gewann bei Mittelstand/Enterprise

Im Segment Mittelstand/Enterprise gab es in diesem Jahr wie schon erwähnt einen neuen Erstplatzierten: Mittel lag mit der Gesamtnote 2,23 vor dem Gewinner der Vorjahre Starface (Note 2,28) – der Vorsprung war also hauchdünn. Mittel konnte vor allem in den Kategorien Partnertreue, Funktionsvielfalt und Projekt-



Die Struktur der Teilnehmer



Über die Hälfte der Teilnehmer dieser Leserwahl arbeitet im Systemhaus-Bereich

Mehrfachnennungen möglich, Vorjahreswert in Grün

feld – und deutlich hinter Mittel, obwohl dieser Hersteller bereits vor Jahren große Teile des Supports an die Distributoren ausgelagert hat. Mittlerweile scheint sich dies besser eingespielt zu haben, Starface hingegen ist für den Support selbst zuständig – und ächzt nach eigenen Angaben unter dem Mangel an Fachkräften.

Auf Platz drei im Bereich Mittelstand/Enterprise kam Agfeo mit der Gesamtnote 2,30 und erzielte im Ranking dasselbe Ergebnis wie im Vorjahr (Gesamtnote 2,33). Gelobt wurden die Bielefelder – wie bereits bei vergangenen Leserwahlen – für ihren Support. Kritik gab es – wie auch schon im SOHO-Bereich – für die Preisgestaltung. Viele Reseller halten die Lösungen einfach für zu teuer. Und auch die Strategie, weiterhin überwiegend auf proprietäre Systeme zu setzen, finden manche Reseller überholt.

Neben den Veränderungen unter den Top 3 der beiden Bereiche gab es aber auch andere Tendenzen bei den Teilnehmern und ihren Bewertungen, die einen näheren Blick wert sind.

So manche Turbulenzen

Im Vergleich zum Vorjahr fiel beispielsweise auf, dass Alcatel-Lucent Enterprise von Platz zwei im Mittelstand/Enterprise auf Platz sieben in diesem Jahr gerutscht ist. Die Gesamtnote war im vergangenen Jahr 2,31, in diesem Jahr betrug sie 2,55. Federn lassen musste der Hersteller in letztlich allen Bereichen und konnte keinen Einzelsieg in einer Kategorie für sich verbuchen. In den offenen Fragen wünschten sich die Teilnehmer vor allem mehr Neuigkeiten und Innovationen – und auch mehr Sichtbarkeit des Herstellers. Die Kooperation mit dem amerikanischen UCaaS-Anbieter RingCentral, die ALE ebenso wie Atos/Unify, Avaya und auch Mittel hat, spielte in diesem Jahr zumindest bei den offenen Fragen nur eine untergeordnete Rolle. Und zwar bei allen vier Herstellern. In den vergangenen Jahren war dies noch ganz anders. Da wurde häufig kritisiert, dass bei diesem Konsortium RingCentral den Vertrag mit den Endkunden hält.

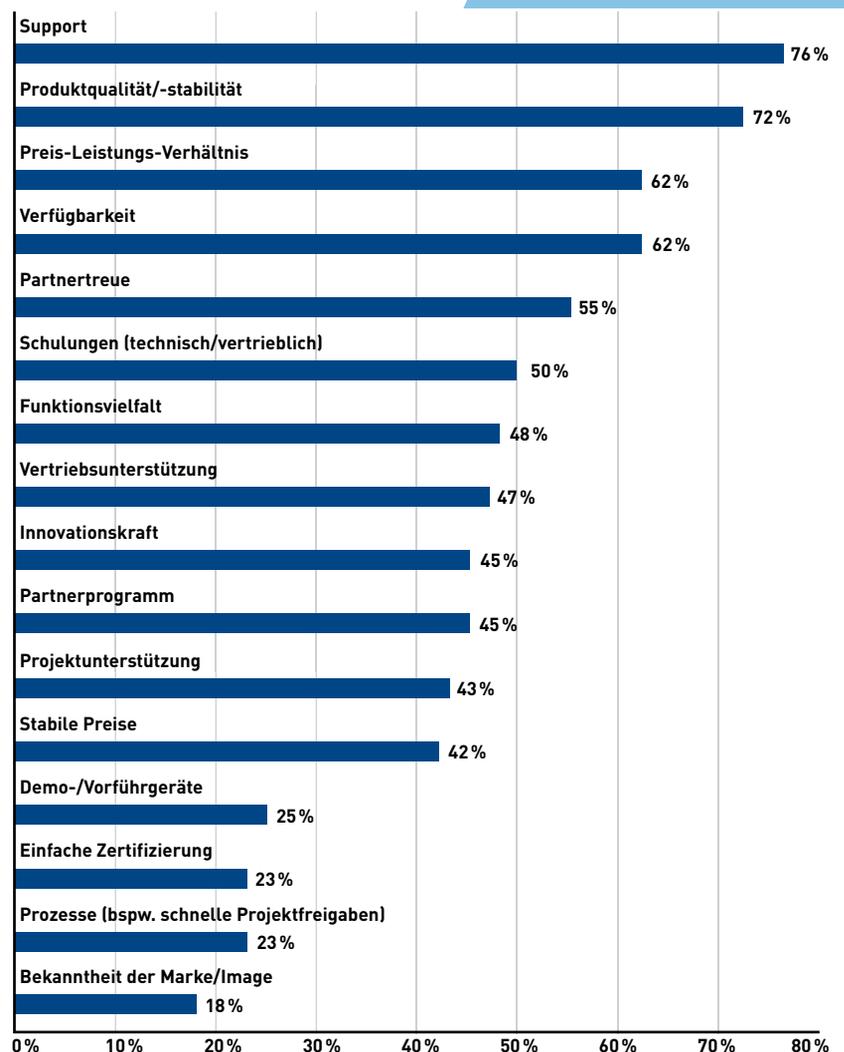
Der Hersteller Innovaphone, der im vergangenen Jahr zu wenig Stimmen er-

hielt und deshalb nicht berücksichtigt werden konnte, meldete sich bei dieser Leserwahl zurück und bewegt sich im oberen Mittelfeld, wie auch in den Leserwahlen zuvor. Placetel hingegen – 2022 erstmals in dieser Leserwahl vertreten – erhielt in diesem Jahr wiederum zu wenig Stimmen für eine qualifizierte Bewertung.

Ein Trend, der sich schon bei den vergangenen Leserwahlen abzeichnete, bestätigte sich auch diesmal: Immer mehr Reseller stimmen für Microsoft ab. Ausgelöst durch die Pandemie und den Siegeszug von Teams beschäftigen sich Reseller zunehmend mit den Collaboration-Lösungen des Software-Riesen. ●

In **16**
Einzelkategorien
konnten die
Teilnehmer die
TK- und UCC-
Hersteller
bewerten

Worauf legen die Händler Wert?



Produktqualität/Stabilität sowie der Support sind für die Leser besonders wichtig, erst dann folgt das Preis-Leistungs-Verhältnis

Telefonieren muss man immer

Die Mehrheit der Distributoren hat eine Auswahl von PBX-Anbietern im Sortiment.

Deutschland hat beim Thema Cloud-PBX noch immer großen Nachholbedarf, das zeigen unter anderem die Analysen von Cavell: Im vergangenen Jahr waren hierzulande nur 12,9 Prozent der Telefonanlagen in der Cloud. Spitzenreiter in Europa sind Spanien mit 40,4 Prozent und Großbritannien mit 38,9 Prozent. Die Analysten von Cavell gehen weiterhin davon aus, dass im Jahr 2026 die Marktdurchdringung in Deutschland bei insgesamt 87,1 Prozent liegen wird – doch selbst Anbieter von Telefonanlagen aus der Cloud glauben nicht, dass dieser Anteil erreicht wird. Die Prognosen der Hersteller liegen zwischen 30 und 40 Prozent, was aber auch eine deutliche Steigerung wäre, vor allem wenn man das langsame Wachstum der ver-

gangenen Jahre berücksichtigt. Und bei aller Euphorie: Die deutliche Mehrheit der Unternehmen nutzt auch in Zukunft eine On-Prem-Lösung oder hostet eine PBX in der privaten Cloud.

Zudem ist die Investitionsbereitschaft in vielen Unternehmen angesichts der geopolitischen Situation zurückgegangen, dies gilt vor allem für den Mittelstand. Laut einem Bericht der Wirtschaftsagentur Creditreform ist das Stimmungsbarmeter für den Mittelstand erstmals seit 2020 in den Minusbereich gerutscht und signalisiert ein Schrumpfen der Wirtschaftskraft. „Die Unternehmen sind in den Abwärtssog aus Inflation und Rezession geraten“, fasst Creditreform die Ergebnisse der Erhebung unter mehr als 1.200 Unternehmen zusammen.

Foto: Monkey Business Images / Shutterstock

Die PBX-Angebote der Distributoren (Auswahl)

Name des Unternehmens	ADN	Aetka	Allnet	Also	Electronic Partner	ENO Telecom	
3CX	●	○	●	○	●	○	
Agfeo	○	●	●	●	●	●	
Alcatel Lucent Enterprise (RingCentral)	○	●	○	●	○	○	
Auerswald	○	●	●	●	●	●	
Avaya (RingCentral)	○	●	○	○	○	○	
Cisco	○	○	○	●	○	○	
Deutsche Telefon Standard	○	○	○	○	●	○	
Enreach (Swyx und Voiceworks)	●	○	○	○	●	○	
Mitel	○	●	●	●	○	○	
Nfon	○	●	●	○	○	○	
Placetel	○	○	○	○	○	○	
Tiptel	○	●	○	○	○	○	
Unify (RingCentral)	○	●	○	●	○	○	
Sonstige	Xelion	LogMeIN (Goto Connect), Genesys, Innovaphone	Vodia, Yeastar	○	○	○	

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



Mit Sicherheit digital aktiv!



Doro verbindet Generationen! Deshalb liegt es uns besonders am Herzen, innovative Produkte zu entwickeln, die sich sowohl für digital Erfahrene eignen als auch die Bedürfnisse der älteren Generation adressieren. Für ein aktives und sicheres Leben.

Michael Rabenstein,
Managing Director
Doro DACH

Immer und überall mit den Liebsten verbunden sein und sich stets digital unterstützt wissen – wie geht das auch im fortgeschrittenen Alter? Doro, der schwedische Pionier für seniorenfreundliche Kommunikationslösungen, hat es sich zur Aufgabe gemacht, der älteren Generation einen sicheren, digitalen Alltag zu ermöglichen.

Gemeinsam mit Wissenschaftlern, Healthcare-Experten und Senioren analysiert Doro seit fast 50 Jahren, welche Herausforderungen das Alter mit sich bringt, wie etwa das Nachlassen des Hör- und Sehvermögens oder eine zunehmend eingeschränkte Motorik. Um allen Menschen die digitale Teilhabe zu ermöglichen, verfolgt Doro das klare Ziel, zukunftsorientierte Kommunikationslösungen zu entwickeln, die sich perfekt auf die eigenen Bedürfnisse anpassen lassen. Benutzer bleiben dank der innovativen Produkte des Unternehmens unkompliziert in Kontakt mit der Familie und Freunden. So kann das Leben selbstbestimmt genossen werden.

Die Mission von Doro ist es, leicht zu bedienende und verständliche Geräte zu entwickeln, die in Kombination mit hilfreichen Funktionen diese altersbedingten Handicaps bestmöglich ausgleichen. Die Produkte wirken auf den ersten Blick wie typische, moderne Geräte, doch spätestens bei der Nutzung erleben ältere Menschen das Doro Plus an Sicherheit. Einzigartige Funktionen ermöglichen eine Anpassung an ihre individuellen Bedürfnisse.

Doro bietet mehr als nur Hardware: So steht der Kundenservice bei allen technischen Fragen stets zur Seite und für diejenigen, die ihr digitales Wissen noch vertiefen möchten, bietet der Kooperationspartner HELFERLINE digitale Trainings an. Außerdem: Für ein sorgenfreies Leben bietet Doro Zugang zu wert-

vollen mobilen Sicherheitsdiensten. Mit der kostenfreien App „Response by Doro“ ist das persönliche Sicherheitsnetz immer nur einen Tastendruck entfernt. In einem Notfall werden bis zu fünf vorab definierte Kontakte automatisch informiert und bekommen zusätzlich per GPS den genauen Standort übermittelt.

Aus dem erfolgreichen Trio wird ein Quartett!

Doro HearingBuds, Doro Watch, Doro Tablet und Doro Smartphone 8200

Damit ältere Menschen immer und überall mit ihren Liebsten in Verbindung bleiben, bietet Doro Lösungen für die ganze Familie an. Die mehrfach ausgezeichneten Geräte sind genau auf die Bedürfnisse der älteren Generation abgestimmt und funktionieren allein oder im aufeinander abgestimmten Produktsystem.

Anfang Juni 2023 präsentierte Doro mit dem **Doro 8200** den Nachfolger des vielfach sehr gut getesteten Doro 8100 Smartphones. Dank des eleganten schwedischen Designs und innovativer Technologien ist es auf den ersten Blick nicht von einem herkömmlichen Smartphone zu unterscheiden. Gleichzeitig



Unser Sortiment:

Maximale Lebensfreude ohne Kompromisse – die Doro Premium Products+

Fotos: Doro



Unsere Zielgruppen:

Doro entwickelt Produktlösungen für die ganze Familie.



www.doro.com/produkte

HERSTELLER



Sales

Name und Funktion	Kontakt
 Mario Hemmerich Vertriebsleiter Deutschland	m.hemmerich@ivsgmbh.de +49 9621 677165
Veli Sen Key Account Manager Retail – Nord-Deutschland	v.sen@ivsgmbh.de +49 1515 7657603
Tomazek Forjanic Key Account Manager Retail & Großkunden – Süd- & West-Deutschland	t.forjanic@ivsgmbh.de +49 1704 489999
Michael Braun Key Account Manager Retail & Großkunden – Süd- & Ost-Deutschland	m.braun@ivsgmbh.de +49 1515 2852206
Torsten Steinfurt Key Account Manager Retail & Großkunden – Nordwest-Deutschland	t.steinfurt@ivsgmbh.de +49 1511 1102099
Uwe Lange Key Account Manager Distribution – Deutschland	u.lange@ivsgmbh.de +49 1715 418006

Das Vertriebsteam von Doro Deutschland sagt Danke

für das engagierte Miteinander und die ständige Bereitschaft, etwas als Partner bewegen zu wollen. Getreu dem Motto „Bewährtes erhalten und Neues wagen“ möchten wir im nächsten Jahr den nächsten Schritt mit unseren Handelspartnern gehen. Lassen Sie uns gemeinsam den Markt der Zukunft mit wegweisenden Ideen und innovativen, seniorenfreundlichen Telekommunikationsleistungen prägen. Wir freuen uns auf das kommende Jahr und auf eine weitere erfolgreiche Zusammenarbeit.

bietet das 8200 aber zahlreiche, an die Bedürfnisse des Alterns angepasste Funktionen – ohne Einschränkungen der von anspruchsvollen Nutzern gewünschten Qualität bei beispielsweise Fotografie oder Video-Telefonie.

Mit der stilvollen **Doro Watch** haben aktive Nutzer auch beim Radfahren, Laufen, Wandern oder Golfen ihre Trainingsergebnisse immer im Blick. Die Menüführung ist einfach und dank der großen, übersichtlichen Anzeige lassen sich alle Informationen leicht ablesen. Außerdem werden gesundheitsrelevante Informationen wie Herzfrequenz oder Schlafdauer einfach getrackt. Zusammen im Bundle sind die beiden sehr gut getesteten Produkte die optimalen Begleiter für einen aktiven und sicheren Alltag.

Ob digitaler Behördengang, Online-Banking oder -Shopping – all das erledigt sich mit dem praktischen und benutzerfreundlichen **Doro Tablet** ganz leicht von zuhause aus. Das brillante, extra helle Display mit großen Icons und individuell anpassbarer Textgröße erleichtert das Betrachten von Fotos, das Lesen von Websites oder die Nutzung von Social Media bei unterschiedlichsten Lichtver-

hältnissen. Das überzeugte auch die Tester. Und mit der einfach anzubringenden Tastatur wird das Tablet schnell zum kleinen Notebook.

Doro **HearingBuds** sorgen für ein natürliches Hörerlebnis, wenn das Hörvermögen altersbedingt nachlässt.

Die brandaktuellen, sehr gut getesteten Doro HearingBuds wurden von Experten als neue Art der Hörunterstützung entwickelt – für großartige Hörerlebnisse ohne Kompromisse bei Passform, Tragekomfort und Klangqualität. Unnatürliche Geräusche werden nicht zurück ins Ohr geleitet und es entsteht auch kein unangenehmer Okklusionseffekt. Dank individueller Hörprofile, die aber Umgebungsgeräusche nicht komplett ausblenden, haben Nutzer die Möglichkeit, wieder aktiv am (digitalen) Leben teilzunehmen. Silikonauflagen in verschiedenen Größen sorgen für den individuell optimalen Sitz und die Bedienung ist dank der praktischen Tap-Control besonders intuitiv. Egal ob links oder rechts – die Doro HearingBuds müssen nicht visuell identifiziert werden, denn sie erkennen automatisch, in welchem Ohr sie stecken. Die Doro HearingBuds sind mit Doro Smartphones und dem Doro Tablet kompatibel, aber selbstverständlich auch mit anderen iOS- oder Android-Smartphones.

Für Doro ist das Alter nur eine Zahl – auch 2024!

Auch die für nächstes Jahr geplanten neuen Produkte reihen sich konsequent in das auf die Herausforderungen des Älterwerdens ausgerichtete, smarte Produktsystem ein. Damit sorgt Doro auch in Zukunft für mehr Lebensfreude sowie (digitale) Teilhabe und gibt älteren Menschen mehr Selbstvertrauen im Umgang mit moderner Technik. Für ein aktives und sicheres Leben! ●



KONTAKT

Doro Deutschland GmbH
 Im Frauental 14
 92224 Amberg

Telecom Handel Jobs

Der Stellenmarkt für die Telekommunikations-Branche

**ES GEHT NICHT
UM EINEN JOB.**

**ES GEHT UM
DEINEN JOB!**

**JETZT
TRAUMJOB
FINDEN!**



jobs.telecom-handel.de

Leserwahlen

Telefongesellschaft des Jahres S. 78

Ergebnisse in den Sparten S. 81

Wer liefert was?

Mobilfunkanbieter S. 84

Festnetzanbieter S. 86

Firmenporträts

Plusnet S. 88

Wertgarantie S. 90

Netze und Services



Spannender Endspurt

Bester
Netzbetreiber
und Provider

Telecom Handel

LESERWAHL
2023

Zur Leserwahl

Mehr als 1.300 Fachhändler und Partnership-Betreiber hatten an der diesjährigen Leserwahl zum besten Netzbetreiber und Provider des Jahres teilgenommen. Zur Wahl standen die drei Netzbetreiber O2 Telefónica, Telekom und Vodafone sowie die Anbieter Freenet und 1&1. Das Gesamtergebnis setzt sich aus 27 Kategorien zusammen und umfasst die Stimmen aus den Bereichen Fachhandel und Partnerships.

Freenet gelang es, sich die Medaille für die beste Telefongesellschaft des Jahres zurückzuerobern. Der Vorjahressieger O2 Telefónica gewann hingegen in der Teildisziplin „Fachhandel“.

Bei einem Wettkampf, bei dem sich die Turnierteilnehmer in vielen verschiedenen Disziplinen messen lassen müssen, kommt es ganz besonders auf die Ausdauer an. Ganze 27 Mal mussten die Netzbetreiber und Provider bei der diesjährigen Leserwahl zur besten Telefongesellschaft des Jahres antreten. Wieder einmal hatte Telecom Handel seine Leser aufgerufen, die Leistungen und Services von Telekom, Vodafone, O2 Telefónica & Co. objektiv zu bewerten. Ermittelt wurde aus den Stimmen der Handelspartner ein Gesamtsieger, zusätzlich gibt es jeweils einen Gewinner in den Sparten Fachhandel, Partnerships, Mobilfunk, Breitband/Festnetz, TV, Discount und Ethno. Nicht alle Anbieter, die zur Wahl standen, bekamen ausreichend Stimmen, um in der Schlussauswertung dabei zu sein – den Regio-Betreibern NetCologne, M-net und EWE Tel gelang dies auch dieses Jahr nicht.

Im großen Finale waren diesmal fünf Kandidaten angetreten: Vorjahressieger O2 Telefónica sowie die Herausforderer

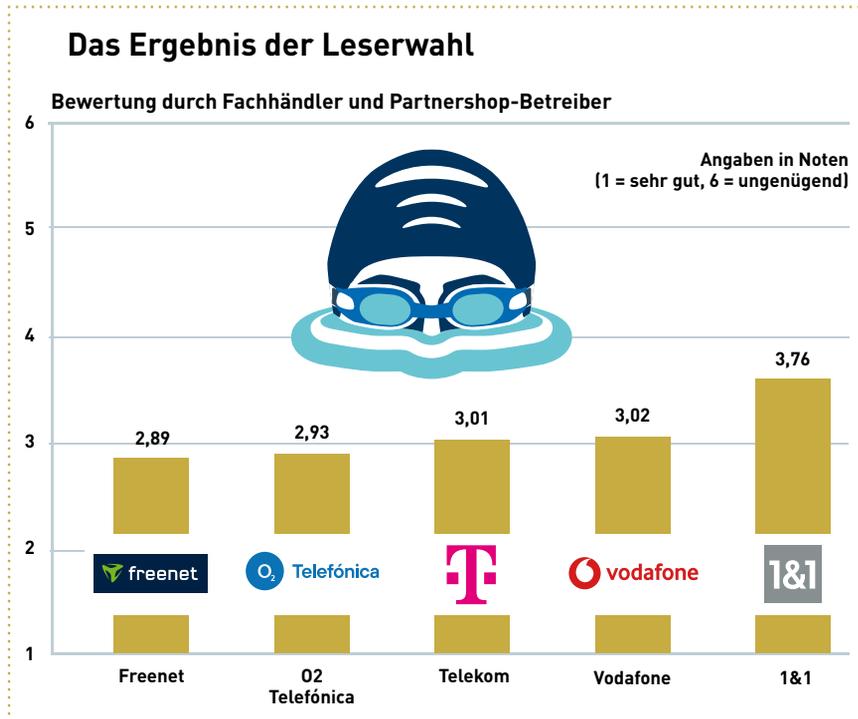
Freenet, Telekom, Vodafone und 1&1. Zu erwarten war ein spannendes Rennen, zumal die Abstände zwischen den Wettkämpfern bereits im Vorjahr nicht groß waren. Mit der Gesamtnote 2,89 erreichte Freenet im Jahr 2023 das beste Ergebnis und eroberte sich den Titel wieder zurück. Zur Erinnerung: Im Vorjahr hatte O2 Telefónica den Sieger des Jahres 2021 vom Thron gestoßen und auf Platz zwei verdrängt. Auch im Segment Partnerships rangierte Freenet diesmal mit der Note 2,85 an erster Stelle, von den Fachhandelspartnern wurde der Anbieter hingegen mit 2,93 bewertet, was in diesem Segment Rang zwei bedeutet.

Freenet siegt in sieben Einzeldisziplinen

Freenet konnte wie im Vorjahr erneut sieben Einzeldisziplinen für sich entscheiden, in sechs davon hatte der Provider bereits im Jahr 2022 gesiegt. So wählten die Händler das Unternehmen für den Umgang mit dem persönlichen Ansprechpartner, für das Freischaltungssystem

beziehungsweise den Freischaltungsprozess, die Einsicht in Kundendaten, das Reklamationsverhalten, die Chancengleichheit für den Handel in Bezug auf die VWL-Fristen sowie die (kostengünstige) Bereitstellung von Shop-Möbeln auf Rang eins. Hinzugekommen war in diesem Jahr ein Einzelsieg im Bereich „Never Payer“. In der Kategorie „Möglichkeit für individuelle Preisnachlässe“ musste Freenet seine Top-Platzierung des Vorjahres hingegen abgeben. Dass Freenet für sein Freischaltssystem Maui erneut Bestnoten einfuhr, war übrigens alles andere als sicher: Denn es gibt bei den Handelspartnern immer noch viel Kritik für die erst in diesem Jahr eingeführte neue Portierungsrichtlinie, die häufig als „rückständig“ oder „umständlich“ bezeichnet wird.

Sehr gut schnitt auch wieder O2 Telefónica ab, auch wenn es für den Gesamtsieg knapp nicht gereicht hat. Mit der Note 2,93 platzierte sich die Telefongesellschaft auf einem guten zweiten Rang und darf sich damit auch „Bester Netzbetreiber“ nennen. Verteidigen kann O2 Telefónica seinen Sieg im Segment Fachhandel; die freien Händler beurteilten die Münchner diesmal mit der Note 2,84. Anders sah es im Bereich der O2 Partnershops aus: Hier kam der Netzbetreiber nur auf die Note 3,07, was (erneut) dem letzten Platz im Ranking innerhalb dieses Teilssegments entspricht – und in den Kommentaren vieler Leserwahl-Teilnehmer unter anderem mit einem hohen Vermarktungs- und Quotendruck begründet wurde. Acht Kategorien (Vorjahr: neun) gingen an O2 Telefónica, in sieben davon konnte das Unternehmen bereits 2022 punkten. Die mit Abstand beste Note gab es diesmal für die Händler-Hotline. Diese wurde von mehreren Handelspartnern explizit gelobt. So hieß es etwa: „Die Wartezeiten an der Hotline sind gering, die Mitarbeiter freundlich und kompetent.“ Wiederholte Einzelsiege konnte O2 Telefónica aber auch beim Preis-Leistungs-Verhältnis, bei der Unterstützung beim Endkundenmarketing, der Höhe der Airtime-Beteiligung, den verkaufsfördernden Maßnahmen (wie Incentives), der Chancengleichheit aller Vertriebspartner



bei der Preis-/Tarifgestaltung sowie der Unterstützung mit Demo-/Vorfürhrgeräten einfahren. Hinzu kam in diesem Jahr ein Einzelsieg in der Rubrik „Unterstützung des Händlers mit WKZ, Boni oder Sonderzahlungen“. Abgeben musste der Netzbetreiber hingegen seine ersten Plätze bei den Themen Multichannel-Strategie und „Never Payer“.

Die Telekom gilt als ehrlich und zuverlässig

Wie bereits im Vorjahr erzielte die Telekom den dritten Platz im Gesamtranking, die Note lag diesmal bei 3,01. Bewertet wurden die Bonner überwiegend von Fachhändlern (wozu auch die Telekom Partner zählen) – daher unterschied sich die Note im Segment Fachhandel mit 3,02 auch nur unwesentlich. Auffallend war, dass gerade bei der Telekom (und mehr noch als bei anderen Anbietern) die Bewertung sehr von der Intensität der Zusammenarbeit abhängt und bei einer engen Kundenbeziehung deutlich besser ausfällt. Im Segment Partnershops wurde die Telekom mit der Note 2,92 beurteilt, wobei dieser Wert aufgrund der – im Vergleich zu O2 und Vodafone – eher überschaubaren Teilnehmerzahl von Telekom-Shop-Betreibern eine gewisse Unschärfe enthält.

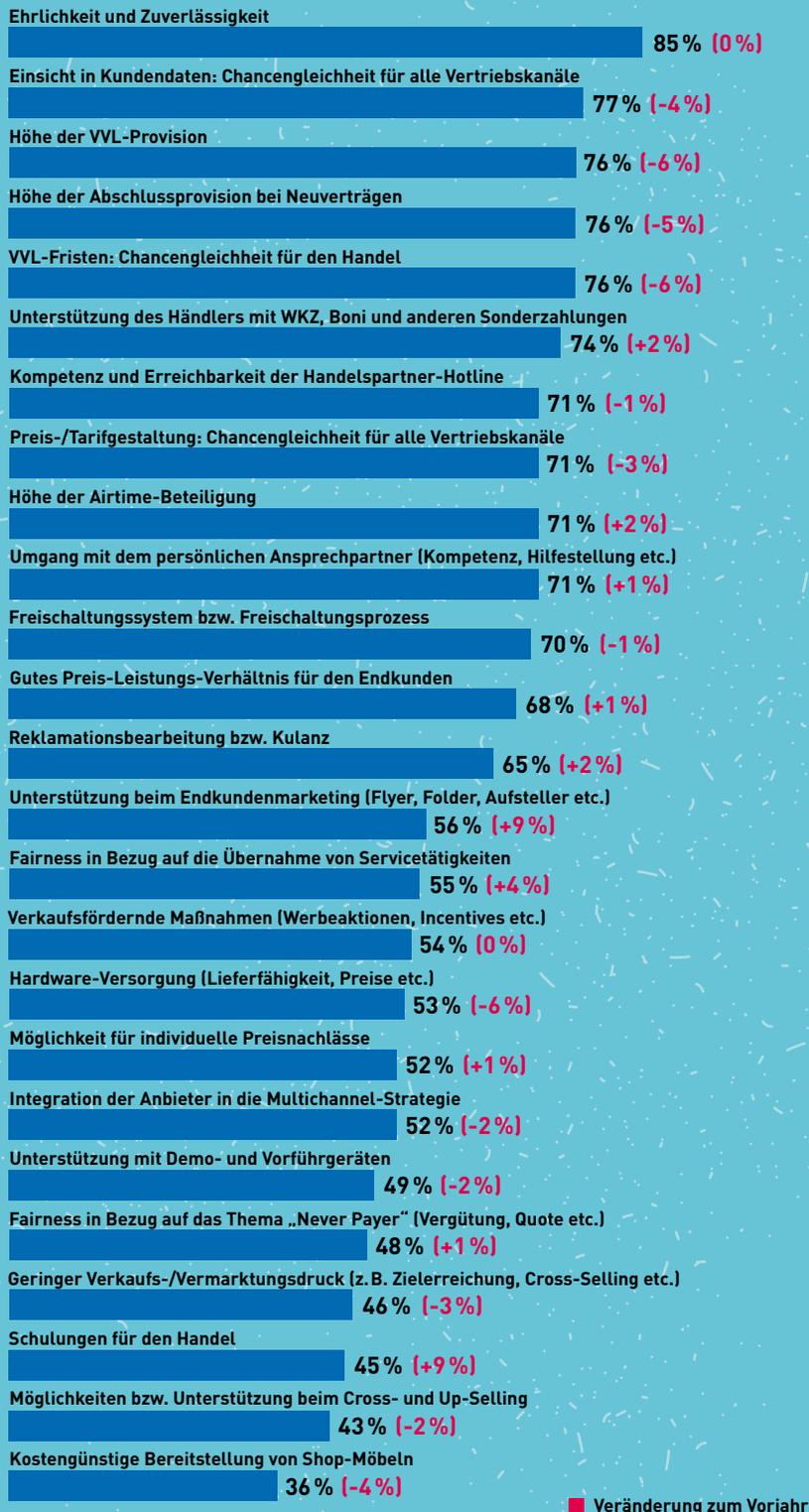
In den vergangenen zwei Jahren hatte die Telekom jeweils sechs Kategorien ▶



Jochen Otterbach (li.) und Chistian Hoffmann (Freenet) freuen sich über den Sieg



Darauf legen Fachhändler und Partnershop-Betreiber Wert



Kein Thema ist dem Handel wichtiger als die „Ehrlichkeit und Zuverlässigkeit“ des Anbieters. 85 Prozent der Leserwahl-Teilnehmer gaben an, dass sie darauf besonders großen Wert legen. Platz zwei belegte die Einsicht in Kundendaten – und damit die Chancengleichheit für alle Vertriebskanäle

für sich entscheiden können: Diese waren die – von den Vertriebspartnern als ganz besonders wichtig eingestufte – Ehrlichkeit und Zuverlässigkeit, die Schulungen für den Handel, die Hardware-Versorgung, die Fairness in Bezug auf die Übernahme von Servicetätigkeiten, die Möglichkeiten des Cross-/Up-Sellings sowie die Höhe der Provision im Breitband-/Festnetz-Segment. Und in genau diesen sechs Disziplinen gewann die Telekom diesmal erneut; hinzu kam noch ein weiterer Sieg in der Kategorie Multichannel-Strategie.

Die besten Provisionen zahlt Vodafone aus

Vodafone erreichte auch 2023 den vierten Rang und wurde von seinen Handelspartnern mit der Gesamtnote 3,02 bewertet. Im Segment Fachhandel erhielten die Düsseldorfer die Note 2,97 und von den Vodafone Partneragenten gab es die Note 3,03. Drei Disziplinen hatte Vodafone bereits seit vielen Jahren regelmäßig gewonnen, und so auch diesmal: Bei der Abschlussprovision bei Mobilfunk-Neuverträgen, der Provision bei Mobilfunk-Vertragsverlängerungen sowie der Prämie für Neuverträge im Breitband-/Festnetz-Segment machte Vodafone niemand etwas vor. Ein vierter Sieg gelang den Düsseldorfern diesmal beim Thema „Möglichkeit für individuelle Preisnachlässe“. Vergleichsweise gut schnitt Vodafone zudem beim Thema Schulungen sowie bei den Möglichkeiten für Cross- und Up-Selling ab. Kritik kam vom Handel hingegen vor allem in puncto „Never Payer“.

Mit großen Ambitionen will 1&1 in die Riege der Netzbetreiber aufsteigen. Insgesamt erreichte der Anbieter in diesem Jahr die Gesamtnote 3,76, die sich ausschließlich aus den Beurteilungen von Fachhändlern zusammensetzte, da es keine 1&1-Shops im Franchise-Modell gibt. In einer Kategorie stach 1&1 – wie in den Vorjahren – hervor: beim (geringen) Verkaufs- und Vermarktungsdruck.

Details zur Leserwahl gibt es im Report zur Leserwahl, den Bezieher des Premium-Abos „Telecom Handel Insight“ automatisch zugestellt bekommen. ●

Diese fünf sind am Ball

Im Discount- und Ethno-Segment machten bei der Leserwahl 2023

Otelo und Ortel das Rennen. Gewählt hatte der Handel auch die besten Anbieter in den Bereichen Mobilfunk, Festnetz und TV.

Wie in den Vorjahren konnten die Teilnehmer an der Leserwahl „Telefongesellschaft des Jahres“ auch über Anbieter abstimmen, die nur in bestimmten Segmenten tätig sind. Auf dieser Grundlage hatte die Redaktion erneut Sieger in den Sparten Discount, Ethno, Mobilfunk, Festnetz/Breitband, TV, Partnershops und Fachhandel gekürt.

Discount-Anbieter: Otelo überholt Congstar

Im Vergleich der Discount-Marken traten in diesem Jahr Congstar, Otelo, Blau, Klarmobil und Yourfone gegeneinander an. Die Gesamtnote setzte sich dabei aus den gewichteten Einzelwertungen aus 14 verschiedenen Disziplinen zusammen. An der Spitze hatten sich in den vergangenen vier Jahren zwei Marken immer wieder abgewechselt: Wurde 2019 noch die Vodafone-Marke Otelo auf Rang eins gewählt, so folgte 2020 die Telekom-Zweitmarke Congstar, und 2021 war wieder Otelo obenauf. 2022 schaffte es erneut Congstar auf Platz eins, und 2023 lag nun wieder Otelo an der Spitze des Feldes – wenn auch denkbar knapp. Mit der Gesamtnote 2,65 setzte sich die Marke gegen den Vorjahressieger durch und eroberte sich damit den Titel „Bester Discount-Anbieter“. Otelo konnte vier Kategorien für sich entscheiden – und diese hatten sich gegenüber 2021 und 2022 auch nicht geändert. So setzte sich Otelo bei der „Höhe der Abschlussprovision bei Neuverträgen“ sowie der „Höhe der VVL-Provision“ an die Spitze. Sieger war der Anbieter auch wieder in den Disziplinen „Schulungen für den Handel“ sowie „Unterstützung des Händlers mit WKZ, Boni und anderen Sonderzahlungen“.

Congstar landete mit der Note 2,67 auf Rang zwei. Die Telekom-Tochter konnte nur eine einzige Disziplin für sich entscheiden, schnitt aber in den meisten an-

deren Kategorien überdurchschnittlich ab. Der Einzelsieg gelang (erneut) in der Kategorie „Verkaufsfördernde Maßnahmen“. Besonders gute Noten gab es ferner in den Rubriken „Freischaltsystem/-prozess“, „Unterstützung beim Endkundenmarketing“ sowie „Kompetenz und Erreichbarkeit der Händler-Hotline“.

Mit der Gesamtnote 2,72 wurde Klarmobil auf Platz drei gewählt. Die Freenet-Marke gewann dafür die meisten Kategorien: Gleich fünf Mal gab es einen Einzelsieg. Top bewertet wurde der Anbieter in den Disziplinen „Einsicht in Kundendaten“, „Chancengleichheit bei den VVL-Fristen“, beim Freischaltsystem sowie beim Thema „Never Payer“ und dem Preis-Leistungs-Verhältnis.

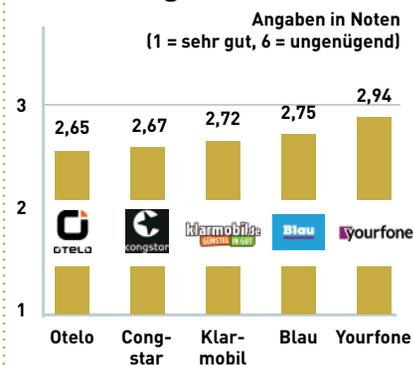
Wie im Vorjahr reichte das Votum der Händler bei Blau für Rang vier. In den Kategorien „Händler-Hotline“ und „Reklamationsverhalten/Kulanz“ gab es jeweils einen Einzelsieg. Yourfone wurde erneut Letzter, gewann aber die beiden Disziplinen Endkundenmarketing sowie Chancengleichheit im Hinblick auf Preise und Tarife.

Ethno: Ortel Mobile löst Ay Yildiz ab

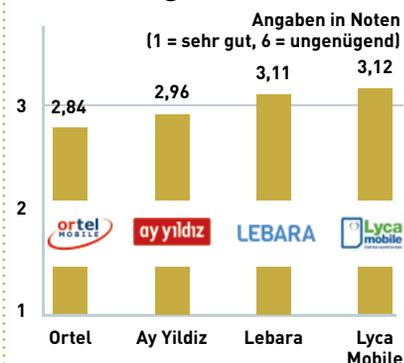
Zwei Jahre in Folge hatte Ay Yildiz den Sieg im Ethno-Segment einfahren können. Nun verwies ein Anbieter aus dem gleichen Haus die auf den türkischen Markt spezialisierte Marke auf den zweiten Platz und übernahm das Ruder: Ortel gewann die Spezialwertung klar mit der Gesamtnote 2,84. In fünf (von elf möglichen) Kategorien wählten die Vertriebspartner die Telefónica-Marke ganz nach oben: So attestierte der Handel Ortel ein besonders gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und lobte die Unterstützung beim Endkundenmarketing. Top-Noten gab es zudem für den Kontakt mit dem persönlichen Ansprechpartner sowie die Unterstützung des Handels mit WKZ. ▶



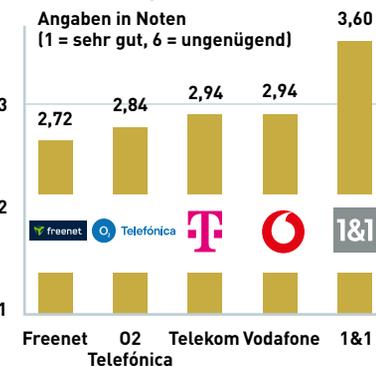
Das Ergebnis der Auswertung Discounter



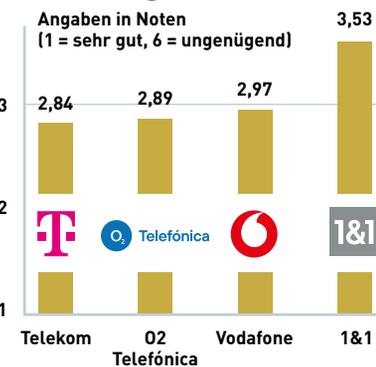
Das Ergebnis der Auswertung Ethno



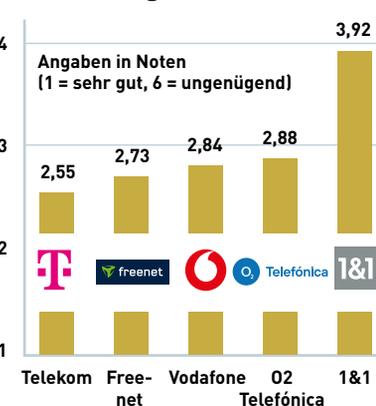
Das Ergebnis der Auswertung Mobilfunk



Das Ergebnis der Auswertung Festnetz



Das Ergebnis der Auswertung TV-Anbieter



Bestes Mobilfunknetz

Wer hat das beste Mobilfunknetz? Bei dieser Zusatzfrage, die keinen Einfluss auf die Auswertung der Leserwahl hat, gewann erneut die Telekom. 2023 erhielten die Bonner wie im Vorjahr die Traumnote 1,8. Rang zwei ging an Vodafone mit der Note 2,3 und O2 Telefónica folgte mit der Note 2,6.

T 1,8

O 2,3

O Telefónica 2,6

Bestes Festnetz

Bei der Zusatzfrage nach dem „besten Festnetz“ gaben die Telecom-Handel-Leser der Telekom die Note 1,9. Damit lagen die Bonner deutlich vor Vodafone (Note 2,3) und O2 Telefónica (Note 2,7). Das Ergebnis der Zusatzfrage ging allerdings nicht in die finale Auswertung ein.

T 1,9

O 2,3

O Telefónica 2,7

Ein Einzelsieg entfiel auf das Thema Schulungen – allerdings mit einer eher mittelmäßigen Note.

Ay Yildiz bekam von den Leserwahl-Teilnehmern nur noch die Gesamtnote 2,96 – nach 2,76 im Vorjahr. In zwei Disziplinen reichte das Votum für einen Einzelsieg, und zwar



bei der Höhe der Abschlussprovision sowie bei der Händler-Hotline. Mit der Gesamtnote 3,11 schnitt auch Lebara klar schlechter ab als im Vorjahr. Möglicherweise hing dies noch mit der Migration der Kunden von der Telekom zu Telefónica zusammen, die dem Anbieter viele Probleme beschert hatte. Ganz vorne lag der Ethno-Spezialist dennoch in drei Kategorien: beim Freischaltungssystem, beim Reklamationsverhalten und bei der Höhe der Airtime.

Nur noch knapp war der Abstand zum Viertplatzierten Lyca Mobile, dessen Gesamtnote 3,12 betrug. In einer Kategorie konnte sich Lyca Mobile gegen den Wettbewerb durchsetzen, und zwar bei den „Verkaufsfördernden Maßnahmen“.

Mobilfunk: Treffer für Freenet

Für die Sonderauswertung „Mobilfunk“ wurden ausschließlich die Stimmen von Fachhändlern und Partnership-Betreibern einbezogen, die besonders stark in der Vermarktung von Mobilfunkprodukten engagiert sind. Darüber hinaus 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 meisten Leserwahl-Teilnehmer im Mobilfunkgeschäft tätig sind, unterscheidet sich das Ergebnis nur wenig vom Gesamtergebnis der Leserwahl. So überrascht es nicht, dass Freenet auch die Sonderwer-

tung im Bereich Mobilfunk gewann. Die Note lag bei 2,72 (Vorjahr: 2,75) – deutlich besser als das Abschneiden in der Gesamtauswertung (Note 2,89). O2 Telefónica erreichte im Mobilfunk-Segment mit der Note 2,84 (Vorjahr: 2,77)

Rang zwei. Rang drei ging mit der Note 2,94 gleich an zwei Anbieter: die Telekom und Vodafone. Im vergangenen Jahr hatte sich die Telekom noch knapp vor Vodafone platzieren können. Schlusslicht war 1&1 mit der Note 3,60 (Vorjahr: 3,30).

Gefragt hatte Telecom Handel die Leser auch danach, wer das beste Mobilfunknetz bereitstellt. Wie bereits in allen Jahren zuvor lag die Telekom hier weiter auf Platz eins. Der Bonner Netzbetreiber bekam die Note 1,8. Das Netz von Vodafone wurde mit der Note 2,3 bewertet, und O2 bekam vom Handel die Note 2,6.

Festnetz: Erneuter Sieg für die Telekom

Ähnlich wie im Mobilfunk-Segment wurden für die Sonderauswertung Festnetz nur die Stimmen von Händlern einbezogen, die sich im Festnetz-/Breitband-Segment stark engagieren. Und auch die Gewichtung der Kategorien wurde entsprechend angepasst.

Zum bereits siebten Mal in Folge gelang es der Telekom, den Titel des „Besten Festnetz-/Breitbandanbieters“ des Jahres zu erringen. Der Netzbetreiber wurde von den Handelspartnern in diesem Segment mit der Note 2,84 (Vorjahr: 2,81) bewertet – und damit deutlich besser als im Gesamtranking (Note 3,01). O2 Telefónica bekam von den Leserwahl-Teilnehmern die Note 2,89 (Vorjahr: 2,84) – und das, obwohl der Anbieter keine eigenen Festnetzanschlüsse vermark-



1



2

Bild 1 Georg Schmitz-Axe (Telekom) mit den Awards für die Segmente Festnetz und TV

Bild 2 O2 Telefónica (im Bild: Kai Zalisz) wurde Sieger im Bereich Fachhandel

tet. Vodafone musste sich erneut mit dem dritten Platz und der Note 2,97 (Vorjahr: 3,03) begnügen. 1&1 belegte Platz vier und erreicht die Note 3,53 (Vorjahr: 3,64).

Bei der zusätzlichen Frage nach dem „besten Festnetz“ lag ebenfalls (wie bereits in den vergangenen Jahren) die Telekom in Führung. Die Bonner erreichten die Note 1,9, dahinter folgte Vodafone mit der Note 2,3. O2 Telefónica kam auf die Note 2,7.

TV-Anbieter: MagentaTV gewinnt

Gefragt wurde im Rahmen der Leserwahl auch, welcher Anbieter in der Gunst des Handels beim Thema TV-Vermarktung ganz vorne liegt. Dabei wurden in die Auswertung alle Anbieter einbezogen, die in diesem Segment aktiv sind und ausreichend Stimmen erhalten haben: die Telekom mit MagentaTV, Vodafone mit GigaTV, Telefónica mit O2 TV, 1&1 mit 1&1 HD TV und Freenet mit waipu.tv sowie Freenet TV. Bewertet wurde von den Leserwahl-Teilnehmern die Zusammenarbeit mit dem Handel im TV-Segment, und hier gab es einen neuen Sieger: die Telekom. Die Händler honorierten das Engagement in der TV-Vermarktung mit der Top-Note 2,55. Auf den weiteren Plätzen folgten Vorjahressieger Freenet mit der Note 2,73, Vodafone mit der Note 2,84 und O2 Telefónica mit der Note 2,88. 1&1 landete mit der Note 3,92 auf dem letzten Platz. Bedingt durch ein detaillierteres Auswertungsverfahren sind die Noten nicht direkt mit dem Vorjahr vergleichbar.

Partnershops: Freenet rückt vor

Wie in den Vorjahren hatte Telecom Handel erneut das Abstimmungsverhalten in den Bereichen Partnershops und Fachhandel differenziert ausgewertet. Grund hierfür ist, dass Partnership-Betreiber andere Erwartungen und Anforderungen an die

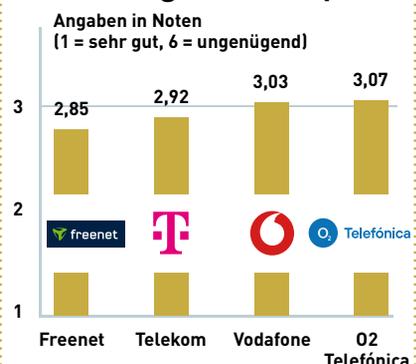
Netzbetreiber und Provider stellen als (freie) Fachhandelspartner.

In der Sonderauswertung „Partnershops“ fanden nur die Antworten von Leserwahl-Teilnehmern Eingang, die einen Partnership betreiben oder Franchise-Nehmer sind und tatsächlich mit dem zu bewertenden Netzbetreiber oder Provider zusammenarbeiten. Das Ergebnis: Freenet konnte sich den Titel vom Vorjahressieger Telekom zurückholen und landete wie bereits im Jahr 2021 auf Platz eins. Der Anbieter erhielt von den Partnern die Note 2,85 (Vorjahr: 2,76). Auf Rang zwei rutschte die Telekom ab, die die Note 2,92 (Vorjahr: 2,63) erzielte. Nach unten ging es auch für Vodafone mit der Note 3,03 (Vorjahr: 2,80). O2 Telefónica belegte im Segment Partnershops wie bereits im Vorjahr nur den vierten und letzten Rang mit der Note 3,07 (Vorjahr: 2,95).

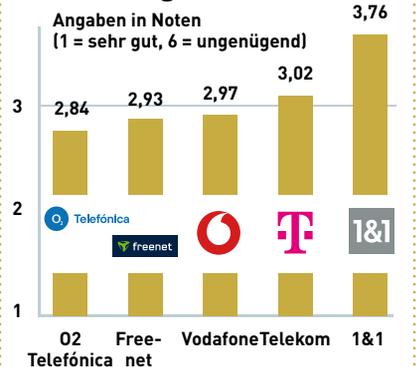
Fachhandel: O2 bleibt vorn

Ganz anders sah es für O2 Telefónica im Bereich Fachhandel aus: Hier bekamen die Münchner häufig auch gute Noten, was einen ersten Platz in der Sonderauswertung nach sich zog. Mit der Note 2,84 (Vorjahr: 2,83) schnitt O2 Telefónica auch nur unwesentlich schlechter ab als im Vorjahr. Platz zwei ging mit der exakt gleichen Note wie im Vorjahr (2,93) erneut an Freenet. Vodafone belegte wie bereits 2022 Rang drei, allerdings fiel die Note mit 2,97 (Vorjahr: 3,08) etwas besser aus. Die Telekom musste sich mit Platz vier und der Note 3,02 (Vorjahr: 3,10) begnügen. Für das vergleichsweise schlechte Abschneiden sind vor allem Händler ohne Telekom-Partner-Status verantwortlich. Das Schlusslicht im Ranking bildete wie bereits in den Vorjahren der Anbieter 1&1 aus Montabaur mit der Note 3,76. ●

Das Ergebnis der Auswertung Partnershops



Das Ergebnis der Auswertung Fachhandel



Die Partner im Mobilfunk

Welcher Distributor arbeitet mit welchen Netzbetreibern und Providern zusammen? Telecom Handel gibt einen Überblick.

Starker Wettbewerb zwischen den Netzbetreibern und Providern besteht derzeit im Breitband- und Glasfasermarkt – hier ist auch für den Fachhandel noch viel Musik drin. Doch im täglichen Umgang mit den Kunden spielt das Mobilfunksegment meist immer noch die größere Rolle. Entsprechend bleibt der deutsche Mobilfunkmarkt auch ein Kernthema für Händler und Distributoren. Die Rolle der Großhändler als Bindeglied zwischen Netzbetreibern, Providern und Resellern ist dabei entscheidend. Sie tragen nicht nur zur Erreichbarkeit und Verfügbarkeit von Diensten und Produk-

ten bei, sondern prägen auch die Marktstrategien und -dynamiken. In dieser schnelllebigen Umgebung sind klare und effiziente Partnerschaften mit den Distributoren und ihren Marken unerlässlich, um den sich ständig ändernden Anforderungen der Kunden gerecht zu werden. Die folgende Tabelle bietet einen umfassenden Überblick über die aktuellen Partnerschaften zwischen Großhändlern und den führenden Marken der Netzbetreiber und Provider. Sie zeigt auf, welche Distributoren welche Marken im Programm haben, und liefert damit Einblicke für Entscheidungsträger und Akteure im

Foto: GaudiLab / Shutterstock

Distributoren im Bereich Mobilfunk (Auswahl)

	Aetka	Also	ASVG	Brodos	Demcom	EinsAmobile	Electronic-Partner	Epsilon	Euronics
1&1	●	○	○	●	●	●	●	○	○
Ay Yildiz	○	○	○	●	●	●	●	○	○
Blau	○	○	○	●	○	●	●	○	●
Congstar	●	●	●	●	○	●	●	○	●
Deutsche Telekom	●	●	●	●	○	●	●	●	●
Drillisch / Yourfone	●	○	○	●	●	●	●	○	○
Freenet	●	○	○	○	●	●	●	○	●
Klarmobil	●	○	○	○	○	○	●	○	●
Lebara Mobile	● ¹⁾	○	○	●	●	●	●	○	●
Lyca Mobile	○	○	○	○	●	○	○	○	○
Ortel Mobile	● ¹⁾	○	○	●	●	●	●	○	○
Otelo	●	○	○	●	○	●	●	○	●
Telefónica Deutschland	● ²⁾	●	○	●	●	●	●	●	●
TürkeiSIM	○	○	○	○	○	●	○	○	○
Vodafone	●	●	○	●	○	●	●	●	●
Yourfone	●	○	○	●	●	●	●	○	●

● = ja; ○ = nein; Quelle: Unternehmensangaben; 1) nur Prepaid, 2) inkl. aetkaSMART



Markt. Aufgeführt sind auch die Marken der Ethno- und Discount-Anbieter – wie etwa Lebara, Ortel Mobile, Congstar oder Blau. Zu beachten ist: Ein „Ja“ bedeutet

nicht, dass ein Direktvertrag vorliegt. Und nicht jede Marke wird in allen Varianten (Post- und Prepaid) über den Fachhandel vertrieben. ●

	Expert	Faro-com	Herweck	Komsa	Michael Telecom	Mobilezone Handel	Motion TM	Municall	Netcom	SCC	TK-World	Token Telecom
	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●
	○	○	●	○	○	●	●	○	○	○	○	●
	●	●	○	○	○	●	○	○	●	○	●	○
	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●	●	○
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○
	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●
	●	○	●	●	●	●	●	●	○	○	○	●
	○	○	●	●	●	●	●	●	○	○	○	●
	●	○	●	●	○	●	○	○	○	○	○	○
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	○	○	●	●	○	●	○	○	○	○	○	○
	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	●
	●	●	●	● ²⁾	●	●	○	●	●	○	●	●
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●
	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●

Glasfaser für die Digitalisierung

Der Breitbandausbau schreitet voran, wenn auch etwas langsam. Für Distributoren und Händler bietet dies viele Chancen.

Rund jeder dritte Haushalt in Deutschland verfügt inzwischen über schnelles Glasfaser-Internet. Wie aus einer Marktanalyse des Bundesverbandes Breitbandkommunikation (Breko) vom Sommer hervorgeht, sind mittlerweile rund 17,3 Millionen Privathaltungen, Unternehmen und öffentliche Einrichtungen angeschlossen.

Diesen Zahlen zufolge geht der Glasfaserausbau in Deutschland offenbar zügig voran. So lag der Anteil der an Glasfaser angeschlossenen Haushalte im Vorjahr noch bei 26 Prozent – Ende 2020 waren es 17,7 Prozent. Im europäischen Ver-

gleich steht Deutschland nun ebenfalls besser da: Im Index für die digitale Wirtschaft und Gesellschaft (DESI), der die Versorgung mit Telekommunikationsleistungen misst, reicht es inzwischen für Rang vier. Zum Vergleich: Im Jahr 2021 stand Deutschland auf Platz elf.

Schnelle Internet-Anschlüsse via Glasfaser, darin sind sich alle einig, sind der Schlüssel für die Digitalisierung Deutschlands. Doch auch wenn die Zahl der Glasfaseranschlüsse steigt, gibt es dennoch eine ganze Reihe von Hindernissen – und auch Kritik. Diese betrifft vor allem die Deutsche Telekom und den sogenannten

Foto: Ground Picture / Shutterstock

Distributoren im Bereich Breitband/Festnetz (Auswahl)

Name des Unternehmens	ADN	Aetka	Allnet	Also	ASVG	Brodos	Demcom	EinsAmobile	Electronic Partner	Epsilon	Euronics
Congstar	○	○	○	●	○	●	○	●	●	○	○
Ecotel	○	●	○	●	○	○	○	○	●	○	○
Gamma	○	○	○	○	○	○	○	○	○	●	○
M-net	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Plusnet	○	●	●	●	○	○	○	○	○	○	○
Tele Columbus / Pyür	○	○	○	○	○	○	○	●	●	○	○
Deutsche Telekom	○	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●
Telefónica	○	●	○	●	○	●	○	●	●	●	○
United Internet (1&1)	○	●	○	○	○	●	●	●	●	○	○
1&1 Versatel	●	○	●	●	○	○	●	●	●	○	○
Vodafone	○	●	○	●	○	●	○	●	●	●	●
Sonstige	MK Netzdienste GmbH	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

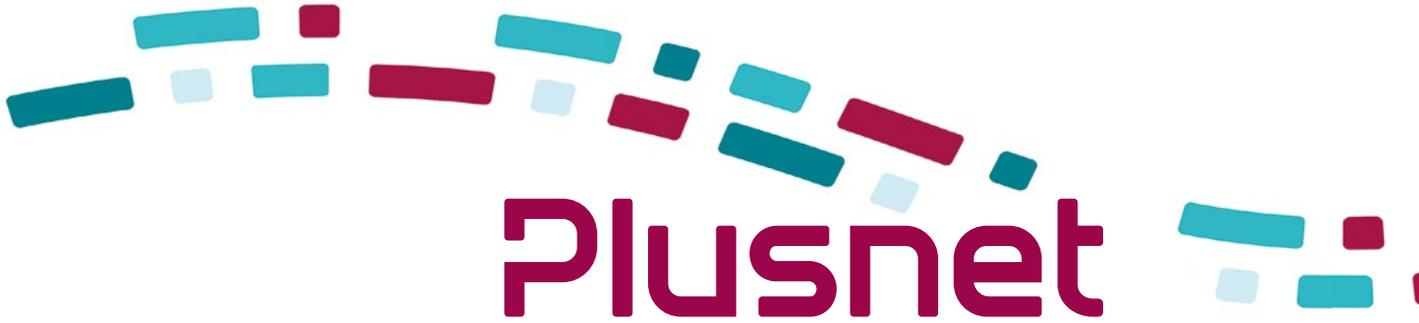
● = ja; ○ = nein; Quelle: Unternehmensangaben, inklusive Subdistribution

Überbau: Für den Internet-Ausbau werden demnach auch dort neue Glasfaserleitungen verlegt, wo es bereits welche gibt oder wo deren Verlegung längst geplant ist. Die Deutsche Telekom weist diesen Vorwurf natürlich zurück, mahnt zu einer „Versachlichung der Debatte“ und verweist auf Kooperationen, die der Bonner Netzbetreiber in den vergangenen Monaten vor allem mit einigen Stadtnetzbetreibern abgeschlossen hat.

Nach all den Jahren über die Diskussionen zum Breitbandausbau ist sicher, dass Glasfaseranschlüsse die Zukunft sind – und sie können auch die Geschäfte in den Regionen beleben. Denn die Netzbetreiber sind mehr als bereit – gemeinsam mit ihren Distributoren –, die Erschließung einzelner Gebiete zu fördern. Den Vermarktern vor Ort kommt hier eine Schlüsselrolle zu, sie sollten ihre Partner auf jeden Fall zu den Ausbauplänen der Netzbetreiber und deren Aktionen ansprechen. ●



	Expert	Faro-com	Herweck	Itas	Komsa	Michael Telecom	Mobilezone Handel	Motion TM	Municall	Netcom	SCC	TK-World	Toker Telecom
	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	●	○
	○	○	○	○	●	●	○	○	○	○	○	○	○
	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	○	○	○
	○	○	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○
	○	○	●	○	●	●	○	○	●	○	○	○	○
	○	○	○	○	○	○	●	●	●	○	○	●	○
	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	○
	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	○	●	●
	○	●	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●
	○	○	○	○	○	●	●	●	●	○	○	●	○
	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●
	○	○	○	Bluevoice	○	○	○	○	Deutsche Glasfaser, T&A Systeme	○	○	●	○



Schrittmacher für die



Die hohe Individualität unserer Services, unsere Verlässlichkeit, die enorme Fachexpertise und das außergewöhnliche Engagement unserer Mitarbeitenden machen uns stark.

Bert Wilden,
CCO, Plusnet GmbH

Plusnet ist einer der führenden Partner in Telekommunikation für Mittelstand, Großkunden und Kommunen in Deutschland. Mit der richtigen Lösung für Internet, Telefonie und Vernetzung machen wir Telekommunikation für unsere Kunden und Partner einfach und zukunftssicher.

Seit mehr als zwanzig Jahren bietet das Kölner Unternehmen, hervorgegangen aus der damaligen QSC AG (heute q.beyond), die gesamte Bandbreite moderner Telekommunikations- und Netzdienstleistungen. Zudem betreibt Plusnet eine eigene, bundesweite Netzinfrastruktur und verfügt über jahrzehntelange Erfahrung im Betrieb unterschiedlicher Breitband-Technologien.

So ist das Unternehmen in der Lage, mit seinen mehr als 28.000 Geschäftskunden in ganz Deutschland zukunfts-sichere TK-Produkte und Lösungen zur Verfügung zu stellen. Darüber hinaus bietet Plusnet Netzwerkmanagement für Infrastrukturbetreiber an, inklusive netznaher Dienstleistungen.

Ausrichtung des Geschäfts auf Zukunftstechnologie Glasfaser

Eine leistungsfähige Breitbandanbindung und die dazugehörigen Dienste entscheiden im Gigabit-Zeitalter über die Zukunftsfähigkeit von Unternehmen, Kommunen sowie der gesamten Gesellschaft. Deshalb investiert Plusnet im Rahmen der Telekommunikationsstrategie der Konzernmutter EnBW seit 2021 in die Transformation des eigenen Geschäfts in Richtung Glasfaser.

Dabei investiert das Unternehmen bundesweit in eigene Glasfasernetze, um Kommunen und ansässige Unternehmen anschluss- und zukunftsfähig zu machen, mit Fokus auf unterversorgte Gewerbegebiete und Mischgebiete. Darüber hinaus treibt Plusnet die eigene Netzplattform Netbridge voran – mit der Zielsetzung, Glasfasernetze unterschiedlicher Anbieter bundesweit zu einem virtuellen Netz zusammenzuführen und dieses für alle Marktteilnehmer zu öffnen (Open Access).



Fotos: Plusnet GmbH/Getty Images (gorodenkoff/Eva-Katalin/enigma_images)

digitale Zukunft

Große Partnerlandschaft als Weg zum Erfolg

Die bundesweit über 300 Vertriebspartner bilden das Rückgrat des Erfolges. Sie vermitteln das Plusnet-Produktportfolio an tausende Geschäftskunden im Land. Value Added Reseller gehen noch einen Schritt weiter und integrieren die angebotenen Vorleistungsprodukte in ihr eigenes Produktportfolio. Zusätzlich arbeitet Plusnet im Bereich ISP & Carrier sowie Consumer Wholesale bundesweit mit einer Vielzahl von Internet- & Telefonie-Anbietern zusammen. Hier steht der Wiederverkauf von Internetzugängen und Sprachdiensten auf Basis des Plusnet-Netzes im Vordergrund.

Ob als IT- oder Telekommunikationsdienstleister, Reseller, Systemhaus, Systemintegrator, Service Provider oder Carrier mit eigener Netzinfrastruktur: Plusnet-Partner können den Ansprüchen ihrer Kunden individuell und ganzheitlich gerecht werden – und dazu auf Produkte aus unterschiedlichen Kategorien zurückgreifen. Damit verbinden sich die vielfältigen Möglichkeiten einer modularen Produktpalette mit der Effizienz eines einzigen kompetenten Ansprechpartners für alle TK-Lösungen.

Zusammenarbeit auf Augenhöhe

Mit Partnern vertrauensvoll auf Augenhöhe zusammenzuarbeiten ist eine Kernkompetenz im heterogenen Telekommunikationsmarkt. Auf den Partner-events wie der jährlich im Frühjahr stattfindenden Partnertour in verschiedenen deutschen Großstädten, aber auch der traditionellen Partnerkonferenz zum

Jahresende wird der rege und partnerschaftliche Austausch gepflegt. Top-Themen 2023 waren beispielsweise die Integration der Plusnet Cloud Telefonanlage in die Collaborations-Lösung WebEx, flexible Standortvernetzungen via SD-WAN oder die gemeinschaftliche Nutzung von Glasfasernetzen via Open Access. Zusätzlich bietet das Unternehmen regelmäßige Produkt-Workshops und Zertifizierungsschulungen. Das exklusive Partnerportal liefert eine intensive Pre- und Aftersales-Unterstützung sowie professionelle Unterstützung fürs Marketing.

Neuer Markenauftritt unterstreicht Stärken

Plusnet besitzt die treuesten Kunden im deutschen TK-Markt, gemessen an Dauer der Kundenbeziehung und Wechselabsicht. Um dem Anspruch als Schrittmacher für die digitale Zukunft gerecht zu werden, hat das Unternehmen im Oktober seinen Markenauftritt runderneuert. „Durch den Refresh zeigen wir selbstbewusst und empathisch unsere Stärken: Wir sind gut und anders als unsere Wettbewerber. Dieses klare Profil und die Investition in unsere Außenwirkung geben Rückenwind für unser gesamtes Team auf allen Vertriebskanälen“, erläutert Vertriebschef Bert Wilden die Neuausrichtung der Marke und ergänzt: „Das hilft auch unseren Partnern, deren Kommunikation mit Interessenten und Kunden darauf aufsetzen kann. Mit unserem Marken-Refresh machen wir klar, dass wir einen Plan haben und Richtung Zukunft aufbrechen – und zeigen so, warum Plusnet für die Kunden eine gute Wahl ist.“ •

NETZE UND SERVICES



Plusnet in Zahlen

- Über 28.000 Geschäftskunden
- Glasfaserreichweite rund 16 Mio. Anschlüsse bis 2030
- Mehr als 6.500 km eigenes aktives Glasfaser-Backbone
- Über 300 Vermarktungspartner
- Rund 200 Mio. € Umsatz (in 2022)
- Rund 500 Mitarbeitende an 10 Standorten

Produktportfolio

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

KONTAKT

Plusnet GmbH
Rudi-Conin-Straße 5a
50829 Köln
Tel.: +49 0221 49939933
E-Mail: info@plusnet.de
www.plusnet.de

➔ WERTGARANTIE®

Seit 60 Jahren im Dienst der Nachhaltigkeit



Wir interagieren, informieren und binden unsere B2B-Partnerinnen und Partner aktiv mit ein, denn sie sind die Vermittler zum Kunden. Dafür bieten wir ein Fachhändlerportal, eine einzigartige Online-Akademie und ein hybrides Trainingskonzept off- und online zur Unterstützung und Wissensvermittlung.

Thilo Dröge,
Geschäftsführer Vertrieb

Nah an Kunden und Handel, das gilt seit 1963 für den Spezialversicherer Wertgarantie. Die Hannoveraner bieten eine einzigartige Rundum-Versicherung, die auch für Schäden, die auf unsachgemäße Handhabung und Verschleiß zurückzuführen sind, haftet. Mit Garantie-Dienstleistungen für Konsumelektronik, Haushaltsgeräte, Fahrräder, E-Bikes & E-Scooter, Hörgeräte, Uhren und Hausleitungen ist man auf diesem Gebiet zudem Deutschlands Fachhandelspartner Nr.1.

In diesem Jahr feiert Wertgarantie sein 60-jähriges Jubiläum. Seit der Gründung 1963 in Langenhagen durch Kurt Jodexnis und Detlef Kleinert als „Kundendienstgesellschaft für Fernsehgeräte m.b.H & COMP. KG“ ist viel passiert. Ursprünglich konnten die damals noch teuren Fernsehgeräte gegen Abnutzung und Verschleiß versichert werden. 1964 benannte man sich in „Reparatur-Ersatzkasse für Elektrische Anlagen GmbH“ um. Ziel war es, den Gesellschaftszweck deutlicher hervorzuheben. 1967 wurde

auf den alleinigen Vertrieb über den Fernsehfachhandel umgestellt und der Name auf „Garantieverlängerung Reparaturersatz für Elektrische Anlagen GmbH KG“ geändert. 1970 folgte die Eintragung als Aktiengesellschaft unter dem Namen „Elektro Dauer Garantie Reparaturkosten AG“ (EDG). Mit dem Siegeszug des Farbfernsehens nahm die Zahl der Versicherungsabschlüsse permanent zu und die EDG wuchs stetig. 1980 kam als Folge der technischen Entwicklung mit der Versicherung der teuren Videogeräte ein neuer Geschäftszweig hinzu und der „VWR Video Wartungsring“ wurde ins Leben gerufen.

1988 führte man die beiden Gesellschaften EDG und VWR zusammen und gründete daraus die „Wertgarantie Technische Versicherung AG“. Aufgrund der guten Erfahrungen mit der Elektro-Dauer-Garantie war man weiterhin auf der Suche nach Spartenprodukten: 1994 kam die Haustierkrankenversicherung „AGILA“ hinzu (2022 wieder veräußert), 1999 startete man mit der Versicherung

Mit dem Wertgigant, 6 m hoch und 1 Tonne schwer, macht Wertgarantie auf den Umgang mit Elektroschrott aufmerksam



Fotos: Wertgarantie / S. Krahnforst



Die Zentrale
des Spezial-
versicherers
im Herzen
Hannovers

von Fahrrädern. 2015 wurde das Geschäft auf Schutzbriefe für Strom-, Wasser- und Gasleitungen in Haushalten erweitert, wenig später kam auch die Versicherung von Hörgeräten hinzu. Seit 2019 werden auch E-Scooter versichert und seit 2022 auch Armbanduhren bis 10.000 Euro.

Das Geschäft wurde im Jahr 2000 nach Österreich ausgedehnt, seit 2009 ist man auch in den Niederlanden aktiv und hat sich seitdem auf weitere europäische Länder ausgedehnt (2014 Frankreich, 2018 Spanien). Folglich änderte die Wertgarantie AG ihre Rechtsform 2020 in eine Europäische Aktiengesellschaft („Societas Europaea“, SE). Hauptsitz ist Hannover und insgesamt werden rund 1.200 Mitarbeitende beschäftigt.

Jubiläums-Komplettschutz und erfolgreichstes Jahr der Firmenhistorie

Wertgarantie feiert in diesem Jahr seinen 60. Geburtstag. Und dies wurde jeden Monat mit tollen Aktionen und dem „Jubiläums-Komplettschutz“ zelebriert. Hier wurden, ganz im Sinne der Nachhaltigkeit, Gebrauchtgeräte mit Neugeräten preislich gleichgesetzt. Damit können Gebrauchtgeräte unschlagbar günstig geschützt werden – genau wie Neugeräte schon ab 3 Euro im Monat. Dies gibt dem Handel einen enormen Schub und zahlt auch auf den Umweltschutz ein.

Wertgarantie konnte so den Anteil an versicherten Gebrauchtgeräten deutlich erhöhen und die Zahl wird noch steigen. Dies ist auch ein Grund, warum Wertgarantie auf dem Weg ist, das beste Jahr der Historie zu erreichen. Die Marke von 1.000.000 Neuverträgen wurde bereits

geknackt. Ganz aktuell der Zeitraum für den Jubiläums-Komplettschutz bis 31. März 2024. Und ab April wird es dann einen neuen Komplettschutz geben.

Elektroschrott vermeiden & CO₂-Budget entlasten

Wertgarantie bietet Versicherungen und Garantie-Lösungen über die gesetzliche Gewährleistung hinaus und hat sich mit der Mission „Reparieren statt Wegwerfen“ der Verringerung von Elektroschrott sowie der Förderung der Kreislaufwirtschaft verschrieben. Dahinter steht die Überzeugung, dass Reparaturen einen wichtigen Beitrag zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Elektrogeräten leisten. Daher ist das Geschäftsmodell konsequent darauf ausgerichtet, die Lebensdauer von Geräten zu verlängern und damit sowohl Ressourcen zu schonen als auch die Emission klimaschädlicher Treibhausgase zu verringern.

Eine einzigartige Studie zu „Reparieren statt Wegwerfen“ verdeutlicht das Ausmaß des Themas: In Deutschland fallen jedes Jahr pro Haushalt 9 kg Elektroschrott an, insgesamt ergibt dies eine Menge von 376.748 t. Alle 58 Minuten entsteht so Elektroschrott vom Gewicht eines Mittelstreckenflugzeugs (ca. 42 t). Durch Reparaturen aber können jährlich insgesamt 196.525 t Elektroschrott vermieden werden. Ein Anstieg der Reparaturquote vermeidet nicht nur unnötigen Schrott – bei einem Anstieg um ein Viertel könnten zusätzlich 600.268 t der jährlichen CO₂e-Emissionen deutschlandweit vermieden werden. Aktuell werden defekte Geräte nur in durchschnittlich 24 % aller Fälle repariert. ●

NETZE UND SERVICES



Unser Sortiment

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

Unsere Zielgruppe

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

KONTAKT

WERTGARANTIE SE

Breite Straße 6–8

30159 Hannover

E-Mail: fachhaendler@wertgarantie.com

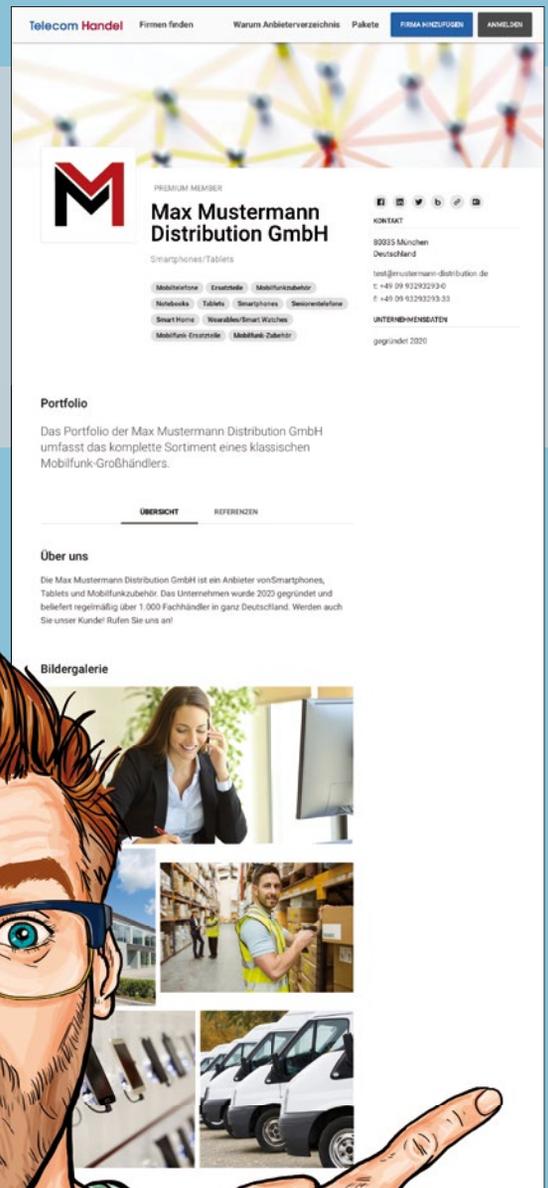
www.wertgarantie.com

Telecom Handel

Das Anbieterverzeichnis
für die ITK-Branche

**Sie sind auf
der Suche nach
neuen Kunden?**

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



Telecom Handel Firmen finden Warum Anbieterverzeichnis Pakete FIRMA HINZUFÜGEN ANMELDEN

M PREMIUM MEMBER
Max Mustermann Distribution GmbH
Smartphones/Tablets

Mobiletelefone Ersatzteile Mobilfunkzubehör
Notebooks Tablets Smartphones Serviceleistungen
Smart Home Smartwatches/Smart Watches
Mobilfunk-Ersatzteile Mobilfunk-Zubehör

KONTAKT
80335 München
Deutschland
info@mustermann-distribution.de
t: +49 09 93243293-0
f: +49 09 93243293-33
UNTERNEHMENSLEBEN
gegründet 2020

Portfolio
Das Portfolio der Max Mustermann Distribution GmbH umfasst das komplette Sortiment eines klassischen Mobilfunk-Großhändlers.

ÜBERSICHT REFERENZEN

Über uns
Die Max Mustermann Distribution GmbH ist ein Anbieter von Smartphones, Tablets und Mobilfunkzubehör. Das Unternehmen wurde 2022 gegründet und beliefert regelmäßig über 1.000 Fachhändler in ganz Deutschland. Werden auch Sie unser Kunde? Rufen Sie uns an!

Bildergalerie



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

Distribution S. 94

Hersteller

Mobiltelefone/Smartphones	S. 95
Tablets/Notebooks	S. 95
Wearables/Smartwatches	S. 95
Festnetz-/DECT-Telefone	S. 95
TK-Anlagen/UCC/Cloud-PBX	S. 96
Smart Home	S. 96
Zubehör	S. 96

Netzbetreiber/Provider

Mobilfunk	S. 97
Breitband	S. 97
Regionale Carrier	S. 97
Discounter	S. 97
Ethno-Anbieter	S. 97

Sonstiges

Repair-Dienstleister	S. 97
Versicherungen	S. 97
Payment	S. 97

Anbieter- verzeichnis

Distribution

Action Europe
www.actioneu.de

ADN Distribution
www.adn.de



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

Allnet
www.allnet.de



THE TECHNOLOGY PROVIDER

ALSO Deutschland GmbH
www.also.de
Lange Wende 43, 59494 Soest
Tel.: +49 2921 99 0
Fax: +49 2921 99 1199
info@also.com

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

API
www.api.de

ASVG
www.asvg.de

ASWO International Service
shoppe.aswo.com

Axxess Digital Solutions
www.axsess-digital.de

Bluestring
www.teleservice-solutions.de



Brodos AG
www.brodos.com
Erlanger Straße 9-13
91083 Baiersdorf
Tel.: +49 9133 7770-140
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

eb24 DIGITAL
CRM DIGITAL-APP
SEO - MARKETING
SHOP & WEBSITES
TELEFONANLAGEN
AI IT-SICHERHEIT
LOKAL DIGITAL
ÜBERALL
GEFUNDEN WERDEN!
easydigitalisierung.de



einsAmobile GmbH
Partnerportal: www.pluspos.de
Samerwiesen 6
63179 Obertshausen
Tel. 06104 - 40 57 - 300
support@einsamobile.de

- Fachhandelskonzept
- GK & PK Netzvermarktung
- Mobilgeräte & IoT
- Energie
- Fulfillment

ElectronicPartner
www.electronicpartner.com

eLink Distribution AG
Ihr Distributor für
• Smartphones
• Tablets
• Laptops
Hohe Verfügbarkeit & tagesaktuelle Preise
Große Elbstr. 49
22767 Hamburg
040 180 424 7400
info@elink-distribution.com
www.elink-distribution.com



ENO telecom GmbH
www.eno.de
Bentheimer Straße 118b
48529 Nordhorn
Tel.: 05921/877-440, Fax: -477
vertrieb@eno.de
Mobilfunk, Festnetz, Netzvermarktung, Navigation, Telematik, Smart Home, Home Entertainment, UCC, Zubehör, diverse Dienstleistungen.

Epsilon Telecom
www.epsilon-telecom.de

Etronixx Sales
www.etrnixx-sales.de

Euronics
www.euronics.de

Exclusive Networks
www.exclusive-networks.de

Expert
www.expert.de



faro-com
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

Fröhlich + Walter
www.f-u-w.de

Hama
www.hama.de



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

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

Infigate
www.infigate.de

Ingram Micro
www.ingrammicro.de

Inocent Kessler
www.inocent.de



ITAS AG
www.itas.ag
Südstraße 1
DE-09221 Neukirchen/Erzg.
Tel.: +49 371 56004-444
vertrieb@itas.ag
We.Do.IT

- B2B-Distribution – 20 Jahre Branchenerfahrung
- ITK-Produkte namhafter Enterprise-Hersteller
- Cloud TK mit WebRTC
- UCC
- Netzvermarktung
- Trainings in kleinen Gruppen
- Fulfillment
- Roll-Out

IVS
www.ivsgmbh.de



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

Krebber Communications
www.krebber.com

MFC Communication
www.mfc24.de



MICHAELTELECOM AG
Vertriebsteam
www.michael-telecom.de
Bruchheide 34, 49163 Bohmte
Tel.: 05471-806-0
Fax: 05471-806-222
info@michael-telecom.de
Ihr richtiger Partner für IT- & TK-Produkte, Netzvermarktung, Systemprojektierung, Schulungsdistributor Nr. 1 seit 1997 & weitere ITK-Spezialdienstleistungen – hohe Qualität der ITK-Beratung seit 1984.



mobilezone handel gmbh
www.mobilezone-handel.de
Bergiusstraße 1a, 48165 Münster
Tel.: 0234 - 95 71 963 950
info@mobilezone-handel.de

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

Moon Fachhandel
www.moon-fachhandel.de



MOTION TM Vertriebs GmbH
www.motion-tm.de
Langbaughstraße 14
53842 Troisdorf
Tel.: +49 (0)2241 / 25 45 110 (125)
E-Mail: info@motion-tm.de

MPS Mobile
mpsmobile.de/de

Municall
www.municall.de

Netcom
www.netcom-gmbh.de

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

ProdyTel
www.prodytel.de

Quinta
www.quinta.biz

Roskamp & Burhop
www.r-b.de

ScanSource
www.scansourcecommunications.eu

SCC
www.scc-com.de



Sewan Deutschland GmbH
www.de.sewan.eu
Straße der Pariser Kommune 12-16
10243 Berlin
Tel.: +49 30 2099442-0
E-Mail: sales@de.sewan.eu

S & G Communication
www.sug-online.de

Siewert & Kau
www.siewert-kau.de

Sim Wert
www.simwert.de

Sonepar
www.sonepar.de

Soular Distribution
www.soular.de

SuperNova
www.supernova-koeln.de

Talk-Point
www.talk-point.de

Talksky
www.talksky.de

TD Synnex
www.tdsynnex.de

Tekpoint
www.tekpoint.com/de

TelePart Distribution
www.telepart.com

Teqphone
www.teqphone.de

TFK
tfk-austria.at



TK-World AG
www.tk-world.de
Oberes Feld 6
33106 Paderborn
Tel.: 05251-6939020
Mail: vertrieb@tk-world.de

Toker Telecom
www.toker24.de

Wegatrade
www.wegatrade.de

Westcon
www.westcon.com

WORTMANN TELECOM GM

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

X7 TELECOM
www.x724.de



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

Zoozzy
www.zoozzyportal.de

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

Cyrus
www.cyrus-technology.de



Doro Deutschland GmbH
www.doro.com
Im Frauental 14
92224 Amberg

Emporia
www.emporia.eu

Fairphone
www.fairphone.com/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

Nothing
de.nothing.tech

Realme
www.realme.com

RugGear
www.ruggear-europe.com

Samsung
www.samsung.de

Sony
www.sony.de

Tecno
www.tecno-mobile.com

Xiaomi
www.mi.com/de

ZTE
www.zte-deutschland.de

Tablets/Notebooks

Acer
www.acer.de

Apple
www.apple.de

Archos
www.archos.com/de

Asus
www.asus.de

Beafon
www.beafon.com

Dell
www.dell.de

Doro
www.doro.com

Dynabook
www.de-dynabook.com

Emporia
www.emporia.at

Fujitsu
www.fujitsu.de

Google
www.google.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

Realme
www.realme.com

Samsung
www.samsung.de

Panasonic
www.panasonic.de

Xiaomi
www.mi.com/de

Wearables/ Fitness-Armbänder/ Smartwatches

Amazfit
www.amazfit.com

Apple
www.apple.de

Denver
www.denver.eu

Doro
www.doro.com

Fitbit
www.fitbit.de

Fossil
www.fossil.de

Garmin
www.garmin.de

Honor
www.hihonor.com

Huawei
www.huaweidevices.de

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

ANBIETERVERZEICHNIS

AVM
www.avm.de

Doro
www.doro.com

Duophon
www.duophon.de

Emporia
www.emporia.eu

Gigaset
www.gigaset.com

IVS
www.ivsgmbh.de

Mitel
www.mitel.de

Philips
www.philips.de

Snom
www.snom.com

Tiptel
www.tiptel.com

TK-Anlagen/UCC/ Cloud-PBX

Agfeo
www.agfeo.de

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

Auerswald
www.auerswald.de

Avaya
www.avaya.de

AVM
www.avm.de

Bintec Elmeg
www.bintec-elmeg.com

BlueJeans
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

Equada
www.equada.de

GN Audio Germany
www.jabra.com.de

GoTo
www.goto.com

Innovaphone
www.innovaphone.de

Lifesize
www.lifesize.com/de

Logitech
www.logitech.de

Mitel
www.mitel.de

Nfon
www.nfon.de

Pascom
www.pascom.de

PBX-network
www.pbx-network.de

Peoplefone
www.peoplefone.de

Placetel
www.placetel.de

Plusnet
www.plusnet.de

Poly
www.poly.com

RingCentral Germany
www.ringcentral.com/de/de

Sipbase
www.sipbase.de

Sipgate
www.sipgate.de

Starface
www.starface.com



TeamFON GmbH
www.teamfon.com
Stahlgruberring 11
81829 München
Tel.: 089-42700560
info@teamfon.com

- Virtuelle Telefonanlage
- Individuelle Whitelabel-Lösungen
- Softphone und Apps

O2 Telefónica
www.telefonica.de

Tiptel
www.tiptel.com

Toplink
www.toplink.de

Unify (Atos)
www.unify.com

Vodafone
www.vodafone.de

Vodia
www.vodia.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

Buffalo
www.buffalo-technology.com/de

Devolo
www.devolo.de

D-Link
www.d-link.de

E.ON
www.eon.de/de/innogy

Gigaset
www.gigaset.com

Grundig
www.grundig.de

Hama
www.hama.de

Honeywell
www.honeywell.com

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

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

Crocfol
www.crocfol.de

Dicota
www.dicota.com/de



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

Epic
www.mypico.com/de

Epos
www.eposaudio.com

faro-line
competence in communication

www.faro.de

faro IMPORT EXPORT GmbH & Co. KG
Gewerbeparkstraße 21
DE - 03099 Kolkwitz
Telefon: +49 (0)355 49491-200
Telefax: +49 (0)355 49491-210
E-Mail: info@faro.de

- Mobilfunkzubehör und Ersatzteile
- über 30.000 Artikel aller Produktkategorien verfügbar
- extrem funktionaler Webshop
- Produkte mit 3 Klicks auffindbar
- Eigenmarke „anco“ für Mobilfunk-Accessoires
- nachhaltiges Schutzfolienkonzept CUT & USE powered by anco®



freeVoice

freeVoice Space Headset
Für's Büro und unterwegs

Mobile Office Cordless

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

Germanmade.
www.germanmadepunkt.de

GN Audio Germany
www.jabra.com.de

Golla
www.golla.com

Griffin
www.griffintechology.com

Gripis
www.gripis.com

Hama
www.hama.de

Harman
www.harman.com

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
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

Sony
www.sony.de

Strax
www.strax.com

TAD-Audiovertrieb
www.tad-audiovertrieb.de

Technaxx
www.technaxx.de

Vivanco
www.vivanco.de

Xiaomi
www.mi.com/de

Xtorm
www.xtorm.eu/de

ZAGG
www.zagg.com

Netzbetreiber/ Provider

Mobilfunk

1&1
www.1und1.de

Deutsche Telekom
www.telekom.de

Freenet
www.freenet.de

O2 Telefónica
www.o2online.de

Vodafone
www.vodafone.de

Breitband

1&1
www.1und1.de

1&1 Versatel
www.versatel.de



**FACHHÄNDLER
WERDEN.**

**Kontaktieren Sie
uns unter:**

deutsche-glasfaser.de/
fachhaendler

toppartner@
deutsche-glasfaser.de



Deutsche Telekom
www.telekom.de

Easybell
www.easybell.de

Ecotel Communication
www.ecotel.de

Filiago
www.filiago.de

Gamma
www.gammacommunications.de

O2 Telefónica
www.telefonica.de

plusnet

Ein Unternehmen der EnBW

Plusnet GmbH
www.plusnet.de
Rudi-Conin-Straße 5a
50829 Köln
Tel.: 0221 49 93 99 33
info@plusnet.de

SkyDSL Deutschland
www.sky-dsl.de

Vodafone
www.vodafone.de

Regionale Carrier

EWE TEL
www.ewe.de

M-net
www.m-net.de

NetCologne
www.netcologne.de

Tele Columbus
www.telecolumbus.com

Discounter

Blau
www.blau.de

Congstar
www.congstar.de

Fonic
www.fonic.de

Klarmobil
www.klarmobil.de

Otelo
www.otelo.de

Yourfone
www.yourfone.de

Ethno-Anbieter

Ay Yildiz
www.ayyildiz.de

Lebara Germany
lebara.com/de

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

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

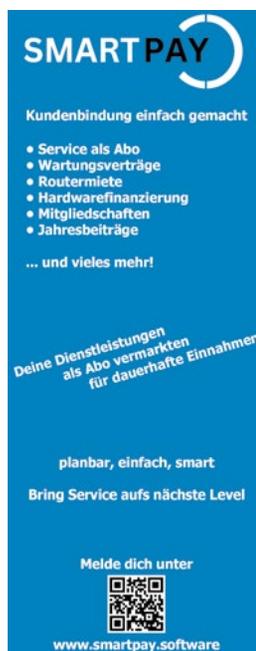


WERTGARANTIE SE
www.wertgarantie.com

Breite Straße 6-8
30159 Hannover

E-Mail:
fachhaendler@wertgarantie.com

Payment



SMARTPAY

Kundenbindung einfach gemacht

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

... und vieles mehr!

Deine Dienstleistungen
als Abo vermarkten
für dauerhafte Einnahmen

planbar, einfach, smart
Bring Service aufs nächste Level

Melde dich unter



www.smartpay.software

Impressum



Der Roboter Loona reagiert mit seinem digitalen Gesicht auf menschlichen Zuspruch und kann Haustiere beschäftigen



Die autonom schwimmende Drohne WasteShark nutzt Positionierungstechnik der Telekom zur Reinigung von Flüssen



Australische Schüler erwecken mit Hilfe einer Augmented-Reality-App auf dem iPad von ihnen gezeichnete Bilder zum Leben

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



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 (verantwort.), 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 Reichensperner, Manuela Keller

Mediaberatung:

Klaus Ahlering

Telefon: +49 731 88005-8125

klaus.ahlering@telecom-handel.de

Clientsuccess (Disposition):

Anja Büttner

clientsuccess@ebnermedia.de

Leitung Herstellung /

Vertrieb / Kundenservice:

Thomas Heydn

Abo-Vertrieb / Händlerbetreuung:

Gabi Wullrich

wullrich@telecom-handel.de

Kundenservice:

Telefon: +49 731 88005-8205

Fax: +49 731 88005-5203

kundenservice@ebnermedia.de

Druck: L. N. Schaffrath DruckMedien,

Marktweg 42-50, 47608 Geldern

Veröffentlichung gemäß § 8 Abs. 3 BayPrG:

Alleinige Gesellschafterin (mit Kapitalanteil)

der Ebner Media Group GmbH & Co. KG ist die

Ebner Ulm MGv GmbH, Ulm.

