

# CEMarkt

www.ce-markt.de

Das Business-Magazin für Home & Mobile Electronics

## Top-Themen

Interview mit dem IFA-Management  
zur großen IFA 100 | Seite 6

GfK-Analyse zu Wachstumschancen  
im Gaming-Markt | Seite 9

Bewerben Sie sich: Wir suchen wieder  
die »Händler des Jahres« | Seite 12

Studie von Wertgarantie

## Reparierbarkeit beeinflusst den Kauf



Mit separatem Hausgeräte-Teil  
CE-Markt electro

# CEMarkt electro

Aktuelle Brancheninformationen  
auf **ce-markt.de**

Das multimediale Informationsportal für Industrie und Handel  
von Consumer Electronics und Home Appliances



Tägliche News



ePaper



Newsletter



Podcast



Bildergalerien



Monatliche Umfrage



Bild: Alben/Unidenmeyr

jan.uebe@ce-markt.de  
08233 - 4117

## Die Vorfreude auf die IFA 100 steigt

Die größte Messe für Consumer Electronics und Home Appliances feiert ihren 100. Geburtstag – weltweit kann vermutlich keine andere Veranstaltung dieser Größenordnung auf eine derart lange Historie zurückblicken. Einen ersten Vorgeschmack auf die große Jubiläumsmesse gab der neugestaltete IFA Kick-Off, der Ende Juni in Berlin die Industrie mit der Fachpresse zusammenbrachte. Höhepunkte waren die unterhaltsame Media Night mit vielen Branchenkontakten sowie die Eröffnung der Jubiläumsausstellung »IFA 100 Years The Exhibition« (siehe den Bericht auf den Seiten 7-8). **CE-Markt** nutzte die Gelegenheit, um mit den IFA-Machern ein ausführliches Podcast-Gespräch zu führen. Auszüge daraus lesen Sie im Interview auf Seite 6.

Die IFA 100 verspricht ein einzigartiges Event zu werden – von der Eröffnungsgala (zu der auch der Bundeskanzler erwartet wird), über Outdoor-Events und Aktivierungen in der Stadt Berlin, einem fünftägigen Konzertfestival im Sommergarten, dem Auftritt von Berühmtheiten und Influencern auf der Messe, bis hin zu Shows und Live-Acts an den Ständen vieler Aussteller sowie einem Konferenzprogramm zu Top-Themen wie KI und Nachhaltigkeit. Und nicht zu vergessen natürlich der »Star der IFA« selbst: die zahlreichen Produktinnovationen, die unsere Branche auch in diesem Jahr bereit hält.

Nicht nur wegen der ganzen Jubiläumskaktionen sollte ein Besuch der IFA 100 daher für Sie zum Pflichtprogramm gehören. Welche Bedeutung die Messe für den Handel unserer Branche hat, führt IFA-Handelsbotschafter **Peter Zyprian** aus: »Die IFA ermöglicht es Fachbesuchern seit jeher in kürzester Zeit, gebündelt an einem Ort in relevanten Austausch mit ihren Lieferanten und Partnern zu treten, um Produktinnovationen hautnah zu erleben. Damit stellt sie die wohl effizien-

teste Plattform für intensiven Austausch und Networking zwischen dem Handel und Lieferanten dar. Wo sonst erhält man einen solchen Branchenüberblick mit den neuesten Innovationen?« Dem kann man nur zustimmen.

Für die Fachbesucher aus dem Handel jedenfalls rollt die IFA den roten Teppich aus: Für die Anreise und Übernachtung in Berlin gibt es spezielle Kontingente zu Vorzugskonditionen. Die IFA App bietet eine gute Übersicht zu Terminen und persönlich zugeschnittenem Content, damit man kein relevantes Thema und kein Event verpasst. Anlaufpunkt für den Handel auf der Messe ist der IFA Fachbesucherempfang am Eingang Süd. Hier können Händler ein Frühstück oder Lunch einnehmen, Meetingräume nutzen oder Führungen zu den Neuheiten der Lieferanten buchen. Ein Shuttle-Service fährt die Fachbesucher über das Messegelände, und abends im IFA Afterwork Club kann man den Messetag ausklingen lassen.

Für Händler hält die IFA viele Highlights bereit. »Nirgendwo sonst kann sich der Handel auf die wichtigste und umsatzstärkste Zeit des Jahres so perfekt vorbereiten und dazu sehen, was die Zukunft bringt«, unterstreicht Peter Zyprian. »Unser gesamtes Paket an Angeboten für die Fachbesucher haben wir wohl durchdacht und exakt auf die Zielgruppe ausgerichtet. Nicht zuletzt mit diesem rundum ausgestalteten Jubiläumsjahr legt die IFA den Grundstein für das Erfolgskonzept in eine bedeutende Zukunft.«

Also, worauf warten Sie noch? Ich hoffe, Sie haben Ihr IFA-Ticket bereits gebucht. Wir sehen uns in wenigen Wochen auf der IFA 100, ich kann es kaum erwarten.

Herzlich, Ihr

Jan Uebe, **CE-Markt** Chefredakteur

## KOOP-Messe wechselt über nächstes Jahr nach Hannover

**Ab 2026** wird die KOOP-Messe von Euronics und expert in Hannover ausgerichtet. Das Konzept der gemeinsamen KOOP ist erfolgreich und die erhofften Synergien haben sich eingestellt, denn die Messe wirkt sich positiv auf alle Ebenen und Beteiligten aus. Auf dem Messegelände in Hannover, dem künftigen Veranstaltungsort ab übernächstem Jahr, sollen diese Effizienzsteigerungen noch ausgebaut werden.

**Beide Partner** sind sich einig: »Die Messe Hannover passt genau auf den Bedarf beider Kooperationen«, erklären **Dr. Stefan Müller**, Vorstandsvorsitzender expert SE, und **Benedict Kober**, Sprecher des Vorstands Euronics Deutschland eG. »Ob Hallenkonzept, Anbindung an den Nah- und Fernverkehr oder Wirtschaftlichkeit – alle Voraussetzungen sind erfüllt, um das Format auszubauen und in die Zukunft zu führen, so dass sich das für uns aktuell optimale Gesamtpaket ergibt.«



die messe der kooperationen

**Die nächste Ausgabe** der KOOP wird 2025 noch in Berlin, dem derzeitigen Veranstaltungsort, stattfinden. Der im Jahr 2019 zwischen den beiden Fachhandelskooperationen und der Messe Berlin geschlossene Vertrag endet anschließend planmäßig. Für den zukünftigen Standort der KOOP haben Euronics und expert eine gemeinsame Ausschreibung durchgeführt, die von der Messe Hannover mit ihrem Angebot gewonnen wurde.

## Eurosport 4K überträgt die Olympischen Spiele in UHD

**Vom 26. Juli bis 11. August** überträgt Eurosport 4K über den Sender UHD1 by HD+ die Olympischen Sommerspiele in Paris, inklusive der Eröffnungs- und Schlussfeier. Zuschauerinnen und Zuschauer können sich auf über 200 Stunden Live-Berichterstattung in nativem UHD freuen. Eurosport 4K ist via Satellit auf UHD1 by HD+ zu empfangen und zeigt an jedem Wettkampftag alle großen Live-Highlights – von Leichtathletik und Schwimmen über Turnen, Volleyball, Radsport bis hin zu Kanu, Judo und Triathlon. Voraussetzung für den Empfang sind neben einer Satellitenverbindung über Astra 19.2 Grad Ost ein UHD-Fernseher sowie ein aktives HD+ Sender-Paket.



Folgen Sie uns auf LinkedIn



Immer gut informiert mit unserem Newsletter

## Titelthema

### Reparierbarkeit beeinflusst die Kaufentscheidung

Eine Studie von Wertgarantie zeigt: Verbraucher würden sich bei der Produktwahl von einem Reparatur-Label beeinflussen lassen, wodurch die Reparaturquote steigt. | Seite 13



## gamescom 2024

### Mehr Aussteller und mehr Bereiche in Köln

Die gamescom 2024 (vom 21. bis 25. August in Köln) liegt auf Erfolgskurs. Im Stichtagsvergleich haben sich 10 Prozent mehr Aussteller aus über 60 Ländern auf 230.000 Quadratmetern Fläche angemeldet als im vergangenen Jahr. Zu den angemeldeten Ausstellern, Partnern und Sponsoren gehören: 2K, 9gag, aersoft, Amazon Games, AMD, astragon, Bandai Namco, Bethesda, Bilibili, Blizzard, Capcom, Electronic Arts, ESL Faceit Group, Focus Entertainment, Giants Software, Hoyoverse, Konami, Krafton, Lego, Level Infinite, Meta Quest, NetEase Games, Nexon, Pearl Abyss, Plaion, Rocket Beans Entertainment, Sega, SK Gaming, Sony Deutschland, Square Enix, Team 17, The Pokémon Company, THQ Nordic, TikTok, Ubisoft, Xbox. Eine Anlaufstelle für die wachsende Zahl der Fans von Brettspielen und Trading Card Games ist die cards & boards area mit Firmen wie ADC Blackfire Entertainment, Hasbro Deutschland, Konami, Pegasus Spiele, der Ravensburger Verlag oder Ulisses Spiele. Das Thema Content steht im Mittelpunkt der neuen social stage. Und der gamescom congress findet erstmals im neu eröffneten Confex statt.

## INHALT Ausgabe 8 | 2024

<b>Editorial</b> Die Vorfreude auf die IFA 100 steigt	3
<b>News</b> der Branche im Überblick	5
<b>IFA</b> Interview mit Leif Lindner und Peter Zyprian	6
<b>IFA Kick-Off</b> mit Innovationen für alle	7
<b>gfu</b> Insights & Trends zum Themenkomplex KI	8
<b>GfK</b> analysiert Wachstumschancen im Gaming-Markt	9
<b>Ceconomy • Telering • HDE • Eno</b>	10
<b>expert</b> Stabile Entwicklung im Geschäftsjahr 2023/24	11
<b>Händler des Jahres 2024/25</b>	12
<b>Wertgarantie</b> Reparierbarkeit lenkt das Kaufverhalten	13
<b>Samsung • Loewe • Hisense • LG</b>	14
<b>Navee • Homematic IP • emporia</b>	15
<b>Hama • Grundig • Sony</b>	15
<b>Televes</b> bietet breite Palette an TV-Empfangslösungen	16
<b>Samsung Health</b> : Vernetzte Gesundheitsplattform	17
<b>CE Branchen-Barometer • EHI Retail Institute</b>	18
<b>Ifo-Konjunkturtest</b> im Juni 2024	19

## Fritz!Box-Hersteller

### Investor steigt bei AVM ein

Mit Imker Capital Partners bekommt das Berliner Unternehmen AVM einen neuen, langfristigen Investor. Die Firmengründer bleiben AVM mit einem Minderheitsanteil als Gesellschafter und Beirat erhalten. **Johannes Nill**, CEO und Sprecher der Geschäftsführung: »Wir sind den Generationswechsel aktiv und systematisch angegangen, um den Erfolg von AVM fortzuschreiben. Wir freuen uns, Imker als neuen Investor zu begrüßen, da sie unsere Vorstellungen zur Zukunft von AVM teilen. Das Engagement von Imker ist ein wichtiger Meilenstein in der Geschichte unseres Unternehmens und wird die Fähigkeit von AVM, innovative Lösungen anzubieten, weiter fördern.« Im Jahr 2023 erzielte AVM mit 890 Mitarbeitern einen Umsatz von 580 Millionen Euro.



## Podcast-Gespräch mit den IFA-Machern

Mit Leif Lindner, Peter Zyprian und Jan Kronenberger sprach **CE-Markt** Chefredakteur Jan Uebe über den Händlerzuspruch, die Medienaktivitäten und den Stand der Dinge kurz vor Beginn der IFA 100.



Zum Podcast

## Impressum



DAS BUSINESS-MAGAZIN DER CE-BRANCHE  
Unterhaltungselektronik mit TV & Audio • Foto & Video • Mobile • Outdoor & Gadgets • TK & IT • Smart Living & Vernetzung • Gaming • E-Mobility • Zubehör Handel & Distribution • Eigenständiges Schwesterblatt **CE-Markt electro**, Handelsmagazin für den Elektro-Hausgeräte-Markt (ständige Verlagsbeilage)

VERLAG  
B&B Publishing GmbH  
Schmiedberg 2 a, D-86415 Mering  
Telefon 08233-4117  
E-Mail [verlag@ce-markt.de](mailto:verlag@ce-markt.de)

GESCHÄFTSFÜHRER  
Christian Zaiser

VERLAGSLEITUNG  
Bettina Landwehr

ABONNEMENT-SERVICE / ADRESSÄNDERUNG  
B&B Publishing GmbH / CE-Markt  
Abo- und Leserservice  
65341 Eltville  
Telefon 06123-9238-291  
Fax 06123-9238-244  
E-Mail [cemarkt@vuservice.de](mailto:cemarkt@vuservice.de)

REDAKTION  
Jan Uebe (ju) – Chefredakteur / V.i.S.d.P.,  
Annette Pfänder-Coleman (apc), Heike Bangert,  
Gisela Hörner (Redaktionsassistentin)  
Mail [redaktion@ce-markt.de](mailto:redaktion@ce-markt.de)

LAYOUT  
Heike Bangert, JournalMedia GmbH

MITARBEITER DER REDAKTION  
Gerry Foth (Cashman), Klaus Petri (kp),  
Claudia Rayling (cr), Roland Stehle (rs)

ANZEIGEN  
Alexander Zöhler  
Telefon 09122-7902470, Mobil 0170-4134547  
E-Mail [alexander.zoehler@ce-markt.de](mailto:alexander.zoehler@ce-markt.de)

DISPOSITION ANZEIGEN  
Jessica Kunz  
Telefon 06221-489-425  
E-Mail [jessica.kunz@huethig.de](mailto:jessica.kunz@huethig.de)

Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 27 vom 1.1. 2024.  
Jahresabo Inland 49 Euro inkl. Porto und MwSt.,  
Ausland 79 Euro inkl. Porto

Eine Haftung für die Richtigkeit der Veröffentlichungen kann trotz sorgfältiger Prüfung durch die Redaktion nicht übernommen werden. Die Zeitschrift ist urheberrechtlich geschützt. Nachdruck nur mit Genehmigung. Copyright: B&B Publishing GmbH. Gerichtsstand: Augsburg. Monatliche Erscheinungsweise (11 mal pro Jahr). ISSN 1435-1145. IVW-geprüfte Auflage: Tatsächlich verbreitet 10.213 Exemplare (2. Quartal 2024).



GENDER-HINWEIS  
Zur besseren Lesbarkeit wird das generische Maskulinum verwendet, außer in Zitaten.



Der Newsletter von **CE-Markt** informiert regelmäßig über neue Produkte und Trends aus dem Handel. Anmeldung via QR-Code

Die tagesaktuellen **Top-News** der gesamten Consumer-Electronics-Branche finden Sie bei **CE-Markt Online** unter [www.ce-markt.de](http://www.ce-markt.de). Tipp: Markttrends und Handel Digital



Besuchen Sie **CE-Markt** auch in den sozialen Netzwerken

**CE-Markt 9/2024**: Die Auslieferung der nächsten Ausgabe beginnt am 3. September 2024. Die Zustelldauer beträgt drei Werktage.



Lisa Hornbacher

Bild: Elektro Mobile Deutschland

## EMD

Seit April betreut **Lisa Hornbacher** die Vertriebspartner der DACH-Region bei Elektro Mobile Deutschland. Zu Ihren Aufgaben zählen Kundenberatung, Außendienst, Händler Schulungen am POS sowie die Messebetreuung. EMD ist Generalvertrieb für zweirädrige Elektrofahrzeuge der Marken Reebok, Rover, Red Bull Racing E-Scooter und Jeep E-Bikes.

## Samsung

Der Samsung Repair Bus tourt wieder durch die Lande und bietet professionelle Reparaturen direkt an einer Wunschadresse in einer der 15 größten Städte Deutschlands an. Neben Reparaturen umfasst das Angebot auch Beratung, Wartung und Support, z.B. mit Software-Updates und Datensicherungen.



Feyzi Demirel

Bild: mobilezone

## mobilezone

Die mobilezone handel GmbH, die Einkauf, Vertrieb und Logistik für die Partnerlandschaft von mobilezone Deutschland umfasst, wird in die mobilezone GmbH integriert. Die Geschäftsführung des Bereichs übernimmt **Feyzi Demirel** von **Dieter Koßmeier**. Zukünftig wird mobilezone handel als Marke von mobilezone auftreten, neben anderen Marken wie Sparhandy, Deinhandy, High mobile und Handystar.

## Fega & Schmitt

Der Elektrogroßhändler hat eine neue Niederlassung in Bamberg eröffnet. Kunden aus der Region Oberfranken können nun in der Geisfelder Straße 40 ihre bestellte Ware direkt abholen und Beratungsgespräche führen.



Patrick Zammit

Bild: TD Synnex

## TD Synnex

Zum 1. September 2024 wird **Patrick Zammit** neuer CEO von TD Synnex und tritt damit die Nachfolge von **Rich Hume** an, der in den wohlverdienten Ruhestand geht. Hume wird weiterhin im Board of Directors vertreten sein. Zammit ist seit Januar als COO für den IT-Distributor tätig und leitete die europäische Region ab 2017, nach der Übernahme von Avnet Technology Solutions durch Tech Data. Für Avnet arbeitete er seit 1993 in verschiedenen Führungspositionen.

## Astro Strobel

Am 10. Juli hat die Astro Strobel Kommunikationssysteme GmbH vorläufige Insolvenz angemeldet. Das Unternehmen bietet Produkte für IPTV, Satelliten- und Kabelempfang an.



Klaus Werner

Bild: Telekom

## Telekom

Die Telekom Deutschland benennt ihre Geschäftskundensparte in »T Business« um. »Der neue Name ist Programm«, sagt **Klaus Werner**, Geschäftsführer Geschäftskunden. »T Business steht für Innovation, Zuverlässigkeit und maßgeschneiderte Lösungen, die speziell auf die Bedürfnisse von Geschäftskunden zugeschnitten sind.« Im Angebot finden sich sowohl Infrastrukturlösungen als auch Services für Cybersicherheit, IoT oder KI. Neu sind die Tarife »Business Glasfaser Start« und »Business Glasfaser Pro« mit Geschwindigkeiten von 150 bis 2.000 Mbit/s – ergänzt durch einen Ausfallschutz bestehend aus Festnetz-Anschluss, Router mit 5G-Mobilfunk-Modul und SIM-Karte sowie Installations- und Entstör-Service.

# 100 Jahre IFA. Besuchen Sie die größte Tech Show der Welt.

6.–10. September 2024  
Messe Berlin

**IFA** Innovation  
For All

TICKETS



ifa-berlin.com



# »Wir wecken Vorfreude und Neugier auf die IFA«

Die **IFA 100** rückt näher. Über den aktuellen Stand der Dinge und die Unterstützung für Händler zur Jubiläumsmesse berichten IFA-Chef **Leif Lindner** und IFA Retail Ambassador **Peter Zyprian**.

*Herr Lindner, wie laufen die Vorbereitungen und wie ist das weltweite Feedback auf die Jubiläumsmesse?*

Leif Lindner: Wir sind auf einem guten Weg, haben an allen wichtigen Punkten wesentlich gearbeitet und aktuell sind nur noch wenig Fragen offen. Das ist gut und vielversprechend, so dass die Messe vernünftig starten kann. International ist das Feedback ebenfalls ausgezeichnet. Vor wenigen Wochen war ich in Taiwan, Korea und Japan, um die Menschen dort persönlich kennenzulernen und die Headquarters der Firmen direkt anzusprechen, damit sie in ihrem eigenen Kernmarkt erkennen, dass es relevant ist, sich mit der IFA zu beschäftigen.

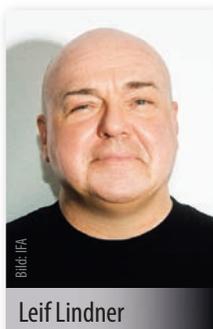
Interessant ist eine Medienauswertung, die wir gerade gemacht haben. Daraus wurde ganz klar deutlich, dass wir uns deutlich verbessert haben, mit fast 60 Prozent mehr Erwähnungen in den Medien als letztes Jahr nach dem IFA Kick-Off. Das zeigt genau unser Ziel, dass wir Vorfreude und Neugier auf die IFA wecken. Hier sind wir nach meinem Verständnis voll im Plan.

*Können Sie schon etwas Konkretes zu den Ausstellern sagen?*

Lindner: Von den wesentlichen Top-40-Ausstellern aus dem letzten Jahr sind – bis auf zwei – alle wieder da. Außerdem haben wir viele mittlere und mittelgroße Unternehmen wieder zurück auf die IFA bekommen. Es gibt auch organisatorische Gründe, die eine Teilnahme verhindern, wie im Fall von Whirlpool Beko Grundig Bauknecht. Nach dem Merger war auf einmal die Fläche zu klein, um alle Brands vernünftig dazustellen. Aber ich bin optimistisch, dass sie nächstes Jahr umso größer zurückkehren. Dadurch dass die IFA einige Aussteller zurückgewonnen hat und Entertainment wieder auf die Messe zurückbringt, ist die Vorfreude bei allen groß.

*Welche kulturellen Events wird es rund um die IFA geben?*

Lindner: Da ist an erster Stelle die Kampagne 100Moments zu nennen. In der Kommunikation gehen wir in Schüben vor und ergänzen immer weiter. Damit kommunizieren wir die Themen der Industrie über unsere Kanäle und verstärken sie, was auch der Handel wahrnimmt. Denn was sind für den einzelnen Händler die Gründe, warum er zur IFA kommen muss? Warum soll er mehr als einen Verkäufer mitnehmen und warum soll er mit seiner



Leif Lindner



Peter Zyprian

Frau kommen? Dies führt meistens dazu, dass mehr Zeit in Berlin und auf der IFA verbracht wird.

*Die IFA möchte für junge Menschen attraktiver werden. Wie wird die jugendliche Zielgruppe abgeholt?*

Lindner: Entertainment ist ein Mittel zum Zweck, aber auch die Frage: Wirkt die IFA auf junge Leute zeitgemäß? Etwa beim Logo, der Farbgestaltung, der Beschilderung. Wir sind auch mit Ausstellern im Gespräch, um auf den Ständen Momente zu schaffen, wo ein Foto aufgenommen wird. Der Content Creator Hub spricht einerseits professionelle Influencer und Content-Ersteller an, andererseits auch junge Konsumenten.

*Was wird auf dem Messegelände alles zu sehen sein?*

Lindner: Wichtig zu wissen: Man kann sich diesmal nicht verlaufen. Im letzten Jahr war das Wegeleitsystem eine der Hauptkritikpunkte, weshalb wir es überarbeitet haben. Jetzt ist für Besucher klar ersichtlich: Wo muss ich hin, was interessiert mich. Zusätzlich werden über die **IFA App** immer die Highlights kommuniziert, etwa wenn Prominente vor Ort sind. Zur IFA 100 wird außerdem der ganze OEM-Bereich Global Markets in die »Station Berlin« in Kreuzberg ausgelagert. Messebesucher haben damit vom ersten Augenblick das Gefühl, dass alle Produkte auf der IFA interessant sind und den Weg in die Zukunft weisen. Ebenso wird IFA Next diesmal ein wesentlicher Bereich sein, den man nicht auslassen sollte, weil dort die Technologien von morgen dargestellt werden.

*Herr Zyprian, eine der wichtigsten Zielgruppen der IFA sind Händler. Was wird auf der IFA 100 speziell für die Fachbesucher aus dem Handel geboten?*

Peter Zyprian: Die IFA bemüht sich wirklich

sehr um eine umfassende Unterstützung für den Handel, Anreise und Aufenthalt sollen so komfortabel wie möglich vorstattengehen. Durch exklusive Vereinbarungen mit Reiseanbietern und Hotels in Berlin wurden spezielle Reisepakete zu attraktiven Konditionen zusammengestellt, die Deutsche Bahn bietet besondere Veranstaltungstickets für die IFA an. Auf der Messe selbst besteht für Fachbesucher ein eigener Bereich am Eingang Süd, wo sie einen früheren Zugang ab 8 Uhr morgens haben. In dieser **IFA Trade Lounge** können sie ein Frühstück und Erfrischungen zu sich nehmen oder einen Arbeitsbereich für Meetings und einen Bereich zum Entspannen nutzen. Der Zugang zum Messegelände ist für Fachbesucher bereits ab 9.30 Uhr möglich. Diese halbe Stunde hört sich vielleicht etwas profan an, bringt aber eine Entzerrung, um die ersten Termine ab 10 Uhr pünktlich einhalten zu können. Außerdem können sich Händler mit der neuen **IFA App for Trade** durch die ganze Messe steuern lassen, mit Gesprächspartnern vernetzen und Treffen planen. Last but not least bietet die IFA den Fachbesuchern einen kostenlosen Shuttle-Service sowie geführte Touren zu fünf wichtigen Trendthemen.

*Wie begleiten Handelsunternehmen und Verbundgruppen die IFA 100?*

Zyprian: In Berlin und seinen Randbezirken ist MediaMarktSaturn recht stark vertreten und wird entsprechend in Aktivitäten zur IFA mit einbezogen, also sowohl mit Werbeaktionen in den Stores als auch auf der Messe selbst, inklusive einer Keynote von CEO **Dr. Karsten Wildberger**. Überdies hat sich die Telering entschieden, ihre Hauptversammlung während der IFA stattfinden zu lassen, direkt auf dem Messegelände im City Cube. Alle Kooperationen haben eine eigene Präsenz auf der IFA, sei es ElectronicPartner im Palais, Euronics, EK und Telering mit einem Stand oder expert mit einer Halle. Kooperationsmitglieder profitieren außerdem vom »IFA Retail Member«-Programm mit exklusiven Angeboten. Alle Retailer zeigen sich spürbar auf der IFA, sowohl für Händler als auch für Endkunden. Das ist sehr erfreulich und zeigt, dass die Akzeptanz und Unterstützung für die IFA von allen im Handel gelebt wird. Darüber freuen wir uns sehr und bedanken uns für die großartige Unterstützung.

## IFA Podcast-Gespräch

**Hören Sie hier** unser ausführliches Podcast-Gespräch mit dem IFA-Management über Händlerzuspruch, Medienaktivitäten und den aktuellen Stand der Dinge wenige Wochen vor Beginn der IFA 100.





Die Gäste beim IFA Kick-Off wurden von IFA-Chef Leif Lindner und gfu-Geschäftsführerin Dr. Sara Warneke begrüßt

## IFA Kick-Off

# Innovationen für alle

Zum 100. Jubiläum erstrahlt die IFA im neuen Design, frischen Farben und ist zurück im Herzen der Stadt. Entsprechend gut besucht war die erste Ausgabe des neugestalteten IFA Kick-Offs, das am 27. und 28. Juni im Bikini-Haus Berlin stattfand. Rund 240 Gäste aus Presse und Industrie erlebten ein buntes Programm mit Keynotes, einer unterhaltsamen Media Night und der offiziellen Eröffnung der »IFA 100 Years The Exhibition«.

In seiner Begrüßung zum IFA Kick-Off betonte **Leif Lindner**, Geschäftsführer der IFA Management GmbH: »Die IFA ist bereits jetzt wahrnehmbar in ganz Berlin mit spannenden Aktionen und Events im Rahmen der 100Moments-Kampagne. Aber gerade auch durch den Kick-Off und die Ausstellung wird die IFA zu einem Place-to-be schon jetzt im Juli.«

»Wir freuen uns, dass die Ausstellung und der Kick-Off auf so großes Interesse stoßen«, resümierte **Dr. Sara Warneke**, Geschäftsführerin der gfu Consumer & Home Electronics GmbH. »Für die Medienschaffenden gab es wirklich eine Menge toller Neuigkeiten und Informationen zu Produkt-Launches und auch die Diskussionsformate kamen sehr gut an.«

Wieder Teil des IFA Kick-Offs waren die Media Night sowie die gfu Insights &

Trends (siehe nächste Seite). Die Keynotes der IFA-Aussteller sprachen **Dr. Reinhard Zinkann** (Miele), **Dr. Michael Geisler** (AEG), **Mario Winter** (Samsung), **Horst Nikolaus** (Jura), **Sascha Mallah** (Teufel), **Viola Linke** (Liebherr), **Javier Foncillas** (Dolby), **Stefanie Lipps** (BSH Hausgeräte), **Alexander Dehmel** (GfK) und **Christian Alber** (Loewe). Einen Bericht zu den Keynotes lesen Sie in **CE-Markt electro** auf den Seiten 10 und 11.

Die Trends im TV-Markt beleuchtete eine Gesprächsrunde moderiert von **Christoph de Leuw** von der *Computer Bild*. Dabei diskutierten die Produktspezialisten der TV-Hersteller **Dirk Schulze** (Panasonic), **Gerald Strömer** (LG), **Danny Tack** (Philips TV & Sound) und **Sang-Won Byun** (Samsung) das Für und Wider der unterschiedlichen Display-Technologien

OLED, LED und Micro LED, die Entwicklung bei 8K, sowie die Trends bei Zollgrößen, Stromverbrauch und Bildqualität.

## IFA 100 Years The Exhibition

Im Zuge des IFA Kick-Offs wurde die Ausstellung »IFA 100 Years The Exhibition« im Bikini Berlin (einer denkmalgeschützten Location gegenüber der Gedächtniskirche) feierlich eröffnet. Präsentiert werden historische Exponate und Kunstwerke von acht Berliner Künstlerinnen und Künstlern. Die Werke sind inspiriert von der vielfältigen Vergangenheit und der innovativen Zukunft der IFA und laden Besucher ein, über die Rolle von Technologie und Kreativität im Alltag nachzudenken. Die Ausstellungsfläche bietet zudem Raum zum Netzwerken, Austauschen und Verweilen.

## 100Moments-Kampagne

Die Ausstellung ist Teil der 100Moments-Kampagne, mit der die IFA ihr Jubiläum feiert und die Vorfreude auf die Messe schon seit einigen Wochen in die Stadt trägt. Das bunte und vielfältige Programm mit Highlights aus Musik, Technik und Kultur wird regelmäßig aktualisiert und ist über die IFA-Website abrufbar. »Wir haben immer im Blick, dass Messen heutzutage weit mehr sein müssen als fünf Tage Programm in Hallen, sondern ein kulturelles Gut, das Menschen bewegt und emotional mitreißt. Wir nehmen daher alle mit auf unsere IFA-Zeitreise von dem Beginn als Internationale Funkausstellung zu echten Innovationen For All«, so Leif Lindner.

## Bildergalerie zum IFA Kick-Off



Sehen Sie hier die schönsten Bilder von den beiden Tagen der IFA-Pressveranstaltung mit den Keynotes und der Jubiläumsausstellung.

## Premium Products+

Smart Devices | Smart Health | Smart Home



# DORO VERBINDET GENERATIONEN

Mit den Doro HearingBuds\* entscheiden Sie selbst, wie Sie die Welt hören!



Jetzt die Welt von Doro erleben!

[doro.com/de-de](https://doro.com/de-de)

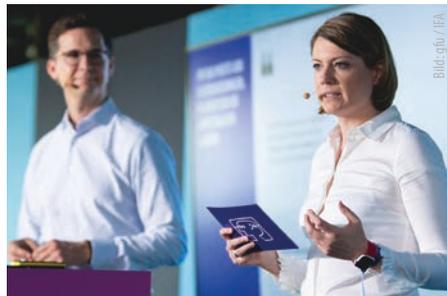


\*Die Doro HearingBuds sind kompatibel mit dem Doro Smartphone 8200, dem Doro Tablet sowie anderen Android und iOS Produkten.

# Einsatz von KI steigert Umsatz und Kundenzufriedenheit

Eine Umfrage der Strategieberatung **Oliver Wyman** und der **gfu Consumer & Home Electronics** zeigt, dass Führungskräfte innerhalb der nächsten fünf Jahre einen zügigen Ausbau des Einsatzes von Künstlicher Intelligenz in kundenbezogenen Services erwarten.

Befragt wurden dazu mehr als 100 Entscheider und Entscheiderinnen aus den Branchen Consumer Electronics, Elektrogroßgeräte und -kleingeräte, Smart Home, Telekommunikation und Automobil. Für die Befragung wurden sieben KI-Anwendungsfälle (darunter Marketing, vorausschauende Wartung und Kundendienst) in den verschiedenen Phasen der Kundeninteraktion analysiert: vor dem Kauf, während der Produktnutzung und nach dem Kauf. Demnach nimmt die KI-Implementierung insgesamt kontinuierlich zu, der Implementierungsgrad hinsichtlich Anwendungsfall und Branche variiert jedoch zum Teil beträchtlich. So setzen etwa Anbieter von TK-Produkten und Elektrogroßgeräten KI bereits vielfältig ein, während die Hersteller von Elektrokleingeräten tendenziell eher zurückhaltend agieren. »Anbieter von Telekommunikationsprodukten und Consumer Electronics sind führend darin, KI zur Personalisierung einzusetzen und liegen auch beim Kundendienst im vorderen Feld. Die Elektrokleingeräte-Branche schneidet jedoch in allen Kategorien allenfalls durchschnittlich ab und zeigt auch gegenüber dem Großgeräte-Segment Nachholbedarf«, kommentiert **Dr. Martin Schulte**, Partner bei Oliver Wyman.



**Die Ergebnisse der gemeinsamen Studie** »KI – eine neue Hoffnung« präsentierten Dr. Martin Schulte (Strategieberatung Oliver Wyman) und Dr. Sara Warneke (gfu)

## Umfassender KI-Ausbau erwartet

Bereits heute setzt nahezu jedes der befragten Unternehmen (95 %) in mindestens einem der genannten Bereiche KI ein. 68 Prozent geben an, KI in drei und mehr Bereichen eingeführt zu haben. Eine breite KI-Implementierung in mindestens fünf Anwendungsfeldern verzeichnen aktuell nur sieben Prozent der Unternehmen.

Innerhalb der nächsten fünf Jahre erwarten die Befragten einen rasanten Anstieg: Bis zum Jahr 2029 wollen 83 Prozent der Unternehmen KI in mindestens drei

Bereichen anwenden, 75 Prozent gehen sogar von fünf und mehr Anwendungsszenarien aus. »Der geplante Ausbau zeugt von einer enormen Dynamik und verdeutlicht die Zuversicht der Führungskräfte, dass sich der Einsatz von künstlicher Intelligenz in den Unternehmensabläufen und kundenzentrierten Anwendungen gleichermaßen auszahlen wird«, erläutert gfu-Geschäftsführerin **Dr. Sara Warneke**.

## Messbare finanzielle Vorteile

KI verbessert laut den Befragten nicht nur die Qualität, Effizienz und Kundenzufriedenheit, sondern liefert auch messbare finanzielle Vorteile. Demnach führt der KI-Einsatz durchschnittlich zu einem Umsatz- und Gewinnanstieg von 2,8 bzw. 1,9 Prozent. Zugleich sanken die strukturellen Kosten durchschnittlich um 3,4 Prozent.

Vor allem im Marketing verzeichnen die befragten Unternehmen einen messbaren Nutzen, so dass im Vergleich zu heute mehr als doppelt so viele Unternehmen (97 %) bis 2029 in ihrem Marketing auf KI zurückgreifen wollen. Ähnliches gilt für die Verkaufsberatung, wo im selben Zeitraum ein Anstieg von 39 auf 94 Prozent erwartet wird. Ein noch wenig erschlossenes Anwendungsfeld ist die vorausschauende Wartung: Nur 23 Prozent der Unternehmen nutzen KI in diesem Bereich. Hier rechnen Führungskräfte mit den stärksten Zuwachsraten und einem Anstieg auf 88 Prozent bis zum Jahr 2029.

»Bei den befragten Führungskräften überwiegt eine positive Einstellung gegenüber KI. Neben Qualitäts- und Effizienzsteigerungen für die Unternehmen werden sowohl gesteigerte Kunden- als auch Mitarbeiterzufriedenheit gepaart mit gesenkten Strukturkosten ins Feld geführt. Das ist eine eher seltene Multiple-Win-Situation«, fasst gfu-Geschäftsführerin Dr. Sara Warneke zusammen.

## gfu Insights & Trends

### Welche Auswirkungen hat KI bereits heute?

Ein Bestandteil des IFA Kick-Offs in Berlin war am 28. Juni auch die gfu Insights & Trends. Die diesjährige Ausgabe des Innovationsforums der IFA stellte den Themenkomplex KI in den Fokus. Das Thema war klug gewählt, denn der Einsatz von KI schreitet kontinuierlich voran. Manche

Experten erwarten durch KI größere Veränderungen, als seinerzeit durch das Internet oder Smartphone – und mit einer noch schnelleren Umsetzungsgeschwindigkeit. Gleichzeitig ist die Skepsis gegenüber KI hierzulande groß, wie eine Umfrage der gfu am Anfang dieses Jahres gezeigt hat.

In Kurzvorträgen wurde eine Standortbestimmung zur KI geliefert – unterlegt durch konkrete Einsatzbeispiele und einen Ausblick, woran Wissenschaft und Forschung für zukünftige Entwicklungen

arbeiten. Präsentiert wurde außerdem eine Studie zum Einsatz von KI in Unternehmen (siehe Bericht oben). Ergänzt wurde das Vortragsprogramm durch eine Podiumsdiskussion mit den vortragenden Expertinnen und Experten. Diese KI-Spezialisten verschiedener Disziplinen hielten Kurzvorträge zu unterschiedlichen Themengebieten rund um KI:

● **Robert Taylor**, Senior Technology Lead & Strategist bei Microsoft Deutschland, zeigte Praxisbeispiele zu KI-Anwendungen in Unternehmen.

● **Professor Dr. Ing. Cristian Axenie**, Computer Science der TH Nürnberg, stellte unter dem Begriff »Tiny AI« seine Forschung an einer schlanken KI vor, die schnell, persönlich und weniger Energie verbrauchend ist.

● **Gina Elsholz**, Managing Director bei der PR-Agentur Ketchum, und ihr Kollege **Frederik Tautz** demonstrierten unter der Prämisse »Warum Künstliche Intelligenzen in Zukunft die entscheidende Zielgruppe sind«, was KI für Marketing, Kommunikation und die Industrie bedeutet.

● **Holger Volland**, CEO von Brand Eins, gab bereits am Vortag einen Überblick zum aktuellen Stand der Dinge bei KI.



Podiumsdiskussion zum Thema KI

# Gaming-Markt unter Druck – das sind die Wachstumschancen

Der Gaming-Sektor erfreut sich weiterhin großen Interesses. Die Rückkehr der Erstkäufer aus den Pandemie Jahren, eine positive Umsatzentwicklung bei Peripheriegeräten sowie die steigenden Aussteller- und Besucherzahlen auf Messen wie der gamescom stimmen positiv für die Zukunft. **Aleksandar Tomasevic**, Director CSM IT/Office bei **GfK**, zeigt die Wachstumspotenziale auf, die es zu nutzen gilt, um weiterhin erfolgreich zu sein.

Wenn die gamescom am 21. August ihre Tore öffnet, erhoffen sich viele Aussteller positive Impulse für ihr Business. Denn der Gaming-Markt in Deutschland steht derzeit unter Druck und kämpft nach sehr erfolgreichen Jahren mit rückläufigen Umsätzen. Während der Pandemie boomte vor allem der PC-Spiele- und Peripheriemarkt aufgrund der starken Nachfrage nach Home Entertainment. Im vergangenen Jahr verzeichneten dann die Konsolen dank der besseren Verfügbarkeit deutliche Zuwachsraten. In den ersten fünf Monaten 2024 lag jedoch der Umsatz über alle Kategorien\* hinweg mit minus 17 Prozent deutlich unter dem Vorjahreszeitraum.



Aleksandar Tomasevic

legten von Januar bis Mai jeweils um 1 Prozent zu. Auch Headsets für Spielkonsolen zeigen einen Aufwärtstrend, sie stiegen um 13 Prozent nach oben. Erfreuliche Entwicklungen gibt es auch in den größeren Subsegmenten Tastaturen und Mäuse: Der Absatz kleinformatiger Tastaturen wuchs um 29 Prozent und derjenige von kabellosen Mäusen um 10 Prozent.

## Neue Displaygrößen legen deutlich zu

Selbst in stark rückläufigen Bereichen wie Mobile Computing gibt es Wachstumspotenziale. Entscheidend ist jedoch, dass Hersteller und Händler das aktuelle Marktgeschehen sowie ihre Zielgruppe kennen und ihr Portfolio entsprechend anpassen. Beste Voraussetzungen dafür bietet eine Analyseplattform wie gfknewron, die beispielsweise granulare Aussagen zur Performance verschiedener Displays treffen kann. Aktuelle Analysen zeigen, dass die neuen Displaygrößen aktuell besonders gut performen: 16-Zoll-Displays verzeichneten in den ersten fünf Monaten des Jahres ein Wachstum von plus 65 Prozent und 18-Zoll-Displays sogar von plus 148

Prozent. Auch OLED-Displays in Gaming-Notebooks, die sich von einer kleinen Nische zu einem größeren Marktsegment entwickeln, zeigen mit einem Wachstum auf 1,4 Millionen Euro (+537 %) beeindruckende Zahlen.

## Erster Austauschzyklus seit der Pandemie

Positive Signale für den Bereich Gaming und Mobile Computing lassen sich auch aus der vierteljährlich durchgeführten Konsumentenbefragung gfknewron Consumer erkennen: Demnach wurden im ersten Quartal 48 Prozent aller Gaming-Notebook-Neukäufe von Konsumenten getätigt, deren Vorgängergerät vier Jahre oder jünger war. Hier setzt nun also der Austauschzyklus der Erstkäufer aus der Corona-Boomphase ein. Gleichzeitig steigt der Anteil der Käufer, die ein zusätzliches Mobile-Computing-Produkt erwerben. Er liegt aktuell bei 15 Prozent. Dieser Trend bietet Händlern und Herstellern spannende Möglichkeiten, diese Zielgruppe mit maßgeschneiderten Angeboten anzusprechen.

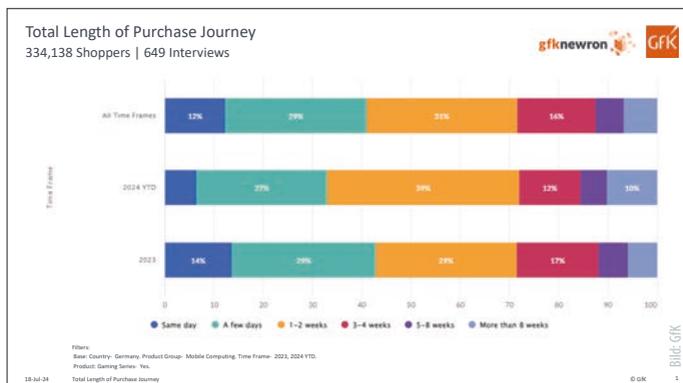
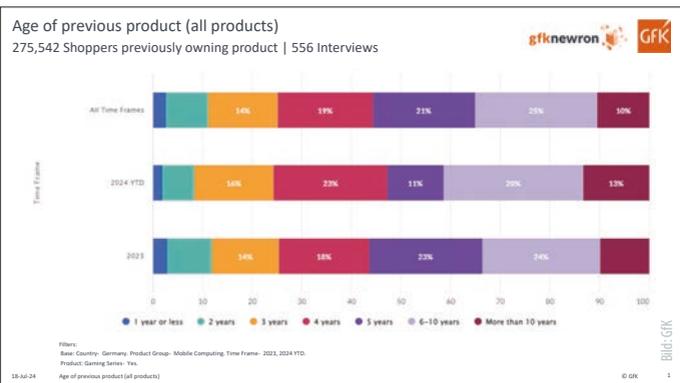
Doch über welche Kanäle lassen sich Gaming-Käufergruppen am besten erreichen? Auch hier lohnt sich ein Blick in die Datenplattform. So zeigt sich am Beispiel der Gaming-Notebooks, dass im ersten Quartal knapp die Hälfte der Befragten ausschließlich online nach Produkten recherchiert hat und knapp 75 Prozent zumindest auch online. Gleichzeitig steigt seit einigen Monaten der Anteil der reinen Offline-Sucher.

## Purchase Journey im Blick behalten

Für Hersteller und Händler lohnt es sich also, auf allen Kanälen präsent zu sein und die Shopper mit guten Angeboten zu überzeugen. Denn das Zeitfenster, in dem die Purchase Journey stattfindet, ist bei der überwiegenden Mehrheit der Konsumenten nicht länger als zwei Wochen. Gerade rund um Promotion-Events wie Prime Day und Black Friday ist eine starke Präsenz der Marken gefragt, denn Gamer schlagen hier bei Schnäppchen besonders gerne zu.

## Wachstum bei Peripheriegeräten und Konsolenzubehör

In diesem herausfordernden Umfeld ist es besonders wichtig, die noch vorhandenen Wachstumssegmente zu identifizieren und zu nutzen. Denn trotz der allgemeinen Marktschwäche gibt es Kategorien, die sich weiterhin positiv entwickeln. So wächst insbesondere der Markt für Peripheriegeräte: Gamepads und Lenkräder



**Im ersten Quartal 2024** kamen 48 Prozent aller Gaming-Notebook-Neukäufe von Kunden, deren Vorgängergerät vier Jahre oder jünger war

**Das Zeitfenster für die Purchase Journey** ist bei der überwiegenden Mehrheit der Gaming-Kunden nicht länger als zwei Wochen

\* Im GfK Handelspanel werden die Verkäufe von AR-/VR-Brillen, Gamepads, Joysticks, Steering Wheels/Pedalen, Gaming-Stühlen, Tastaturen, Pointing Devices, Headsets, Monitoren, Desktop-PCs, Mobile Computing, Computergehäusen, Mainboards, Grafikkarten und Spielkonsolen gemessen.

## Langfristige Finanzierungsstruktur

# Ceconomy platziert an Nachhaltigkeitsziele gebundene Anleihe



**Ceconomy** konnte eine nachhaltigkeitsgebundene Anleihe in Höhe von 500 Millionen Euro mit einer Laufzeit bis zum Jahr 2029 platzieren. Die Verzinsung der Anleihe ist daran geknüpft, dass Ceconomy die indirekten Treib-

hausgase (Scope 3.11) bis zum Geschäftsjahr 2026/27 um 14,8 Prozent reduziert, ausgehend vom Basisjahr 2021/22. Damit unterstreicht das Handelsunternehmen auch sein Bekenntnis zu den Klimazielen. **Dr. Karsten Wildberger**, CEO der Ceconomy AG und MediaMarktSaturn: »Ich freue mich, dass wir mit der Anleihe unsere langfristige Finanzstruktur erneuern und sie für die Zukunft sichern. Nachhaltigkeit ist für uns nicht verhandelbar und das zeigen wir jetzt auch mit unserer Finanzie-

ungsstruktur. Wir wissen, dass nicht nur unsere Kundinnen und Kunden, sondern auch unsere Investoren in diesem Feld klare Erwartungen an uns haben. Diesen Ansprüchen werden wir nun mit unserer nachhaltigkeitsgebundenen Anleihe gerecht und bekennen uns klar zur Erreichung unserer Nachhaltigkeitsziele.« Die Emission dient zur vorzeitigen Refinanzierung der im Jahr 2021 emittierten Anleihe. Die neue Anleihe wurde von S&P und Fitch mit BB-/BB bewertet.

## Technik-Profi Treffen 2024

# Telering-Hauptveranstaltung im Rahmen der IFA 100

»Wir haben uns sehr bewusst für die Einbindung in die Jubiläums-IFA entschieden«, sagt Telering-Geschäftsführer **Udo Knauf**. »Auf keiner anderen Messe findet man eine vergleichbare Präsentation der Leistungsstärke der Industrie über alle Warentypen. Die IFA hat sich modernisiert und steht nun für Innovation für alle. Das wollen wir gemeinsam nutzen. Wir werden dazu organisierte und geführte Standrundgänge realisieren, die unseren Mitgliedern in kurzer Zeit einen perfekten Überblick ihrer bevorzugten Lieferanten ermöglicht.« Die Weltfunk-Großhandels-

häuser ermöglichen den Telering-Mitgliedern ein ereignisreiches und komfortables Berlin-Wochenende. Am Samstagmittag (7. September) findet die Gesellschafter-Versammlung im City Cube statt. Hier erhalten Telering-Mitglieder kompakt alle wichtigen Informationen rund um die Verbundgruppe. Am Abend feiern die Technik-Profis in einer beeindruckenden Location eine unvergessliche Party. Als Benefit-Leistungen erhalten Telering-Mitglieder kostenlose Eintrittskarten zur IFA, deutlich vergünstigte Hotelpreise, zusätzliche Anreize bei Teilnahme an geführten



Standrundgängen und vieles mehr. Dazu gehören auch günstige Einkaufsmöglichkeiten bei allen Premium-Lieferanten. Wie in den letzten Jahren wird die Telering auch zur IFA 100 mit einem eigenen Stand vertreten sein, zu finden in Halle 2.2 (Standnummer 120).

## www.karriere-handel.de

# Digitale Kampagne wirbt bei jungen Menschen für die Ausbildung im Handel



**Der** Handelsverband Deutschland (HDE) geht mit der Ausbildungskampagne unter [www.karriere-handel.de](http://www.karriere-handel.de) in eine neue Phase. Die Kampagne richtet sich insbesondere an Schülerinnen und Schüler, Studierende mit Wechselabsicht-

ten sowie Eltern, Lehrkräfte und Berufsberater und stellt die vielfältigen Ausbildung- und Karrierechancen im Handel vor. Unterstützt wird die Kampagne von Unternehmen aus dem Handel. Auszubildende, Teilnehmer der Abiturientenprogramme des Handels und Dual Studierende geben dabei Einblick in ihren Arbeitsalltag im Geschäft, in der Logistik, im Lager und im Büro. »Fachkräftemangel und fehlende Abiturjahrgänge sind nur zwei Gründe, warum es entscheidend ist,

auf den Einzelhandel als großen Ausbilder in Deutschland aufmerksam zu machen. Karriere mit Lehre ist in der Branche die Regel«, erklärt HDE-Hauptgeschäftsführer **Stefan Genth**. Der Handel bietet jedem jungen Talent die passende Qualifizierung, mit über 60 verschiedenen zwei- und dreijährigen Ausbildungen sowie dualen Studiengängen und attraktiven Abiturientenprogrammen, bei denen bis zu drei Abschlüsse in drei Jahren erlangt werden können.

## Eno.de

# Neuer Webshop von Eno mit erweiterten Funktionen

**Der** Nordhorer Distributor verschmelzt Eno.de und Shop.eno.de zu einer Plattform. Mit Eno.de gibt es jetzt nur noch eine Adresse und es wird nicht mehr zwischen Infoportal und Onlineshop unterschieden. »Wir sind fest davon überzeugt, dass der neue Webshop unseren Kunden gefallen wird und freuen uns schon sehr auf das Feedback. Mit den neuen Funktionen werden Artikel und das passende Zubehör viel schneller gefunden«, sagt Eno-Geschäfts-

führer **Gernot Teufel**. Eine intuitivere Bedienung und verbesserte Benutzeroberfläche sollen das Finden und Kaufen von Produkten einfacher machen. Die neuen Bereiche FAQ und Lob & Kritik beantworten Fragen bzw. führen zum aktiven Austausch. Durch optimierte Ladezeiten können Kunden schnell auf alle Inhalte und Produkte zugreifen. Zudem hat der neue Shop ein klares Design, das auch die Navigation erleichtert und das Einkaufen noch



angenehmer machen soll. Die Kategorien wurden neu strukturiert, so dass Produkte gezielter gefunden werden können – egal ob per Smartphone, Tablet oder PC.

# Stabile Geschäftsentwicklung

Im Geschäftsjahr 2023/2024 (vom 1. April 2023 bis 31. März 2024) erzielte **expert SE** einen Innenumsatz zu Industrieabgabepreisen ohne Mehrwertsteuer von 2,23 Milliarden Euro. Der leichte Rückgang ist auf die wirtschaftlich und politisch angespannte Gesamtsituation am Markt zurückzuführen.

**F**okussierung bildete für expert den Schwerpunkt des vergangenen Geschäftsjahres, welcher das Unternehmen wie ein roter Faden begleitete«, so **Dr. Stefan Müller**, Vorstandsvorsitzender der expert SE, auf der Bilanzpressekonferenz am 4. Juli in der Zentrale in Langenhagen. »Angesichts einer angespannten Wirtschaftslage, die sowohl expert als auch den Markt beeinflusst hat, haben wir uns verstärkt auf erfolgversprechende Ansätze konzentriert und unsere Wertschöpfung durch klar auf den Einzelhandel abgestimmte Maßnahmen in den Bereichen digitale Kundenansprache, Ertragsoptimierung im stationären Geschäft, Ausbildung und Lieferung gesteigert. Gemeinsam mit unseren Gesellschaftern haben wir so die wirtschaftlich solide Basis unserer Unternehmensgruppe gestärkt, durch die sich expert auch in herausfordernden Zeiten am Markt behaupten kann, und die Weichen in Richtung einer unternehmerisch erfolgreichen Zukunft gestellt.«

Als Verbundgruppe kann expert keinen Gewinn im klassischen Sinne kommunizieren. Gradmesser für den Unternehmenserfolg ist die Gesamtbonusausschüttung an die Gesellschafter, die mit 229 Millionen Euro recht hoch ausfiel (entspricht 13 Prozent des jahresbonuspflichtigen Umsatzes). Zudem konnte expert mit 27,9 Prozent wieder eine hohe Eigenkapitalquote ausweisen. »Zu Beginn des laufenden Geschäftsjahres gaben die Prognoseinstitute erstmals Einschätzungen einer leichten wirtschaftlichen Belebung und einer sich bessernden Konsumlaune ab, dennoch rechnen wir frühestens ab dem zweiten Halbjahr 2025 mit einer Trendumkehr und Erholung der Konjunktur«, erklärt **Michael Grandin**, Finanzvorstand der expert SE. »Daher ist es für expert umso bedeutender, die bereits begonnenen Maßnahmen zur Restrukturierung und Effizienzsteigerung weiterzuentwickeln und gemeinsam mit unseren Gesellschaftern fortzuführen – mit Augenmaß, aber konsequent und auf die Wirtschaftlichkeit unserer Unternehmensgruppe ausgerichtet.«



Dr. Stefan Müller



Michael Grandin



Christoph Komor

Im Geschäftsjahr 2023/2024 zählte die expert-Gruppe 186 Gesellschafter mit 385 Standorten, 140 davon betreiben eine eigene Service-Werkstatt. Die Anzahl der Fachmärkte ist leicht gesunken und betrug zum Geschäftsjahresende 287. In diesem Zeitraum wurden mehrere expert-Standorte aus dem Regiebetrieb in Gesellschafterhand übergeben: Zum 1. April 2023 ging der Markt in Coesfeld von der expert Handels GmbH West & Co. KG an die expert Ahaus GmbH & Co. KG. Und die Fachmärkte in Bünde und Melle wurden am 1. Oktober 2023 in die expert Gröblichhoff GmbH überführt.

Zudem wurde die deutschlandweite Kooperation mit familia und den dort integrierten expert-Flächen weiter ausgebaut. Im familia-Markt in Falkensee eröffnete im November 2023 eine weitere Shop-in-Shop-Fläche mit einem ausgewählten Elektroniksortiment. Mit den expert-Flächen in den familia-Märkten in Bielefeld, Langenhagen und Rendsburg umfasst die Kooperation damit nun vier Instore-Shops.

## Stationärer Einzelhandel als Herzstück

**Christoph Komor**, Einzelhandelsvorstand der expert SE: »Unser stationärer Einzelhandel bildet das Herzstück unserer Kooperation: Durch die qualifizierte experten-Beratung, optimale Services und Dienstleistungen sowie die Nähe zu den Kunden heben wir uns positiv vom Markt ab und positionieren uns als die expert-Technik-Nachbarn. Diese lokale Verwurzelung ist ein entscheidender Wettbewerbsvorteil, daher haben wir im vergangenen Geschäftsjahr den stationären Einzelhandel verstärkt in den Fokus gerückt und Maßnahmen zur Stärkung unserer Gesellschafter, zur Gewinnung und Ausbildung von Fachkräften sowie zur sinnvollen Re-

strukturierung unserer expert-eigenen Einzelhandelsaktivitäten eingeleitet. Diese Maßnahmen werden uns auch im Geschäftsjahr 2024/2025 als Schwerpunkt begleiten.«

## Ausbau des Logistiknetzes

Zuletzt wurde die Optimierung des Logistiknetzwerks im Bereich der Großgeräte (Hausgeräte und TV) vorangetrieben. Ausgangssituation war, dass Kunden aufgrund der dezentralen Online-Shops durch Suchfunktionen und Angebotsplattformen oftmals Produkte bei entfernteren expert-Händlern kaufen und nicht bei dem ihnen am nächsten gelegenen Händler. Dadurch entstehen längere Transportwege und höhere Kosten. Ziel eines expert betriebenen Logistiknetzwerks ist es daher, dass online gekaufte Großgeräte möglichst immer von einem kundennahen expert-Standort ausgeliefert werden. Dies steigert die Wirtschaftlichkeit und verbessert die Umweltbilanz. Zudem wird die Warenbelieferung der Kunden direkt durch ihren »Technik-Nachbarn« ermöglicht, der auf Wunsch zusätzliche Serviceleistungen wie Anschluss und Inbetriebnahme der Geräte anbietet.

## Fokus auf Kundenmehrwert und Wertschöpfung

Im laufenden Geschäftsjahr arbeitet expert verstärkt an der Weiterentwicklung des Multichannel-Ansatzes, um auch diejenigen Kunden zu adressieren, in deren Einzugsgebiet die Fachhandelskooperation aktuell nicht stationär vertreten ist. Durch den weiteren Ausbau der digitalen Kundenansprache, z.B. durch die neue expert Kunden-App sowie die kürzlich eingeführte Präsenz auf Online-Marktplätzen, erhöht expert seine Sichtbarkeit und erreicht noch mehr Kunden.

Im neuen Geschäftsjahr 2024/2025 legt expert den Fokus auf Wertschöpfung in Zusammenarbeit mit seinen Industrie- und Dienstleistungspartnern. Ziel ist es, die Zusammenarbeit mit Partnern, die die expert-Strategie mittragen und die an der gemeinsamen Steigerung der Wertschöpfung im Sinne aller Beteiligten interessiert sind, gezielt zu fördern und auszubauen. Gleichzeitig werden bestehende Partnerschaften auf ihren gegenseitigen Nutzen hin neu beleuchtet und bewertet.

In nächster Zeit stehen einige Veranstaltungen an, allen voran die IFA 100, wo expert wieder in Halle 7.2a vertreten ist. Und vom 28. bis 29. September findet die expert-Hauptversammlung in Göttingen statt. Unter dem Motto »Wir laden Sie in den Fachmarkt ein« wird dort ein innovatives Messekonzept präsentiert. Der an einen typischen expert-Fachmarkt angelehnte Hallenaufbau gibt neue Impulse in der Gestaltung des Point of Sale. Zudem werden verstärkt Schulungsmöglichkeiten für das Fachpersonal in das Messekonzept integriert.



Die geladenen Gäste aus Fachhandel und Verbundgruppen, den Sponsoren aus der Industrie sowie den Referenten auf dem Branchenabend zur Preisübergabe an die letztjährigen »Händler des Jahres«



# Händler des Jahres 2024/25

**CEMarkt electro**

Bewerben Sie sich!

## CE-Markt und CE-Markt electro suchen die »Händler des Jahres 2024/25«

Kunden erwarten heutzutage vom Handel ein attraktives Einkaufserlebnis und individuell zugeschnittenem Service. Auch in diesem Jahr suchen wir wieder Fachhändler und Fachmärkte, die mit ihren Aktivitäten hervorstechen und sich in diesen herausfordernden Zeiten fit für die Zukunft aufstellen. Bewerben Sie sich!

Nach Bewerbungsschluss tritt im Oktober unsere Jury zusammen und wählt aus dem Bewerberfeld die »Händler des Jahres 2024/25«. Die Jury setzt sich aus der Chefredaktion von **CE-Markt** und **CE-Markt electro** zusammen – ergänzt um fachkundige Repräsentanten der branchenbezogenen ZVEI-Verbände, der gfu, der GfK und des renommierten Marktforschungs- und Beratungsunternehmens IFH Köln. Die Preisübergabe erfolgt zum Jahresende im Rahmen eines Branchenabends in der Panoramalounge im Hochhaus der *Süddeutschen Zeitung* in München.

Die »Händler des Jahres« werden ab sofort nicht mehr nur für ein Jahr ausgeschrieben, sondern auch für das Folgejahr. Das hat den Vorteil, dass die prämierten Händler die Auszeichnung für ihr Eigenmarketing ein ganzes Jahr lang nutzen können. Um die Vielfalt im Handel abzubilden, gibt es wieder zwei Kategorien:

- Fachmarkt (Großfläche)
- Fachhändler (Ladengeschäft/Fachbetrieb)



### Ihre Bewerbung als Händler des Jahres



Bewerbungsformular

Erfolgreiche Handelsunternehmerinnen und -unternehmer unserer Branche können sich jetzt als »Händler des Jahres 2024/25« bewerben.

Unter [www.ce-markt.de/hdj](http://www.ce-markt.de/hdj) stehen die Bewerbungsunterlagen zum Download bereit. Diese schicken Sie bitte ausgefüllt an [verlag@ce-markt.de](mailto:verlag@ce-markt.de).

Bewerbungsschluss ist der 30. September 2024.



## Die Händler des Jahres 2024/25 werden präsentiert von:



**AMBILIGHT tv**

**Bauknecht**

**hama**

**jura.**

**medisana**

**NIVONA**

**TechniSat**



Eine für Verbraucher erkennbare **Reparierbarkeit** von Elektronikgeräten kann die Anzahl der Reparaturen erhöhen

ausbaufähig ist. Immerhin: Etwas mehr als jeder dritte befragte Haushalt (36%) hat im Jahr 2023 mindestens ein Elektro- oder Haushaltsgerät reparieren lassen. Knapp jeder fünfte Haushalt (19%) hat sogar zwei oder mehr Reparaturen durchführen lassen.

Unterschiede gibt es je nach Bundesland: Besonders reparaturfreudig ist die Bevölkerung in Berlin (47%), gefolgt von Baden-Württemberg (41%). In Thüringen, Saarland und Schleswig-Holstein hingegen wird nur halb so häufig repariert wie beim Spitzenreiter Berlin.

Wertgarantie-Studie

## Hohe Reparierbarkeit beeinflusst die Kaufentscheidung

Eine repräsentative Studie des Spezialversicherers **Wertgarantie** zeigt: 87 Prozent der Verbraucher würden sich bei der Wahl eines neuen Elektronikgeräts von einem Reparatur-Label beeinflussen lassen, wodurch die Reparaturquote signifikant erhöht werden könnte. Dies zahlt insbesondere auf das vom EU-Parlament beschlossene »Recht auf Reparatur« ein. Verbraucher haben damit künftig einen Anspruch auf die Reparatur defekter Elektrogeräte, was die Nutzungsdauer verlängern und das Aufkommen von Elektronikschrott deutlich reduzieren könnte.

Das Interesse an der Reparierbarkeit von Elektronikgeräten ist hoch: 56 Prozent der Befragten beschäftigen sich bereits vor dem Kauf damit, wie gut ein Gerät im Schadensfall zu reparieren wäre. Dieses Interesse ließe sich signifikant steigern, wenn Hersteller die Reparierbarkeit ihrer Geräte ausweisen würden. Der Wertgarantie-Studie zufolge würden hierzulande etwa neun von zehn Verbrauchern ein solches Reparatur-Label bei der Kaufentscheidung von Elektronik- und Haushaltsgeräten berücksichtigen.

»Die Ergebnisse zeigen ganz deutlich das große Potenzial eines Reparatur-Labels, das Verbrauchern auf einen Blick die Reparierbarkeit eines Geräts anzeigt«, kommentiert **Konrad Lehmann**, Vorstand bei Wertgarantie. »Unsere Studie belegt: Die große Mehrheit der Verbraucher entscheidet sich eher für ein Gerät, das im Schadensfall einfacher zu reparieren ist.«



Wertgarantie / Daniel Mosler/Fotografie

Konrad Lehmann

Innerhalb der Studie wurden die 2.100 Befragten anhand des Beispiels Waschmaschine vor die hypothetische Kaufwahl gestellt: neuwertiges Gerät mit einer hohen Reparierbarkeit zum höchsten Preis, neuwertiges Gerät mit geringer Reparierbarkeit zum günstigeren Preis, Gebrauchtgeräte mit unterschiedlicher Nutzungsdauer ohne Angaben zur Reparierbarkeit, aber

dafür zu den günstigsten Preisen. Die eindeutige Wahl: Mit 58 Prozent entscheidet sich mehr als die Hälfte der Verbraucher für ein neuwertiges Gerät mit einer hohen garantierten Reparierbarkeit, obwohl dieses Gerät im Choice Design das teuerste war. Hier zeigt sich das große Potenzial im Hinblick auf die Reparierbarkeit von Elektronikgeräten und ein entsprechendes Label zur Kennzeichnung.

Auf der anderen Seite lassen die Studienergebnisse jedoch vermuten, dass die Reparaturquote in Deutschland noch

### Ein Reparatur-Label könnte die Reparaturquote erhöhen

»Wir glauben, dass eine hohe und für den Verbraucher erkennbare Reparierbarkeit von Geräten die Anzahl der Reparaturen deutlich erhöhen würde. Die Zahlen bei unseren versicherten Geräten zeigen, dass sich derzeit 68 Prozent der Schäden an Smartphone und Co. reparieren lassen. Hier ist also noch Luft nach oben«, ordnet Konrad Lehmann die Studienergebnisse ein. »Wir setzen uns seit Jahren für Reparaturen ein, um dem anwachsenden Elektroschrott-Berg entgegenzuwirken. Die Ergebnisse unserer Studie zeigen ganz klar, wie wichtig die Reparierbarkeit von Geräten für Verbraucher ist und dass ein Reparatur-Label eine maßgebliche Entscheidungshilfe sein könnte, um die Reparaturquote dauerhaft zu erhöhen.«

### Lernen vom »Bilbao-Effekt«

Am Wochenende des 7. bis 9. Juni kamen 300 Fachhandelspartner aus 160 Unternehmen an über 340 Standorten auf Einladung von Wertgarantie im Palacio Euskalduna in Bilbao (Spanien) zusammen. Die Hauptthemen der Konferenz waren dieses Jahr der »Bilbao-Effekt«, die Stabilität von Wertgarantie während des wirtschaftlichen Abschwungs, das »Recht auf Reparatur« mit seinen Herausforderungen und Möglichkeiten sowie das Führungskräfte-Training »Wert-Management«. Der Wertgarantie-Vorstandsvorsitzende **Patrick Döring** unterstrich die positive Geschäftsentwicklung von Wertgarantie: »In den vergangenen zehn Jahren hat Wertgarantie den Kundenbestand auf mehr als 4,3 Millionen verdoppelt. Eine Corona-Delle konnten wir nicht verzeichnen.«

## Samsung AI TVs

### Sportleistungen in Höchstform erleben

Die neuen Samsung TVs machen die Olympischen Sommerspiele in Paris mit AI-Features in den eigenen vier Wänden quasi live erlebbar. Wer zur Einstimmung gerne YouTube-Videos durchstöbert, ist beim QN900D Neo QLED 8K richtig: Dank 8K AI Upscaling Pro können ältere Inhalte auf nahezu 8K-Auflösung hochskaliert werden. Im Active Voice Amplifier Pro stimmt die AI-Funktion leisere und lautere Sounds miteinander ab, um Dialoge deutlich hörbar wiederzugeben. Zudem analysiert Object Tracking Sound jede Szene und liefert dynamische Töne, die den Bewegungen auf dem Bildschirm folgen. Das Zusammenspiel aus Samsung AI TV und der Soundbar HW-Q995D runden das Sporterlebnis für zuhause ab: Dank des Features Q-Symphony arbeiten Fernseher und Soundbar im Einklang und bieten mitreißenden Surround-Sound.



## Loewe inspire

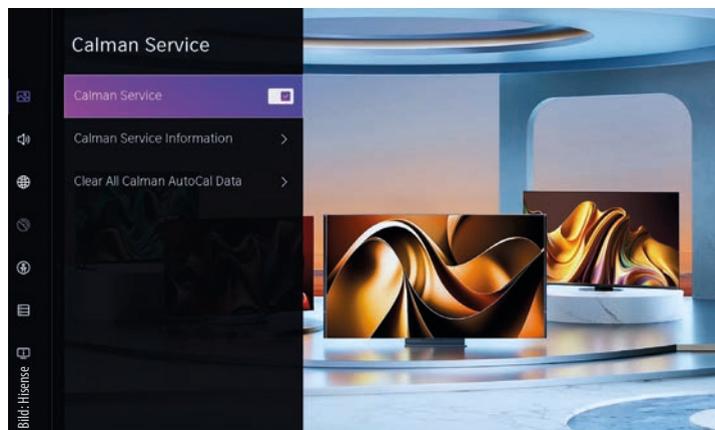
### Individuelle Sound- und Aufstelllösungen

Dank modularer Erweiterungsmöglichkeiten bietet Loewe inspire individualisierbares Home Entertainment. Die neue TV-Geräte-Serie ist in 55 und 65 Zoll erhältlich, ab September folgen weitere Modelle in 48 und 77 Zoll. Loewe inspire ist angelehnt an das Design des Loewe bild i, hat aber ein neues Innenleben bekommen. Die aktuelle OLED-Display-Generation bietet exzellente Bildqualität. Mit Loewe invisible sound oder Soundbars der Loewe klang bar i und klang bar mr Serie sowie Subwoofern der Loewe sub-Familie lassen sich individuelle Audiolösungen realisieren. Optionales Zubehör und Aufstelllösungen wie die neuen Loewe floor stand universal, floor stand flex oder floor2ceiling stand sowie verschiedene Loewe wall mount-Wandhalterungen ergänzen die vielfältigen Möglichkeiten.

## Farbkalibrierung

### Hisense TVs sind »Calman Ready«

Im Rahmen einer Kooperation zwischen Hisense und Portrait Displays, dem Anbieter von Display-Kalibrierungslösungen, sind die ersten Hisense TVs mit VIDAA-Betriebssystem jetzt auf dem deutschen Markt mit »Calman Ready«-Funktionalität ausgestattet. Das aktuelle 2024er Line-Up der Serien U7N, U8N, UXN und A85N unterstützt Calman AutoCal – die automatische Bildeinmessung via Calman-Farbkalibrierungssoftware. Vorteil für den Handel: Dank der Integration der »Calman Ready«-Schnittstelle können Händler die Kalibrierung der Hisense TVs als CaaS (Calibration as a Service) anbieten und so die Dienstleistung für Kunden verbessern. Gleichzeitig wird eine Premium-Kalibrierung, die speziell auf die Hisense-Modelle zugeschnitten ist, in nur wenigen Minuten sichergestellt.



## LG OLED und QNED TVs

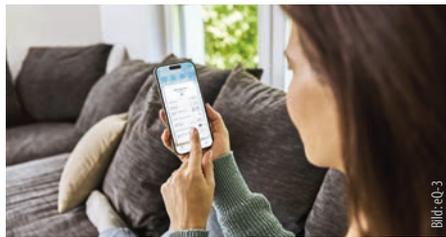
### Präzises Bild bei Sportübertragungen

Die neuen ultragroßen OLED und QNED TVs von LG liefern gemeinsam mit dazu passenden Soundbars atemberaubende Bilder und beeindruckenden Sound. Die Range im OLED-Segment reicht von 42 bis 97 Zoll, bei QNED-TV-Geräten von 43 bis 98 Zoll. Optimierte Bild- und Tonqualität liefern die  $\alpha$  AI-Prozessoren. Zudem verbessert AI Super Upscaling mit präziser Pixel-Analyse die Auflösung des eingehenden Signals hin zu 4K. Ein weiteres Feature ist der Sportmodus, der schnelle Bewegungen noch präziser und detailreicher darstellt. Das Sportportal von LG dient als Hub für Sportkanäle, Live-Inhalte, Spielpläne, Ergebnisse und mehr. Und die Multi-View-Funktion teilt den Bildschirm in bis zu vier Abschnitte auf, so dass Nutzer verschiedene Inhalte gleichzeitig schauen können.

Navee

## Sicher und komfortabel mit dem E-Scooter unterwegs

Navee ist ein Anbieter für E-Scooter und E-Bikes. Die Doppelfederung an der Vorder- und Hinterachse des S65D bietet Stabilität und ein sicheres Fahrgefühl, auch in unwegsamem Gelände. Die Abbiegelichter sowie Front- und Rückleuchten geben Sicherheit, auch bei Nacht. Ausgestattet mit einer starken Batterie und fortschrittlichem Energiemanagementsystem präsentiert sich der S65D mit viel Ausdauer und einer Reichweite von bis zu 65 Kilometern bei einer Höchstgeschwindigkeit von 20 km/h. Die Motorleistung von 900 W ermöglicht Steigungen von bis zu 22 Prozent. Schlauchlose 10-Zoll-Gummi-Reifen unterstützen die Stoßdämpfung. Die IP55-Zertifizierung macht den E-Scooter widerstandsfähig gegen Staub und Wasser. Und dank des Faltmechanismus lässt er sich platzsparend verstauen.



eQ-3

## Neue Homematic IP App enthält noch mehr Features

In der runderneuerten Version der kostenlosen Homematic IP App bleibt das bewährte Bedienkonzept erhalten, ein neuer technischer Unterbau ermöglicht aber die native Unterstützung für Tablets sowie (zu einem späteren Zeitpunkt) für Smartwatches und Wearables. Zu den Neuerungen gehören individuelle Hintergrundbilder, skalierende Schriftgrößen, ein optionaler Darkmode und ein aufgeräumter Home-screen. Hinzu kommen eine höhere Anzahl der Home-Favoriten und bis zu 15 Favoriteneinträge pro Raum in der Kachelansicht. Eine bestehende App-Installation kann einfach auf die neue Version aktualisiert werden. Sämtliche Benutzer- und Geräteeinstellungen werden automatisch übertragen. Messdaten gehen nicht verloren und können aus der Homematic IP Cloud heruntergeladen werden.

emporia

## Einfach bedienbares Smartphone für Senioren

Mit dem emporiaSmart.6lite bringt der österreichische Hersteller den Nachfolger seines bisherigen Smartphone-Bestsellers auf den Markt. Dank der kompakten Größe passt es in nahezu jede Tasche. Gleichzeitig ist der Bildschirm mit 5,45 Zoll ausreichend groß, um gute Lesbarkeit und Bedienbarkeit sicherzustellen. Die Finger-Print-Taste ermöglicht eine Zwei-Faktor-Authentifizierung, unabdingbar z.B. bei Bankgeschäften. Das Betriebssystem läuft auf Android 13, wodurch relevante Sicherheits-Updates über einen längeren Zeitraum sichergestellt werden. Der außenliegende No-Panic-Button gibt Sicherheit, beispielsweise wenn man nachts allein unterwegs ist. Schöne Bilder gelingen mit der Dreifach-Hauptkamera, für Selfies wird die 8 MP Frontkamera genutzt. Ein interaktives Smartcover erleichtert die Bedienung wichtiger Funktionen bei geschlossenem Zustand. Außerdem wird eine Ladeschale mitgeliefert.



Hama

## Überarbeitete Versionen des »Deutschlandradios«

Mit dem DR1001BT und DR2002BT bringt Hama zwei überarbeitete Versionen des beliebten »Deutschlandradios« heraus, erhältlich wahlweise in Schwarz oder Weiß. Das DR2002BT wartet zusätzlich mit zwei 5-Watt-Lautsprechern für Stereosound auf. Ansonsten haben beide Radiogeräte identische Features, wie etwa das große, gut lesbare 4,3-Zoll-Farbdisplay. Mittels übersichtlicher Tasten samt gutem Druckpunkt und großem Drehrad lässt sich leicht durch das deutschsprachige und einfach strukturierte Menü navigieren. Ein integrierter Bluetooth-Receiver leitet Musik oder Podcasts der Streamingdienste von Smartphone und Co. aufs Radio. Dank DAB+ ertönt der gewählte Sender in rauschfreier Klangqualität. Ebenfalls integriert ist ein Wecker, der an maximal zwei Uhrzeiten wahlweise mit Radiomusik oder Summer ertönt.



Grundig

## Drei Bluetooth-Speaker und eine Party-Box

Mit drei kompakten Bluetooth-Speakern und einer Party-Box erweitert Grundig sein Audio-Sortiment. Der Xplore Black (im Bild) ist dank IP67 gegen Staub und zeitweiliges Untertauchen geschützt. Die Powerbank-Funktion lädt ein Smartphone während des Musikhörens auf, der Akku hält 15 Stunden durch. Mit einer Gesamtausgangsleistung von 8 Watt RMS und einem Passivradior liefert der Xplore Black kräftigen Sound mit dynamischem Bass. Die Musikstreaming-Reichweite beträgt bis zu 30 Meter. Praktisch ist die SOS-Funktion mit Licht und Ton. Zu den weiteren Grundig-Neuheiten zählen der Jam 2 Speaker mit einer langen Akkulaufzeit von bis zu 30 Stunden, der Solo 2 mit Spritzwasserschutz nach IPX5 sowie der knapp 6 kg leichte PartyHit Max, der sich mit bis zu 80 Geräten verbinden kann und beeindruckenden Sound mit 160 Watt wiedergibt.

Sony

## Hochwertiges Kamera-Kit für Content Creator

Als Nachfolgerin der ZV-E10 bietet die neueste APS-C-Kamera von Sony stark gefragte Funktionen und Updates. Dabei behält die neue ZV-E10 II alle geschätzten Features des Vorgängermodells bei, wie etwa Creative Looks, die Produktpräsentationseinstellung, die einfache Steuerung von Unschärfe-Effekten im Hintergrund und das seitlich aufklappbare Display mit verstellbarem Winkel. Neu ist der verbesserte Exmor R CMOS-Bildsensor mit ca. 26 Megapixel und der aktuellste Bionz XR Bildprozessor von Sony. Zu den weiteren Aktualisierungen zählen ein optimierter Autofokus und verbesserte Funktionen für Videoaufnahmen. Diese umfassen eine Einstellung für kinoreife Vlogs, eine vertikale Benutzeroberfläche, den Sony Z-Akku mit großer Kapazität für noch mehr Ausdauer, sowie bessere Verbindungsmöglichkeiten für einfache Live-Streams und Datentransfers. Das kompakte APS-C Power-Zoom-Objektiv E PZ 16-50MM F3.5-5.6 OSS II ist separat oder im Kit mit der ZV-E10 II erhältlich.



# »Breite Aufstellung macht uns zum umfassenden Infrastrukturanbieter«

**Televes** bietet eine breite Palette an TV-Empfangslösungen zu Glasfaser, Daten- und Netzwerktechnik sowie Antennenanlagen an. Geschäftsführer **Matthias Dienst** beschreibt, welche technischen Entwicklungen derzeit den Markt bestimmen.

*Herr Dienst, wie sieht Ihrer Meinung nach eine moderne TV-Infrastruktur aus und welche technologischen Entwicklungen sind dabei hervorzuheben?*

Die TV-Infrastruktur hat sich in den letzten Jahren erheblich weiterentwickelt und reflektiert den tiefgreifenden Wandel in der Medienlandschaft. Traditionelle Rundfunk- und Kabel-TV-Dienste stehen im Wettbewerb mit einer Vielzahl von IPTV-Anbietern und Streaming-Plattformen, die flexible und personalisierte Inhalte bieten. Besonders hervorzuheben ist der Ausbau von Glasfasernetzen bis in die Wohnung, bekannt als Fiber to the Home (FttH). Dadurch können moderne TV-Infrastrukturen eine beispiellose Qualität und Vielfalt an Inhalten wiedergeben. Benutzer profitieren von einer reibungslosen und immersiven Seherfahrung, die sowohl die traditionelle Fernsehübertragung als auch neueste Streaming-Technologien miteinander vereint.

*Welche Art des TV-Empfangs würden Sie Verbrauchern empfehlen? Gibt es spezifische Technologien oder Standards, die besonders zukunftssicher sind?*

Heutzutage gibt es verschiedene Möglichkeiten, TV-Inhalte zu empfangen, jede mit eigenen Vor- und Nachteilen. Faktoren wie Einzel- oder Gemeinschaftsanlage, Kabelverlegung, Neu- oder Altbau sowie Sehgewohnheiten spielen eine Rolle. Für viele



Matthias Dienst

Verbraucher stellt der Sat-Empfang (DVB-S) nach wie vor die beste Option dar, da nach der einmaligen Investition keine monatlichen Gebühren für den TV-Empfang anfallen. Satellitenempfang ist im Vergleich zu Streaming außerdem energieeffizienter, was den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck verringert, und stabile Signalqualität bietet – auch in abgelegenen Gebieten. Zudem gibt es viele freie empfangbare Programme in HD und UHD. Eine zukunftssichere Technologie im Bereich Satellitenempfang ist die Übertragung des Sat-Signals über Glasfaser, wie es unser Televes Overlight-System macht. Damit können über eine Faser die Signale von bis zu 4 Satelliten übertragen werden. Glasfaser ist vielseitig einsetzbar und ideal für Neu- und Altbauten sowie für die private und gewerbliche Nutzung.

*Die SD-Abschaltung der ARD über Satellit steht bevor. Was bedeutet das konkret für die Zuschauer und welche Maßnahmen sollten sie ergreifen, um weiterhin ihr TV-Programm in optimaler Qualität zu empfangen?*

Die bevorstehende SD-Abschaltung der ARD über Satellit zum 7. Januar 2025 stellt viele Zuschauer vor Herausforderungen. Man muss hier unterscheiden zwischen Haushalten, die bereits HD-fähige Geräte besitzen, diese aber nicht nutzen, und solchen, die noch komplett auf HD umrüsten müssen. Schätzungen variieren, aber es

könnten drei bis vier Millionen Haushalte betroffen sein. Zudem gibt es zahlreiche Zweitgeräte und Empfangslösungen in Ferienhäusern und Gartenlauben, die nicht HD-fähig sind. Für die Zuschauer bedeutet dies, dass sie ihre Geräte auf HD umstellen oder neue HD-fähige Hardware anschaffen müssen. Besonders herausfordernd sind Gemeinschaftsanlagen, die zentral umgerüstet werden müssen. Diese Anlagen können nur von Fachleuten umgestellt werden, und wenn dies nicht rechtzeitig geschieht, haben die Bewohner keine Möglichkeit, es selbst zu korrigieren. Obwohl die Umstellung seit Jahren bekannt ist, wird die Zeit bis zum Endtermin knapp. Bis zur endgültigen Umstellung müssen Investitionspläne erstellt, Anlagen geplant, Ausschreibungen durchgeführt, Lieferzeiten eingehalten und die Installation im laufenden Betrieb erfolgen. Eine ideale und kostengünstige Lösung für die Umrüstung in Gemeinschaftsanlagen, Krankenhäusern, Hotels und ähnlichen Einrichtungen ist die Televes K20 Kompaktkopfstation. In der kleinsten Ausführung können 8 Transponder in ein Kabelsignal umgesetzt werden. Das ist ausreichend, um alle Programme von ARD inklusive der Regionalprogramme und ZDF in HD zu empfangen. Die K20 gibt es überdies auch zur Umsetzung von 12, 16, 20 und 24 Transponder.

*Was macht Televes anders? Welche Innovationen und Ansätze setzen Sie ein, um sich von der Konkurrenz abzuheben und den Kunden einen Mehrwert zu bieten?*

Televes setzt sich durch seine eigene Entwicklung und Produktion von anderen Unternehmen in der Branche ab. Wir sind stolz darauf, ca. 85 bis 90 Prozent unserer Produkte in Spanien zu entwickeln und herzustellen, was uns eine einzigartige Kontrolle über Qualität und Innovation ermöglicht. Zudem diversifizieren wir unsere Produktbereiche und bieten Lösungen in den Bereichen Glasfaser, Daten- und Netzwerktechnik sowie der klassischen Antennentechnik an. Diese breite Aufstellung macht uns zu einem umfassenden Infrastrukturanbieter, der alle Übertragungswege abdeckt – eine strategische Entscheidung, die wir früh getroffen haben. Ein weiterer entscheidender Faktor ist unser erstklassiger Service. Angesichts der zunehmenden Komplexität der Verteilnetzwerke unterstützen wir unsere Kunden von der ersten Projektierung über die detaillierte Planung bis hin zur erfolgreichen Inbetriebnahme. Auch nach Projektabschluss stehen wir unseren Kunden zur Seite und bieten kontinuierliche Unterstützung. Besonders im Bereich der Glasfasernetze, die im Vergleich zu Koaxialnetzen neue Herausforderungen beim Messen und Analysieren mit sich bringen, sind wir bestens aufgestellt. Darüber hinaus bieten wir regelmäßig Schulungen zu allen relevanten Themen und Infrastrukturen an, entweder in unserer Zentrale in Königsberg oder beim Kunden vor Ort.



Die Overlight-Serie von Televes

wurde speziell für die Signalverteilung von bis zu vier Satelliten und terrestrischem Fernsehen über eine einzige Glasfaserleitung entwickelt

# Samsungs Vision einer intelligenten Gesundheitsplattform

**Dr. Hon Pak**, Vice President und Head of Digital Health Team, MX Business bei **Samsung**, beschreibt, wie Geräte und Dienste für die vernetzte Gesundheitsfürsorge miteinander verbunden werden.

Eine der größten Herausforderungen, vor denen die Gesundheitsbranche heute steht, ist die Fragmentierung von Daten und die Frage, wie sie zusammengeführt werden können. Samsung ist dank eines großen und vielfältigen Ökosystems an vernetzten Geräten in der Lage, diese Aufgabe zu bewältigen. Unsere Lösung: **Samsung Health**. Über diese Plattform werden verschiedene Geräte und Partnerlösungen miteinander verknüpft, so dass es einfach wird, Gesundheitszustände auf einem Samsung Galaxy Wearable zu tracken.

Nutzerinnen und Nutzer erhalten ein tieferes, ganzheitlicheres Verständnis ihrer Gesundheit dank moderner Sensor-Technologie und integrierter Gesundheitsdaten von Drittanbietern. Und wie immer bleiben die persönlichen Daten auf den Samsung Galaxy-Geräten dank der Sicherheitsplattform Samsung Knox sicher.

## Daten mittels AI in aussagekräftige Erkenntnisse umwandeln

Entscheidend ist wie bei jedem guten Datenmodell, welche Hebelwirkung die Informationen entfalten können. Im Zeitalter der mobilen AI konzentriert sich Samsung darauf, bei der Maximierung von Wissen ganz vorne zu bleiben. Dank der Künstlichen Intelligenz erhalten Nutzer\*innen über Samsung Health stärker personalisierte Einblicke und individuelle Gesundheitserlebnisse. Möglich macht das ein weitreichender globaler Datensatz mit 64 Millionen aktiven Usern im Monat. Und obwohl die Wohlfühlreise jedes Einzelnen einzigartig ist, glauben wir, dass sie alle auf die gleiche Weise beginnt: Im ersten Schritt möchten wir ein tieferes Verständnis unserer Gesundheit durch weitreichende Einblicke über einen möglichst langen Zeitraum erhalten.

Aus diesem Grund haben wir eine Reihe von Tools entwickelt, die dabei helfen können, dass sich der Gesundheitszustand bequem, kontinuierlich und genau verfolgen lässt. Diesen Ansatz erwecken wir bei unseren Wearables mit My Vitality Score und Booster Card zum Leben. Die Funktionen analysieren etliche Daten auf moderner intelligente Weise, um User stärker per-



Dr. Hon Pak

sonalisierte und praktikable Hilfestellungen für den Tag und die Nacht zu geben.

## Alles beginnt mit gutem Schlaf

Mit vielen Daten und einer hohen Intelligenz erhalten Nutzerinnen und Nutzer viele Erkenntnisse über präventive Komplettlösungen für ihr Wohlbefinden. Das Ganze fängt beim Schlaf

an. Wir haben eine Reihe an Features entwickelt, die Usern ein tieferes Verständnis ihrer Schlafqualität und über andere Aspekte ihrer Gesundheit während des Schlafs geben. Die Funktion für Schlafapnoe beispielsweise, die vor kurzem die De-Novo-Genehmigung der US-Arzneimittelbehörde FDA erhalten hat, kann Frühwarnzeichen dieser chronischen Erkrankung erkennen. Betroffene können so z.B. frühzeitig mit ihrer Krankenversicherung oder ihren Hausarzt über eine mögliche Behandlung sprechen.

Das ist erst der Anfang. Samsung arbeitet mit Partnern zusammen, um diese Fähigkeiten mit weiteren realen Lösungen und Services zu verbinden. Das kann die Gesundheitsversorgung in den eigenen vier Wänden verbessern, indem beispielsweise vernetzte Geräte zu einer Umgebung für einen erholsameren Schlaf beitragen – etwa mit einer intelligenten Matratze, mit der sich passende Temperaturen für eine gute Erholung fein abstim-



**Galaxy Ring** fungiert künftig als individueller Träger für die Plattform Samsung Health

men lassen. Das umfasst unter anderem den Schlafmodus auf Samsung Galaxy-Geräten, die SmartThings-Steuerung und intelligente Matratzen, welche die Temperatur für einen erholsamen Schlaf steuern.

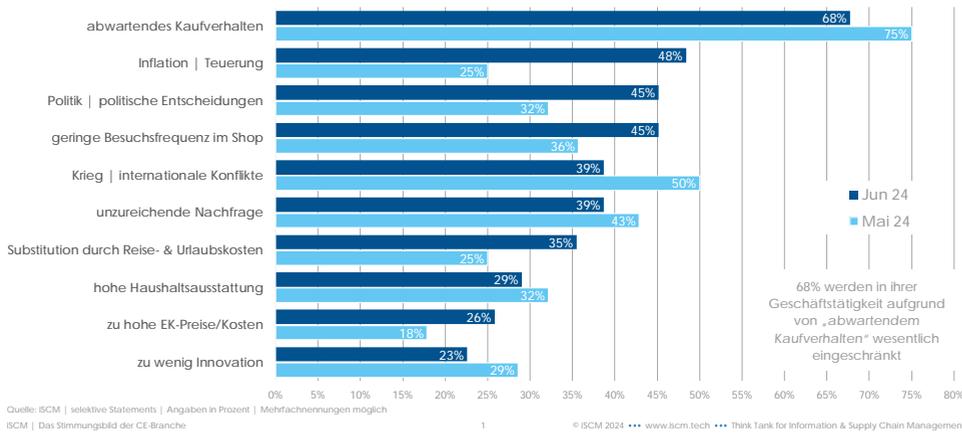
## Die Zukunft des Wohlbefindens

Wenn Menschen ein tiefgreifendes Verständnis ihrer eigenen Gesundheit haben, kann das erhebliche, langfristige Vorteile in Bezug auf ihr Wohlbefinden haben. Samsung hat das erkannt. Uns ist klar, dass bei der Verwirklichung unserer Vision, nämlich Nutzer\*innen einen weitreichenden und dennoch einfachen Ansatz für ihr tägliches Wohlbefinden zu bieten, die Auswahl ein wichtiger Faktor ist. Genaue, detaillierte und fortgeschrittene Informationen über den individuellen Gesundheitszustand ist die Grundlage für ein gutes Tracking und die Umsetzung von Veränderungen.

AI wird vor allem über mobile Geräte in unser Leben treten. Dank unseres breiten und weitreichenden Samsung Galaxy-Produktportfolios, unserem Erbe an moderner Technologie und unserer Philosophie der offenen Zusammenarbeit sind wir gut positioniert, um die globale Expansion der Künstlichen Intelligenz zu beschleunigen. Deshalb sind wir begeistert, noch in diesem Jahr den Samsung Galaxy Ring vorstellen zu dürfen. Er bringt die modernen Technologien von Samsung in die kleinste Form, damit man ihn rund um die Uhr bequem tragen kann. Als neue Ergänzung zu unserem Wearables-Portfolio bietet der Galaxy Ring viele moderne Möglichkeiten, das tägliche Wohlbefinden auf einfache Weise zu verbessern. Dafür erhalten Nutzer\*innen tiefe Einblicke und viele Möglichkeiten, sich bei Tag und in der Nacht gut zu verstehen. Der Galaxy Ring bietet ihnen hierfür beeindruckende Erlebnisse bei jedem Schritt auf ihrer individuellen Wellness-Reise. Diese Erfahrung fügt sich ein in die größere Vision von Samsung, nämlich eine vernetzte, integrierte und nahtlose digitale Plattform für das eigene Wohlbefinden zu schaffen.

Samsung wird die Galaxy AI-Erfahrungen über alle Produktkategorien und Kooperationen hinweg weiter anreichern und ausbauen. Unser Ziel sind mobile Erfahrungen, welche die Vorstellungskraft überflügeln. Die Einführung des Galaxy Ring ist nur eine der vielen Initiativen von Samsung, die dies verdeutlichen. Der Ring zählt auf unsere Vision ein, die Gesundheit und das Wohlbefinden von Milliarden von Menschen zu verbessern – zu Hause, bei jedem einzelnen. Durch die Kraft der Intelligenz, von Partnerschaften und moderner Technologien helfen wir Menschen, sich selbst besser zu verstehen und kleine Veränderungen vorzunehmen, die eine große Wirkung haben. Wir können es kaum erwarten, den Galaxy Ring, die Leistungsfähigkeit von Galaxy AI und die vielen weiteren Gesundheits- und Wellness-Lösungen in unserer Pipeline vorzustellen.

## Teuerung dämpft private Kaufbereitschaft



### CE Branchen-Barometer

#### Machen Sie mit bei unserer monatlichen Umfrage!

**Welche** Faktoren schränken momentan Ihr Geschäft ein? Bei dieser Frage in unserem CE Branchen-Barometer sind Mehrfachnennungen möglich. Das Ergebnis gibt Aufschluss über die derzeitige Stimmungslage in unserer Branche. Wir erheben das CE Branchen-Barometer regelmäßig und Sie können jeden Monat von Neuem Ihre Einschätzung abgeben. Eine ausführliche Auswertung wird an alle interessierten Teilnehmer direkt verschickt. Die Umfrage nimmt nicht viel Zeit in Anspruch und dauert weniger als fünf Minuten.



**Zur Umfrage** geht es über den QR Code oder auf [www.ce-markt.de](http://www.ce-markt.de)

### Praxisorientiertes Buch

## Virtuelle Kommunikation im Verkauf

**Digitales** Verkaufen erfordert ein neues Mindset und eine moderne Vertriebsstrategie. Wesentliche Erfolgsfaktoren sind zusätzliche Vertriebskanäle und neue Formen der Kundenkommunikation. Wie digitale Verkaufsabschlüsse erfolgreich erzeugt werden, erklären die Verkaufsexperten **Oliver Büchel** und **Matthias Schäfer** in ihrem Buch »Digitales Verkaufen für Dummies«. Dabei handelt es sich um kein Marketingbuch, sondern ein praxisorientiertes Werk zu den vielfältigen Verkaufskanälen, unterschiedlichen Methoden wie Hybrid Selling oder Social Selling und den vielen Möglichkeiten, die sich Unternehmen aller Größen bieten. Einen Überblick bieten die Schummelseiten und der Top-Ten-Teil. Hier werden Fakten rund um Hybrid Selling, Social Selling, Digital Sales Room etc. zusammengefasst.

### EHI-Studie zu Inventurdifferenzen

## Viele unentdeckte Ladendiebstähle

Besonders der organisierte und gewerbsmäßige Ladendiebstahl hat dem Einzelhandel zuletzt teils schmerzliche Verluste beschert. Wie das **EHI Retail Institute** in einer Studie feststellt, ist 2023 das ohnehin schon hohe Niveau von Ladendiebstahl in Deutschland um 15 Prozent gestiegen.

Die Zunahme der Diebstähle im Jahr 2022 stellte noch eine Rückkehr zur »Normalität« der Vor-Corona-Zeit dar«, erklärt **Frank Horst**, Studienautor und Spezialist für Inventurdifferenzen beim EHI. »Nun ist aber ein Wendepunkt erreicht, an dem die Zunahme der Ladendiebstähle eine besondere Dimension annimmt und besondere Aufmerksamkeit erfordert.« Der EHI-Studie zufolge sind die Inventurdifferenzen insgesamt um fast 5 Prozent gestiegen und lie-

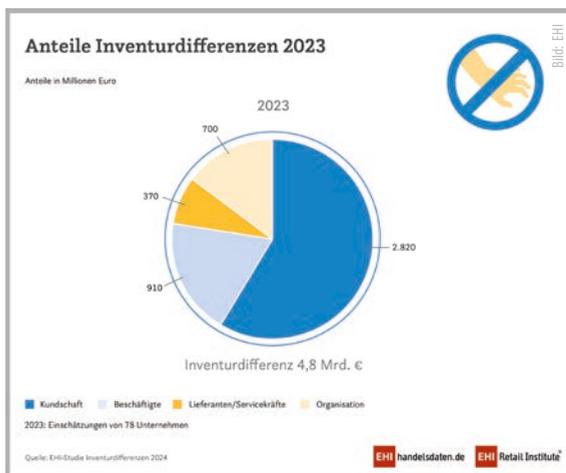
gen demnach bei 4,8 Milliarden Euro. Der darin enthaltene Anteil der Verluste durch Diebstahl von Kundschaft, Mitarbeitern, Lieferanten und

Servicepersonal beläuft sich auf 4,1 Milliarden Euro. Das entspricht einem volkswirtschaftlichen Schaden durch entgangene Umsatzsteuer von rund 560 Millionen Euro allein durch Straftaten unehrlicher Kundschaft. 700 Millionen entfallen auf organisatorische Mängel wie beispielsweise eine falsche Preisauszeichnung, Erfassungs- und Bewertungsfehler.

Von den Ladendiebstählen sind rund 2,82 Milliarden Euro der Kundschaft anzulasten, 910 Millionen Euro

den eigenen Angestellten und 370 Millionen Euro dem Personal von Lieferanten und Servicefirmen. Statistisch gesehen entfällt damit auf jeden Bundesbürger jährlich ein Warenwert von rund 34 Euro, der nicht bezahlt wird.

Laut Polizeilicher Kriminalstatistik sind Ladendiebstähle um 23,6 Prozent auf insgesamt 426.096 Fälle gestiegen. Sowohl der einfache als auch der schwere Ladendiebstahl haben zugenommen. Letzterer hat mit 27.452 angezeigten Fällen einen Höchststand erreicht. Jedoch wird längst nicht jeder Ladendiebstahl angezeigt. Aus dem per Inventur festgestellten Warenschwund im Handel ergibt sich, dass jährlich etwa 24 Millionen Ladendiebstähle im Wert von je 117 Euro unentdeckt bleiben, was rund 100.000 Ladendiebstählen je Verkaufstag entspricht. Während im Lebensmitteleinzelhandel, bei Drogeriemärkten und im Bekleidungshandel die prozentualen Inventurdifferenzen gestiegen sind, konnten die Baumärkte ihr Niveau halten und alle anderen Branchen die Inventurdifferenzen sogar meistens reduzieren.



# Geschäftslage wird insgesamt positiver beurteilt

Über die Ergebnisse des Ifo-Konjunkturtests für die Consumer-Electronics-Branche berichtet **CE-Markt** monatlich. Lesen Sie das Ifo-Stimmungsbild für die CE-Branche vom Juni 2024.

## Einzelhandel

Im Juni 2024 beurteilten die am Ifo-Konjunkturtest teilnehmenden Firmen die Geschäftslage wieder besser als im Vormonat: Per saldo nur noch 21 Prozent sprachen von einer schlechten Geschäftslage, im Mai meldeten 33 Prozent der Firmen »Lage schlecht«, im April 27 Prozent. Zum Vergleich: Im vorjährigen Juni 2023 beurteilten 20 Prozent der Ifo-Testfirmen die Geschäftslage als schlecht.

Hinsichtlich der Umsatzentwicklung Vormonat gegen Vorjahr lief es im Juni weniger gut: Per saldo 30 Prozent der Firmen konnten ihre Vorjahresumsätze nicht erreichen. Im Mai übertrafen dagegen 14 Prozent der Firmen ihre Vorjahresumsätze, im April allerdings lag der Firmensaldo bei minus 52 Prozent. Im Juni 2023 konnten 15 Prozent der Testfirmen nicht an ihre Vorjahresumsätze anknüpfen.

Im Juni meldeten per saldo 42 Prozent der Firmen zu große Lagerbestände, deutlich mehr als im Mai (29 Prozent) und im April (28 Prozent). Für das nächste Vierteljahr wollen per saldo 50 Prozent der Firmen weniger ordern (im Mai: minus 43 Prozent, im April: minus 45 Prozent). Zum Vergleich: Im Juni 2023 waren bei 43 Prozent der Firmen die Lager zu voll und 42 Prozent planten ihre Ordertätigkeit einzuschränken.

Die Verkaufspreise gaben im Juni leicht nach: Per saldo 10 Prozent der Ifo-Testfirmen sprachen von nachlassenden Preisen. Im Mai waren dies 7 Prozent, im April lag der Firmensaldo bei 0,0 Prozent. Für die kommenden drei Monate erwarten 13 Prozent der Firmen weitere Preis-senkungen. Im Mai rechneten 6 Prozent mit sinkenden Preisen, im April 10 Prozent mit Preissteigerungen.

Im Juni änderte sich in Sachen Geschäftserwartungen für das nächste halbe Jahr nur wenig: Per saldo 38 Prozent der Firmen äußerten sich diesmal negativ. Im Mai waren 40 Prozent, im April 25 Prozent der Ifo-Testfirmen pessimistisch gestimmt. Abschließend noch einmal ein Blick in den Juni 2023: Vor einem Jahr sah der Vergleichswert mit minus 36 Prozent ganz ähnlich aus wie im Berichtsmonat.

## Großhandel

Die Ifo-Großhandelsfirmen beurteilten die Geschäftslage im Juni wieder deutlich besser als in den beiden Vormonaten: Per saldo nur noch 19 Prozent der Testfirmen meldeten »Geschäftslage schlecht«. Im Mai waren dies 58 Prozent, im April 47 Prozent. Zum Vergleich: Im Juni vor einem Jahr sprachen mehr als doppelt so viele Firmen wie im diesjährigen Juni von einer schlechteren Geschäftslage, nämlich per saldo 43 Prozent.

Bei der Umsatzentwicklung Vormonat zum Vorjahr ging es im Berichtsmonat nochmals bergauf, der Firmensaldo lag diesmal auf einer glatten Null. Im Vormonat Mai konnten per saldo 17 Prozent der Firmen nicht an ihre Vorjahresumsätze anknüpfen, im April waren dies 67 Prozent. Ein Blick zurück: Im vorjährigen Juni 2023 waren 74 Prozent der Ifo-Firmen nicht in der Lage, an ihre Vorjahresumsätze heranzureichen.

Im Juni sprachen per saldo wieder deutlich mehr Ifo-Testfirmen von zu vollen Lagern, nämlich 52 Prozent (im Mai: 25 Prozent, im April: 40 Prozent). Für die kommenden drei Monate wollen per saldo 62 Prozent der Firmen weniger bestellen. Im Mai planten 25 Prozent, ihre Orders zu kürzen, im April 57 Prozent. Zum Vergleich: Im Juni 2023 waren die Bestände bei 82 Prozent zu hoch, 43 Prozent wollten weniger ordern.

Diesmal stiegen die Verkaufspreise hier wieder: Per saldo 19 Prozent der Firmen meldeten Preis-erhöhungen, im Mai sprachen 25 Prozent der Firmen von Preisabschritten, im April 17 Prozent. Für das nächste Vierteljahr rechnet dagegen per saldo keine Firma mit Veränderungen an der Preisfront (Saldi im Mai: minus 5 Prozent, April: minus 20 Prozent). Im Juni 2023 erwarteten per saldo 32 Prozent der Firmen höhere Preise.

Die Geschäftsaussichten für das kommende halbe Jahr sahen im Juni im Großhandel deutlich besser aus. Per saldo nur noch 19 Prozent der Ifo-Testfirmen sehen pessimistisch in der mittelfristigen Zukunft. Im Mai äußerten sich 38 Prozent negativ, im April sogar 47 Prozent. Auch hier noch einmal ein Blick zurück: Im Juni vor einem Jahr sprachen per saldo 36 Prozent der Testfirmen von schlechten Geschäftsaussichten.

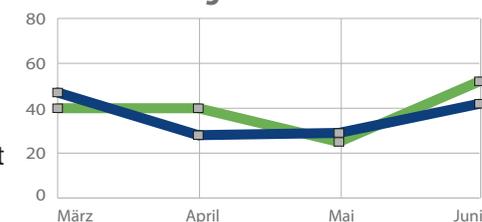
### Geschäftslage



### Umsatz zum Vorjahr



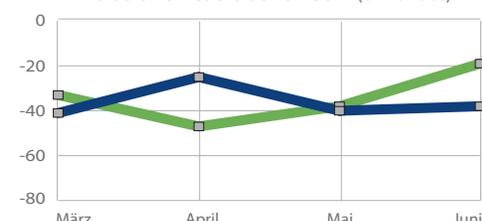
### Lagerbestände

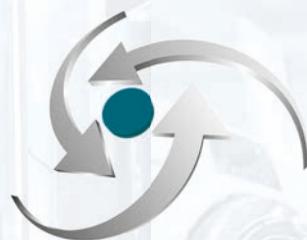


### Preiserwartungen (3 Monate)



### Geschäftsaussichten (6 Monate)





**Händler  
des Jahres  
2024/25**

**CEMarkt electro**



Bild: Nomad\_Soul - stock.adobe.com

## Die Besten der Branche werden wieder gesucht

Wollen auch Sie einmal im Rampenlicht der Branche stehen? Dann machen Sie mit bei unserer Ausschreibung und bewerben Sie sich als »Händler des Jahres«. Zeigen Sie, wie Sie ihr Ladengeschäft in die Zukunft führen. Mit welchen Maßnahmen Sie der Local Hero in Ihrer Region sind und wie das Thema Nachhaltigkeit bei Ihnen umgesetzt wird. Dazu gehören auch aktuelle Themen wie Reparatur und E-Mobilität.

Der »Händler des Jahres 2024/25« wird in zwei Kategorien ausgeschrieben:

- **Fachmarkt** (Großfläche)
- **Fachhändler** (Ladengeschäft/Fachbetrieb)

Teilnahmeberechtigt sind alle Elektrohändler für Mobile und Consumer Electronics sowie Elektrohausgeräte/ Home Appliances in Deutschland.

**Bewerbungsschluss ist der 30. September 2024**

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung

# CEMarkt electro

Mit freundlicher Unterstützung von:



Das waren die Gewinner des Jahres 2023



**AMBILIGHT tv**

**Bauknecht**

**hama**

**jula**

**medisana**

**NIVONA**

**TechniSat**

Ihr Weg  
zum Händler  
des Jahres 2024/25:

