

CEMarkt

www.ce-markt.de

Das Business-Magazin für Home & Mobile Electronics

Top-Themen

Fitbit: Intelligente Features helfen, sportliche Ziele umzusetzen | Seite 15

Full-Service für Senioren: Doro kündigt Ausbau der Produktrange an | Seite 16

PanzerGlass: Überlegener Displayschutz für elektronische Geräte | Seite 17

So klingt besser

Die neue Reserve Serie von Polk Audio

Seite 14



Sind Sie gut vorbereitet?

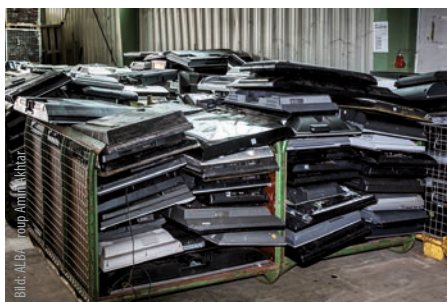
Zum 1. Januar 2022 trat das neue Elektro- und Elektronikgerätegesetz, kurz ElektroG3, in Kraft. Hersteller und Online-Händler müssen damit verschärfte Regeln für die Rücknahme und umweltverträgliche Entsorgung der Altgeräte berücksichtigen.

Unter anderem sind Online-Versender ab 2022 verpflichtet, Altgeräte wie Fernseher, Kühlschränke oder Waschmaschinen im Rahmen der sogenannten 1:1-Rücknahme unentgeltlich bei den privaten Nutzern abzuholen. Schon beim Abschluss eines Kaufvertrags müssen sie ihre Kunden über diese Möglichkeit informieren und abfragen, ob bei der Auslieferung eines neuen Geräts ein Altgerät zurückgenommen werden soll. Eine Rücknahme etwa über Sammelstellen in zumutbarer Entfernung ist für diese Altgeräte künftig nicht mehr ausreichend.

Die Interseroh Dienstleistungs GmbH bietet für Online-Händler die Geräteabholung in privaten Haushalten an. Das Unternehmen verfügt über eine funktionierende Kleinmengenlogistik und besitzt nach eigenen Angaben sämtliche erforderlichen Genehmigungen für eine fachgerechte Entsorgung. Nach der Abholung werden die Altgeräte ordnungsge-

mäß zerlegt, geschreddert und schließlich einem qualifizierten Recycling zugeführt.

Was Händler ab 2022 zum ElektroG3 beachten müssen, erfahren Mitglieder im Handelsverband Technik (BVT) in der BVT-Checkliste »Neues Elektroggesetz – Das muss ich tun« sowie im BVT-Folder »Elektro-Altgeräte im Handel«. Bestellungen unter Angabe der Mitgliedsnummer im Verband können unter bvt@einzelhandel-ev.de vorgenommen werden.



Ladestation für Elektroautos beeinflusst Kundenverhalten

Bei der Elektromobilität hat sich die neue Bundesregierung hohe Ziele gesetzt: Bis 2030 sollen rund 15 Millionen E-Autos auf deutschen Straßen fahren. Damit muss der Ausbau von öffentlicher Ladeinfrastruktur Schritt halten. Der Handel mit seinen Parkflächen ist durch das Gebäude-Elektromobilitäts-Infrastruktur-Gesetz verpflichtet, das Ladeangebot auszubauen und hat gleichzeitig die Chance, damit die Kundenloyalität zu steigern. Wie Verbraucher das Thema sehen, hat das EHI Retail Institute untersucht: Für die Befragten mit Elektroauto ist bei der Wahl eines Händlers eine Lademöglichkeit vor Ort von großer Bedeutung. Fast die Hälfte (49 Prozent) würde Shopping-Center mit Ladesäulen auswählen. Bei Supermärkten sind es 46 Prozent, 37 Prozent würden Baumärkte und Möbelhäuser mit Ladestationen bevorzugen. Dabei beeinflussen Ladeangebote nicht nur die Auswahl eines Ziels, sondern auch die Dauer des Einkaufs. 59 Prozent sagen, dass die Aufenthaltsdauer bei einem der oben genannten Orte durch die Möglichkeit eines Ladevorgangs »vermutlich eher länger« sein würde.

EHI-Studie

Retouren: Hoher Aufwand für Online-Händler

Retournierte Waren bedeuten für Online-Händler einen nicht unerheblichen Aufwand. Denn die Produkte müssen gesichtet, geprüft und wieder für den Verkauf aufbereitet werden – und das bei Retourenquoten von bis zu 75 Prozent.

In der aktuell erschienenen Studie »Versand- und Retourenmanagement im E-Commerce« des EHI Retail Institute erklären die meisten befragten Online-Händler, dass sie trotz des hohen Aufwands die Versandkosten der Retouren dennoch häufig übernehmen. Die Studie entstand auf der Datenbasis von 72 namhaften Online-Händlern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Händler würden Retouren gerne komplett vermeiden. Die Gründe dafür sehen sie nicht nur in der Kundenzufriedenheit, sondern vor allem beim Bearbeitungsaufwand und den Kosten. Durch die Retoure entstehen zum einen Versandkosten, die 75 Prozent der befragten Online-Händler grundsätzlich für ihre Kunden überneh-

men. Dieser Service ist ihnen aus Wettbewerbsgründen wichtig. Nur 7 Prozent überlassen die Retouren-Versandkosten grundsätzlich der Kundschaft. Aus wirtschaftlichen Gründen übernehmen 14 Prozent der befragten Händler die Kosten für Retouren erst ab einem individuell festgelegten Warenwert. 4 Prozent erstatten die Kosten lediglich dann, wenn festgestellt wurde, dass die Ware nach Rücksendung einwandfrei und unbenutzt ist und somit erneut verkauft werden kann.

Als größte Kostentreiber im Retouren-Geschäft beurteilen 65 Prozent der Online-Händler die Prüfung, Sichtung und Qualitätskontrolle der Artikel.

49 Prozent bewerten die Versand- bzw. Porto- und Transportkosten der retournierten Artikel als entscheidende Kostentreiber. Einen nicht zu unterschätzenden Kostenblock bilden auch alle physischen Prozesse, die mit der Rücknahme von Retouren verbunden sind. Hierzu zählen Annahme, Vereinnahmung und Identifikation (46 Prozent), Aufbereitung, Reinigung und Reparatur (38 Prozent) sowie die Wiedereinlagerung der Artikel (32 Prozent). Der Wertverlust von Produkten, die nicht mehr als A-Ware weiterverkauft werden können, stellt für 39 Prozent einen großen Kostenfaktor dar. Außerdem gilt: Nachhaltigkeit bekommt auch im Versand- und Retouren-Management größere Relevanz.





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

Den Premium-Trend zu Geld machen

Das neue Jahr geht dort weiter, wo das alte aufgehört hat. Weiterhin müssen sich Händler, deren Waren nicht zur Grundversorgung zählen, mit der 2G-Regel herumschlagen. Ausnahmen gelten in einzelnen Bundesländern. An der Sinnhaftigkeit dieser Regelungen bestehen gehörige Zweifel. Denn der Einkauf mit Maske, Abstand und Hygienemaßnahmen sei sicher, wie der Handelsverband Deutschland (HDE) nicht müde wird zu betonen: »Die Erfahrungen aus dem durchgängig ohne Einschränkungen geöffneten Lebensmittelhandel machen deutlich, dass der Handel kein Infektions-Hotspot ist.« Die Regelungen entbehren jeder Grundlage, so der HDE: »Die politischen Entscheidungsträger müssen zur Vernunft zurückkehren und 2G im Einzelhandel flächendeckend für alle Handelsbranchen abschaffen.« Es wird endlich Zeit für Lockerungen.

Dennoch: Zwei Jahre Einschränkungen infolge der Pandemie haben das Kaufverhalten tiefgreifend verändert. Nach Analysen der GfK verbuchte der Online-Handel ein Wachstum von 56 Prozent. Omnichannel-Händler übertrafen dies mit einem Wachstum von beinahe 80 Prozent und einer höheren Conversion Rate als reine Online-Händler. »Während der Pandemie haben 83 Prozent aller Konsumenten ihr Einkaufsverhalten geändert. Selbst sehr alte Menschen haben sich mit Online-Shopping auseinandergesetzt«, erklärt **Oliver Schmitz**, Retail-Experte bei GfK. »Die Zukunft des Handels ist eindeutig *phygital*.«

2022 wird sich der Markt für technische Konsumgüter im Umsatz stabil bis leicht positiv entwickeln, lautet die Prognose der GfK. Das Wachstum kommt dabei jedoch von höheren Durchschnittspreisen, nicht von wachsenden Stückzahlen. Die höheren Preise werden der GfK zufolge durch drei Entwicklungen beeinflusst:

Premiumisierung, fehlende Verfügbarkeiten und generell durch Inflation. Diese Tendenz lässt sich zum Beispiel im Markt für TV-Geräte beobachten (siehe Randspalte rechts). Die Marktentwicklung hängt jedoch nicht zuletzt auch vom weiteren Verlauf der Pandemie ab.

Ein weiterer wichtiger Trend ist und bleibt Nachhaltigkeit. Davon profitieren Unternehmen und Händler, die sich möglichst umweltbewusst verhalten, zum Beispiel durch den Einsatz ressourcenschonender Materialien. Wie die GfK-Marktforscher konstatieren, werden die sogenannten »Glamour Greens« eine immer wichtigere Zielgruppe: Für sie ist Nachhaltigkeit zwar entscheidend, sie wollen dafür aber nicht verzichten. Stattdessen bedeutet »Öko« eine neue Coolness. Diese Kunden kaufen Produkte, die einen bewussten Lifestyle mit Lebensfreude und Status verbinden.

Welche Produktrends das neue Jahr prägen werden, war auf der CES 2022 zu sehen. Im Zuge der Omikron-Welle hatten zwar einige Aussteller ihre Teilnahme kurzfristig abgesagt, so dass die Messe vor Ort deutlich kleiner ausfiel als sonst. Aber zumindest gab es erste Einblicke in die Produktentwicklung der Industrie. Eine Auswahl an CES-Neuheiten, die ab Frühjahr sukzessive in den Handel kommen, haben wir Ihnen in dieser Jahresstartausgabe von **CE-Markt** zusammengestellt. Wir alle wünschen uns, die neuen Produkte dann auch bald auf Präsenzveranstaltungen in Deutschland zu Gesicht zu bekommen.

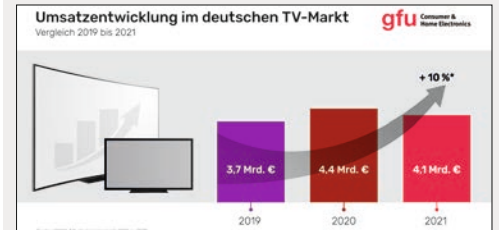
Das laufende Jahr wird vermutlich wieder so manche Herausforderung bereit halten, bietet für engagierte Fachhändler aber auch neue Chancen.

Viel Erfolg, Ihr

Jan Uebe
CE-Markt Chefredakteur

TV-Markt: Umsatzrückgang trotz gestiegenem Durchschnittspreis

2021 wurden nach Angaben von GfK und gfu insgesamt 5,9 Millionen TV-Geräte in Deutschland verkauft, das ist ein Rückgang von 20 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Allerdings entwickelte sich 2020 der Markt infolge der Pandemie außergewöhnlich positiv, so dass ein Rückgang im Jahr 2021 erwartet wurde. Verglichen mit 2019, dem Jahr vor der Pandemie, ergibt sich für 2021 noch immer ein Umsatzplus von zehn Prozent bei TV-Geräten.



Gleichzeitig stieg im vergangenen Jahr der TV-Durchschnittspreis um 16 Prozent auf 694 Euro. Diese erfreuliche Entwicklung war jedoch begleitet von einem Umsatzrückgang auf 4,1 Milliarden Euro (minus sieben Prozent im Vergleich zu 2020).

Außerdem verstärkte sich noch einmal der anhaltende Trend zu TVs mit großer Bild diagonale und hochwertiger Ausstattung: So beträgt der Umsatz mit Fernsehern größer als 55 Zoll bereits mehr als 65 Prozent am Gesamtumsatz. In Stück waren das 2,5 Millionen verkaufte TVs mit 55 Zoll und größer, das entspricht 44 Prozent am Gesamtmarkt. Mehr als 20 Prozent der Verbraucher entschieden sich für einen Fernseher mit mindestens 65 Zoll.

OLED TVs erreichten 2021 in Deutschland erstmals die Marke von einer Milliarde Euro Umsatz, dabei erzielten sie einen Durchschnittspreis von über 1.600 Euro.

Wie der ZVEI-Verband und die Deutsche TV-Plattform bekannt geben, waren drei Viertel der im vergangenen Jahr verkauften Fernseher (also 4,5 Millionen Stück) UHD TVs, die nahezu alle mindestens ein HDR-Verfahren unterstützen. Knapp 80 Prozent beherrschen neben den statischen HDR-Standards auch dynamische HDR-Verfahren. Insgesamt wurden in Deutschland seit Einführung des Ultra-HD-Standards bereits 23,8 Millionen UHD-Fernseher abgesetzt.

Eine Übersicht zu verfügbaren UHD-Inhalten und den derzeit am Markt erhältlichen UHD-HDR-Geräten bietet das Infoportal der Deutschen TV-Plattform unter <https://uhdr.de>.





Bild: Fitbit

15 Das Beste für den Körper: Mit Fitbit durchs neue Jahr

Mit Fitbit Premium und personalisierten Empfehlungen behalten die Nutzer von Fitbit-Wearables ihre Gesundheit bestmöglich im Blick – Fitbit wird damit zum Personal Trainer am Handgelenk.



Bild: Anna Stücher / Doro

16 Michael Rabenstein, Sandra Zissel Doro verbindet Generationen mit Smartphones für Senioren

»Wir werden den Markt 2022 mit innovativen Ideen überraschen«, erklärt Doro DACH-Geschäftsführer Michael Rabenstein. Neu im Team ist Sandra Zissel als Marketingleiterin von Doro DACH.



Bild: PanzerGlass

17 Überlegener Displayschutz für elektronische Geräte

Im Interview spricht Oliver Kinne, Retail Sales Director bei PanzerGlass, über das breite Portfolio, die Unterstützung des Fachhandels und zukünftige Ziele des dänischen Unternehmens.

INHALT Ausgabe 1+2 | 2022

Handel Großer Aufwand mit Retouren • ElektroG	2
Editorial Fachhändler profitieren vom Premium-Trend	3
News Die Branche im Überblick	5-6
ElectronicPartner Virtuelle Warenmesse und Kongress	7
expert feiert 60-Jähriges mit attraktiven Aktionen	8
Euronics App und Ladekarte für Elektroautos	8
telering treibt die Digitalisierung voran	9
expert Hartmann ist »Händler des Jahres 2021«	10-11
GfK Marktanalyse: Ist der Tablet-Boom nachhaltig?	12
Wertgarantie Sehr hohe Kundenzufriedenheit	13
Polk Atemberaubender Sound im eleganten Gewand	14
Fitbit Körperliche und mentale Gesundheit im Blick	15
Doro bietet Full-Service für Senioren	16
PanzerGlass Überlegener Displayschutz	17
CES 2022: LG • Samsung • Sony • XGIMI	18
Panasonic Top-Bild und Raumklang im OLED-Flaggschiff	19
CES 2022: Jabra • Acer • Shure • Garmin	20
JBL mit neuen Kopfhörern und portablen Speakern	21

Titelthema

Polk Audio liefert Spitzen-sound zu attraktiven Preisen

So klingt besser: Kunden können eine Hörprobe beim Fachhändler buchen und sich selbst von der Qualität der Polk Reserve Serie überzeugen. | Seite 14



Xiaomi Smarte Produkte fürs Home Office	22
Fujifilm instax mini Evo erweitert kreative Möglichkeiten	23
Polaroid • PIV Photoindustrie-Verband mit neuem Beirat	23
Devol Schnelles und leistungsstarkes Heimnetz	24-25
Huawei Kamera-Smartphones P50 Pro und P50 Pocket	25
Umsätze im November 2021	26
Hama • Logitech • Joby • Conrad	26
Ifo-Konjunkturtest im Dezember 2021	27

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
Fax 08233 - 30206
Mail verlag@ce-markt.de

GESCHÄFTSFÜHRER
Rainer Simon

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

LAYOUT
Heike Bangert, JournalMedia GmbH

MITARBEITER DER REDAKTION
Gerry Foth (Cashman), Klaus Petri (kp)

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

ANZEIGEN
Alexander Zöhler
Telefon 09122 - 7902470, Mobil 0170 - 4134547
Mail alexander.zoehler@ce-markt.de

Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 24 vom 1.1. 2021.
Jahresabo Inland 44 Euro inkl. Porto und MwSt.,
Ausland 75 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 12.000 Exemplare (4. Quartal 2021).



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. Besonderer Tipp: Background Storys und Handel Digital

Wichtige **News der CE-Branche** finden Sie auch im täglichen News-Stream von **CE-Markt** auf dem Business-Netzwerk von Xing

CE-Markt 3/2022: Die Auslieferung der nächsten Ausgabe beginnt am 11. März 2022. Die Zustelldauer beträgt drei Werktage.



Ozan Yildirim

Hisense

Ozan Yildirim hat im Oktober 2021 als Senior Key Account Manager TV die Betreuung der Kanäle Hypermarkets und Wholesale bei der Hisense Gorenje Germany GmbH übernommen. Er ist damit zuständig für Edeka, Kaufland, Cash & Carry, Metro und Selgros, sowie für das TV-Geschäft mit dem Fachhandel. Yildirim bringt mehr als 20 Jahre Erfahrung im Vertrieb von CE-Produkten mit. Zuletzt war er drei Jahre für Changhong mit der Marke CHIq tätig. Er berichtet an **Daniel Bollers**, Sales Director Consumer Electronics. »Mit Ozan Yildirim vergrößern wir unser Vertriebsteam und stärken dadurch nicht zuletzt auch die Betreuung unserer Fachhandelspartner nachhaltig«, so Daniel Bollers.



Stefan Kön

TechniSat

Zum neuen Jahr ist TechniSat dem Qualitätsbündnis der E-Marken des ZVEH (Zentralverband der Deutschen Elektro- und Informationstechnischen Handwerke) beigetreten. Gemeinsam mit dem Schwesterunternehmen TechniVolt entwickelt und produziert TechniSat Ladestationen und Wallboxen für Elektroautos. »Durch die Zusammenarbeit mit dem ZVEH können wir auf langjährige Erfahrungswerte und enormes Fachwissen zurückgreifen. Beides können wir direkt in innovative Produkte und Weiterentwicklungen einfließen lassen. Das kommt uns als Unternehmen zugute, aber auch unseren Kunden«, unterstreicht **Stefan Kön**, Geschäftsführer der TechniSat Digital GmbH und TechniVolt GmbH.



Wolfgang Marzin

Light + Building

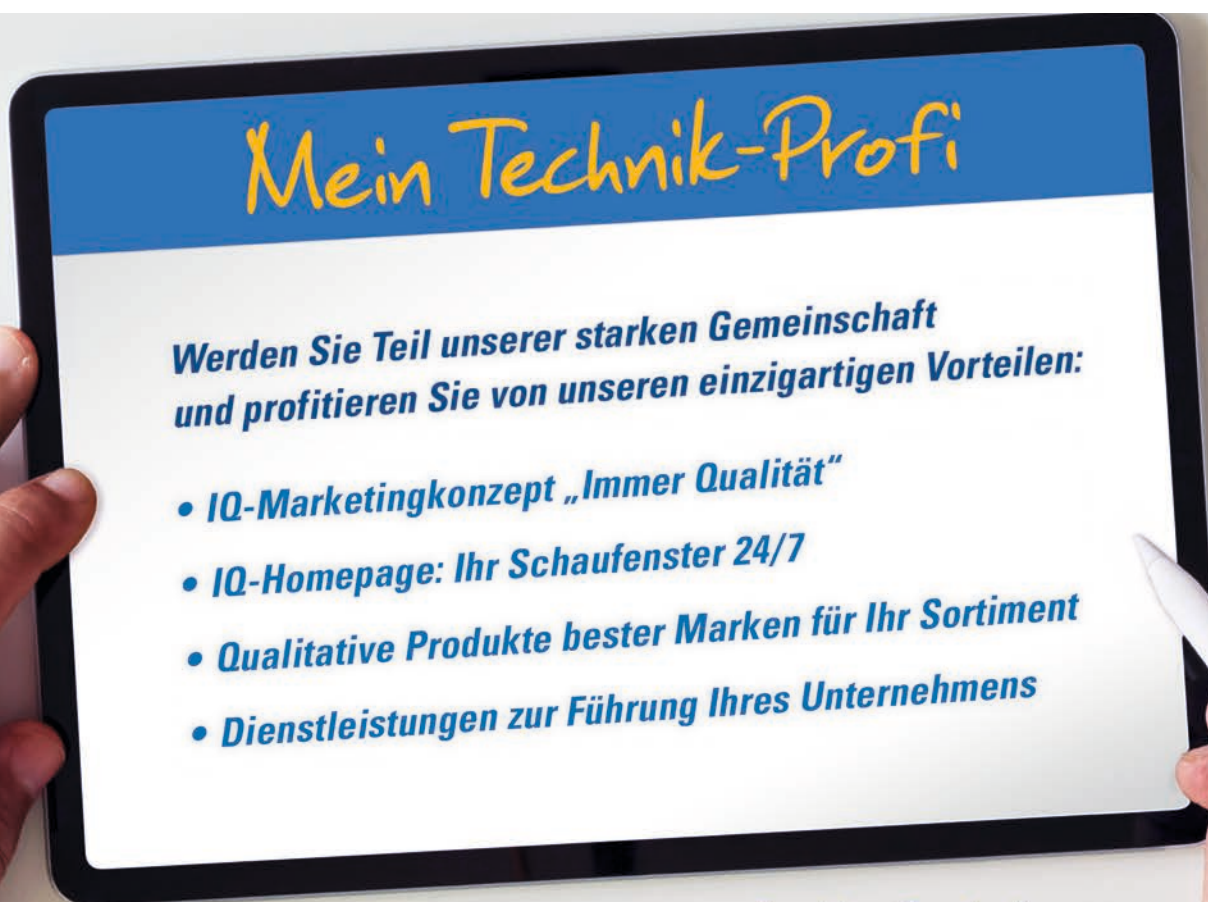
Aus Pandemiegründen wird die Weltleitmesse für Licht und Gebäudetechnik in den Herbst verschoben. Der neue Termin für die Light + Building Autumn Edition ist vom 2. bis 6. Oktober 2022, begleitet von einer digitalen Plattform. »Wir haben die Bedenken unserer Partner sehr ernst genommen und natürlich auch die unternehmerischen Chancen und Risiken abgewogen. Erfreulicherweise ist es uns gelungen, einen attraktiven Herbsttermin zu finden und durch interne Umplanung für die Light + Building zu ermöglichen. Damit bleibt es bei der Aussicht auf einen starken, internationalen Branchenstart 2022 in Frankfurt«, sagt **Wolfgang Marzin**, Vorsitzender Geschäftsführer der Messe Frankfurt.



Murat Yatkin

TP Vision

Zum Jahreswechsel hat TP Vision den Übergang der Partnerbetreuung vom Außendienst auf lokale Account Manager vollzogen. Um etwaige Fragen für Fachhändler zu beantworten, hat TP Vision eine Hotline eingerichtet: 02151-47944777 bzw. tpv.hotline@sonic-group.de von Montag bis Freitag, 10 bis 17 Uhr. »Wir erwarten, dass zum Ende des ersten Quartals die Prozesse etabliert und die neuen Account Manager überall bekannt sind. Die ersten Kollegen werden sich sicherlich baldmöglichst bei unseren Partnern vorstellen«, so **Murat Yatkin**, Managing Director TP Vision D/A/CH. Mit Beginn des Jahres wurden außerdem neue Büroräume in der Hamburger Hafencity bezogen: Shanghai-allee 9, 20457 Hamburg.



Kontaktieren Sie uns jetzt!
teling Marketing GmbH & Co. KG
Telefon 06131 28881-12 | info@teling.de





Andrej Ganski



V. Schwerdtfeger, R. Keinberger



Michael Grandin



Stefan Dreischärf

SVS

Der Vertriebs- und Service-Spezialist hat seinen Außendienst in eine erweiterte Key-Account-Struktur transformiert. Damit hält SVS weiterhin am Beratungsansatz gegenüber dem Handel fest, nutzt jedoch digitale Vertriebsprozesse und entwickelt sein Portfolio weiter. »Spätestens mit Beginn der Covid-19-Pandemie, aber auch schon deutlich davor hat sich abgezeichnet, dass sich ein Großteil unseres Services im Außendienst durch digitale Maßnahmen sehr effektiv ergänzen und ersetzen lässt, darunter z.B. Auskünfte zu Warenbeständen, Preisen und Bestellvorgängen bis hin zu individuellen Beratungen per Videokonferenz. Diese Erfahrungen und die Akzeptanz seitens unserer Handelspartner haben wir genutzt, um redundante Prozesse zu verschlanken und die Qualität unserer Dienstleistungen weiter zu erhöhen«, erklärt SVS-Geschäftsführer **Andrej Ganski**. Parallel dazu wird das Produkt- und Markenportfolio ausgebaut. Neu sind Wallboxen, Ladekabel und Saisonartikel von Deltaco, professionelle Gaming-Monitore, -Headsets und -Mäuse von Millenium sowie hochwertiges Gaming-Zubehör der skandinavischen Marke L33T. »Service und Logistik für alle Bestandsmarken und neu hinzukommende Partner erfolgen dabei wie gewohnt über unser firmeneigenes Service-Center. Auch hier haben wir Ressourcen freigelegt, neue digitale Schnittstellen geschaffen und die Prozesse abermals verbessert«, so Andrej Ganski.

EuroCIS

Die EuroCIS-Messe in Düsseldorf wird von Ende Februar auf 31. Mai bis 2. Juni 2022 verschoben. »The Leading Trade Fair for Retail Technology« zeigt speziell auf den Handel zugeschnittenen IT-Lösungen für Omnichannel, POS-Hardware und Zahlungssysteme.

Loxone

Vor einem Jahr hat der österreichische Anbieter von Gebäudeautomation den Audio-Hersteller quadral akquiriert und zum 1. Dezember 2021 nun auch den weltweiten Vertrieb der Lautsprecher übernommen. Quadral mit CEO **Volker Schwerdtfeger** wird sich künftig auf die Entwicklung von Produkten, Marketing und Aftersales konzentrieren. Durch die Übernahme verspricht man sich Synergieeffekte: Loxone kann seinen Kunden dank Audioserver und Lautsprechern besser die HiFi-Welt erschließen. Und quadral kann Kunden eine neue intelligente Einbindung in das Zuhause aufzeigen. »Gemeinsam mit quadral haben wir uns das Ziel gesetzt, fantastischen Sound mit moderner Konnektivität zu vereinen«, erklärt **Rüdiger Keinberger**, CEO von Loxone. »So gibt es dank der Kombination des Audio-Servers von Loxone und den Lautsprechern von quadral endlich eine einfache Lösung für den umfassenden HiFi-Hörgenuss. Auch qualitativ gehen beide Welten gut zusammen: Die quadral-Lautsprecher sind wie auch die Loxone-Produkte für ein Gebäudeleben lang entwickelt.«



Werner Wiesner †

In Memoriam

Der Unternehmer **Werner Wiesner**, Gründer der IDV GmbH in Langenselbold, ist am 18. Dezember 2021 im Alter von 80 Jahren gestorben. Mit den von ihm aufgebauten Marken Megaman, Lightme und Megatron zählte der »Energiesparlampen-Pionier« (*Handelsblatt*) zu den Wegbereitern von stromsparenden Leuchtmitteln.

expert

Zum 1. Februar 2022 verstärkt **Michael Grandin** den Vorstand der expert SE und der expert Wachstums- und Beteiligungs SE. Er soll im Sommer 2023 die Nachfolge von **Gerd-Christian Hesse** antreten, wenn sich dieser in den Ruhestand verabschiedet. Bis dahin wird Hesse seinen Nachfolger in die Ressortverantwortlichkeiten einarbeiten. Michael Grandin war in verschiedenen kaufmännischen Leitungsfunktionen tätig, unter anderem bei Zara/Massimo Dutti in Deutschland, bei der Lidl Stiftung und der KaDeWe Gruppe.



Dominic Mein

Viewsonic

Thomas Müller, bisher General Manager DACH, nimmt die neu geschaffene Position des Vice President Sales and Marketing West Europe ein. Die jeweiligen Verantwortlichen aus den Regionen berichten an ihn. Müllers bisherige Aufgaben wird als Director DACH jetzt **Dominic Mein** übernehmen, der zuvor als Sales Director DACH für den Vertrieb bei Viewsonic zuständig war.

HD+

Eurosport 4K präsentiert die Olympischen Winterspiele 2022 in Beijing in UHD-HDR-Bildqualität. Der Event-Sender ist vom 4. bis 20. Februar via Astra Satellit bei HD+ auf UHD1 verfügbar. Zuschauer können sich auf rund 100 Stunden Live-Berichterstattung in nativem UHD freuen. Bei Eurosport 4K werden alle Top-Events zu Eiskunstlauf, Ski Alpin, Skispringen, Biathlon und Skilanglauf sowie die Eröffnungs- und Schlussfeier gezeigt.

Audio Submarine

Die High End Society Service GmbH, Veranstalter der High End Messe in München, ruft mit Audio Submarine ein web-basiertes Netzwerk für die Audio-Industrie ins Leben. Auf dem Online-Portal www.audiosubmarine.com entsteht ein internationaler Marktplatz, auf dem sich Unternehmen miteinander vernetzen und austauschen, ihre Produkte und Dienstleistungen präsentieren und neue Geschäftsbeziehungen anbahnen können. »Wir sind ständig mit unseren Kunden im Gespräch und kennen ihre Bedürfnisse gut«, sagt **Stefan Dreischärf**, Geschäftsführer der High End Society Service GmbH. »Deshalb sind wir davon überzeugt, dass Audio Submarine genau das richtige Tool ist, um schnell, effizient und gezielt am Markt zu agieren.« Für eine Mitgliedschaft stehen vier Optionen zur Auswahl, darunter eine für Start-Ups. Stefan Dreischärf ist überzeugt, dass die neue Plattform eine ganzjährig erfolgreiche Geschäftsanbahnungen ermöglicht und die Zukunft der Branche mitgestalten kann. »Die persönliche Begegnung auf unseren Messen soll und kann Audio Submarine natürlich nicht ersetzen.«

Computex

Die Computex 2022 findet vom 24. bis 27. Mai als Präsenzmesse in Taipeh (Taiwan) statt. Ergänzend dazu gibt es die Computex DigitalGo als virtuelle Messeplattform vom 24. Mai bis 6. Juni 2022.

Sonepar

Im Zuge seiner Transformation hin zum digitalisierten Omnichannel-Prozess und zu mehr Nachhaltigkeit führt der Elektrogroßhändler Sonepar ein neues Markenlogo ein.



Start ins Frühjahr

Virtuelle Warenmesse und Kongress von ElectronicPartner

Die Verbundgruppe bringt 2022 neue Projekte auf den Weg. Den Anfang macht vom 18. Februar bis 4. März die virtuelle Warenmesse, inklusive Webinar-Angebot. Am 29. und 30. April folgt der erste **ElectronicPartner** Kongress in Düsseldorf – ein neues Veranstaltungsformat mit Workshops, Vorträgen und ausgewählter Ware.

Neben der kürzlich gestarteten »Go Green«-Kampagne initiiert die Verbundgruppe in 2022 weitere Projekte für die drei Kernmarken EP:, Medimax und comTeam. »Gemeinsam mit unseren Mitgliedern und Partnern ist es uns auch im zweiten Corona-Jahr gelungen, alle Geschäftsfelder von ElectronicPartner souverän durch die Pandemie zu steuern«, sagt Vorstand **Friedrich Sobol**. Die genauen Umsatzzahlen veröffentlicht das Unternehmen im März. Vorläufige Ergebnisse weisen schon jetzt auf eine grundsätzlich positive Entwicklung hin. »Und auch in 2022 geben wir alles, um besten Service für unternehmerischen Erfolg zu bieten«, ergänzt der Vorstand.

Die Fachhandelsmarke EP: will ihre Positionierung weiter ausbauen. Während Wettbewerber sich zunehmend der

Großfläche widmen, liegt die Stärke der EP:Mitglieder in exzellentem, persönlichen Service auf konzentrierter Fläche mitten in der Gemeinde. Diese serviceorientierte Ausrichtung macht die Fachhandelskooperation zukünftig noch effektiver durch gezielte Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen auf allen Kanälen sichtbar.

Auch bei Medimax setzt die Verbundgruppe weiter auf individuellen Service für ihre Franchisepartner, um bestmöglich bei der Kundenansprache zu unterstützen. Den Weg, den Medimax mit dem



Friedrich Sobol

Abschluss der Privatisierung und dem neuen Markenclaim »Mehr Mensch. Mehr Technik« eingeschlagen hat, setzt die Zentrale im engen Austausch mit den Franchisepartnern fort. »Gemeinsam arbeiten wir an einem neuen Look and Feel, das in Kombination mit unserem außergewöhnlichen Leistungskatalog die Expansion von Medimax vorantreibt«, ist Friedrich Sobol überzeugt.

Die Mitglieder im Technologie-Netzwerk comTeam konnten in der Pandemie ihre Geschäftsbeziehungen und Services weiter ausbauen und dazu beitragen, dass die empfindliche IT-Infrastruktur im privaten, öffentlichen, sozialen und wirtschaftlichen Bereich allen Herausforderungen trotz. Ein besonderer Fokus liegt dieses Jahr auf der Know-how-Erweiterung durch den comTeach Campus.

»Ein zentraler Baustein bei all unseren Aktivitäten in 2022, ob auf nationaler oder internationaler Ebene, ist das Projekt Go Green. Zusammen mit unseren Mitgliedern in Deutschland, Österreich, der Schweiz und den Niederlanden werden wir einen ganzheitlichen Ansatz verfolgen und dafür sorgen, dass das Thema Nachhaltigkeit in der Verbundgruppe ElectronicPartner gelebt wird«, erklärt Friedrich Sobol. Dazu gehören neben der Veröffentlichung eines Nachhaltigkeitsberichts die Erschließung neuer, vor allem nachhaltiger Sortimente und die Befassung mit Maßnahmen zur Stromgewinnung und -speicherung.

What's coming next?

Discover the new world of Doro.



www.doro.com/de-de

doro

Attraktive Jubiläumsaktionen und neue Projekte für 2022

Die expert-Kooperation feiert 2022 ihr 60-jähriges Jubiläum und wird dazu attraktive Angebote für Kunden auflegen. Gleichzeitig stehen zukunftsorientierte Projekte an, etwa in der ersten Jahreshälfte die Inbetriebnahme des expert Fulfillment Center.



Vorstand der expert SE (v.l.n.r.) Frank Harder (Vertrieb, Marketing und E-Commerce), Dr. Stefan Müller (Vorstandsvorsitzender), Gerd-Christian Hesse (Finanzen, Personal, Versicherung)

Seit sechs Jahrzehnten ist die expert-Kooperation der zuverlässigste Partner in unserer Branche und wird es auch zukünftig sein«, erklärt der Vorstandsvorsitzende **Dr. Stefan Müller**. »Wir sind stolz auf unsere langjährige Unternehmensgeschichte, deren Erfahrungen und Werte zusammen mit unserem partnerschaftlichen Miteinander zu unseren Gesellschafter:innen, Lieferant:innen und Dienstleister:innen das Fundament unseres Erfolges sind. expert bewegt sich schon immer in einem sehr dynamischen und

wettbewerbsintensiven Marktumfeld, das wir in den letzten 60 Jahren maßgeblich mitgestaltet haben. Mit einer in unserer Verbundgruppe verankerten Innovationskraft wird das auch in Zukunft so bleiben.«

Die Zufriedenheit der Kunden möchte expert im Jubiläumsjahr durch vielfältige Maßnahmen noch mehr in den Mittelpunkt rücken und die Wertschöpfungskette noch gezielter dahingehend ausrichten. »60 Jahre beste Empfehlungen, beste Beratung, beste Angebote, beste Nachbarschaft und beste Partnerschaft – all das

möchten wir im Jubiläumsjahr besonders feiern«, betont **Frank Harder**, Vorstand für Vertrieb, Marketing und e-Commerce. »Wir freuen uns darauf, unseren Kund:innen im Laufe des Jahres viele attraktive Jubiläumsangebote zu bieten und sie so an unserer Feier teilhaben zu lassen – wie es sich in einer harmonischen Nachbarschaft gehört.«

Für 2022 stehen außerdem neue Projekte an. Beispielsweise ist die Inbetriebnahme des expert Fulfillment Centers am Firmensitz in Hannover-Langenhagen für die erste Jahreshälfte geplant. Ebenso werden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von expert, die im Jubiläumsjahr besonders im Fokus stehen, verstärkt gefördert. Und es sollen weitere expert-Fachmärkte eröffnet werden. »Unsere Mitarbeiter:innen in den Fachmärkten und -geschäften im gesamten Bundesgebiet sowie in der Unternehmenszentrale sind elementare Stützpfeiler für den zukünftigen Erfolg der expert-Gruppe«, sagt **Gerd-Christian Hesse**, Vorstand für Finanzen, Personal und Versicherung. »Zielgerichtete Weiterbildungs- und Qualifizierungsmöglichkeiten sowie spannende Projekte, die einmal mehr die Attraktivität von expert als Arbeitgeber veranschaulichen, werden unser Jubiläumsjahr begleiten.«

Historie von expert

1962 hatten sich zehn Familienbetriebe zur Handelsgesellschaft Bild + Ton zusammengeschlossen, zunächst in einer Garage bei Hannover. Vier Jahre später hatte sich die Zahl der Händler innerhalb der Gruppe bereits vervielfacht, weshalb am Pferdemarkt in Langenhagen eine Zentrale mit erstem Lager entstand. Im Zuge des steten Wachstums der mittlerweile in expert umfirmierten Gruppe wurde Mitte der 70er Jahre die Zentrale in der Bayernstraße 4 errichtet – der Ort, an dem sich bis heute die bundesweite expert-Zentrale befindet.

Elektromobilität

Euronics bietet App und Ladekarte für Elektroautos

Unter dem Motto »EinfachStromLaden« arbeitet die Euronics Deutschland eG künftig mit dem Stromanbieter Maingau Energie zusammen. Im Rahmen der Kooperation erhält jeder Käufer eines Aiways U5-Elektroautos und falls gewünscht auch jeder Euronics-Kunde die »Euronics Ladekarte« zum Freischalten von mehr als 200.000 Ladepunkten in ganz Europa nach Registrierung in einer App. Die Ladekarte ist an die dazugehörige Lade-App mit dem Namen Euronics Energy+ gekoppelt, die in Kooperation mit Maingau entstand.

Die kostenlose App bietet Live-Infos zur Ladepunktverfügbarkeit, eine Direktladefunktion und einer Übersicht aller getätigten Ladevorgänge. Zudem ist damit

eine Navigation zur Ladesäule möglich, die auch mit externen Navigations-Apps gestartet werden kann. Euronics-Kunden erhalten mit der App außerdem günstige Ladestrompreise.

Die Partnerschaft mit dem deutschlandweiten Energieversorger Maingau ist der nächste Schritt in der E-Mobilitätsstrategie der Verbundgruppe. »Bei der Anschaffung eines neuen Elektroautos ist es mit dem Autokauf nicht getan. Wann, wie und wo das Fahrzeug geladen werden kann und muss, ist noch nicht so intuitiv und verbreitet, wie die Fahrt zur Tankstelle. Durch die Kooperation mit Maingau Energie liefern wir einen wichtigen Schritt, um den Ladeprozess noch weiter zu vereinfachen«, sagt **Philipp Neuffer**, Projektleiter e-Mobility bei Euronics Deutschland. »Unser Anspruch ist es, die gesamte Bandbreite an Angebot, Service und Beratung zum Thema E-Mobilität im

lokalen Elektronikfachhandel zu vereinen. Unsere neue App Euronics Energy+ rundet in Kombination mit der Euronics Ladekarte nun unsere Angebotspalette ab und macht das Laden einfach, übersichtlich und bequem.« Ein zusätzlicher Kundennutzen der Euronics Lade-App, nämlich die Verwandlung von stationären Umsätzen in Ladeguthaben, ist für dieses Jahr in Vorbereitung.



Euronics Ladekarte

ÜBERRASCHEND.
ANDERS.
DIGITAL.

20. MAI 2022:
ZUKUNFT
BEGINNT JETZT!



telering Jahreshauptveranstaltung 20.–22. Mai 2022 Berlin

Wir sind die *Technik-Profis!*

Bild: telering

telering wird digitaler

»Es wird sich vieles verändern, aber wir werden bleiben, wie wir sind«

Um den zukünftigen Herausforderungen zu begegnen, soll die **telering** moderner und digitaler werden. Details zum neuen Konzept wird die Mainzer Kooperation auf ihrer Jahreshauptveranstaltung vom 20. bis 22. Mai in Berlin bekannt geben.

Die Pandemie hat das Einkaufsverhalten der Kunden verändert und dem Online-Handel einen zusätzlichen Schub beschert. Für den stationären, mittelständischen Fachhandel sieht telering-Geschäftsführer **Udo Knauf** in der Digitalisierung weniger eine Gefahr als eine Chance: »Online-Shops stellen lediglich möglichst schnell und billig Waren bereit«, konstatiert Knauf. »Unsere Fachhändler sprechen hingegen jene Käuferschicht an, die weniger nach Produkten als nach zusammenhängenden Lösungen sucht.«

Der telering-Geschäftsführer ist davon überzeugt, dass die fast 1.900 Technik-Profis der Kooperation als serviceorientierte Nahversorger beste Zukunftsaussichten haben. »Das hat sich bereits in den Lock-down-Phasen gezeigt. Während größere Händler durch ihre komplexen Strukturen gehemmt wurden, waren unsere Technik-Profis nah an den Kunden, konnten flexibel agieren und sogar deutliche Umsatzzuwächse realisieren.«

Der Vertriebsprofi, der fast 30 Jahre Erfahrung in der CE-Branche mitbringt, hat im Frühjahr 2021 die Leitung der Fachhandelskooperation mit Sitz in Mainz übernommen. Da er die Verbundgruppe bei der Digitalisierung auf ein neues Level heben will, steht er nicht nur mit den Groß- und Fachhändlern, sondern auch mit den Industrie- und Dienstleistungspartnern in intensivem Austausch. »Wir werden nur dann Erfolg haben, wenn es uns gelingt, die Interessen und Bedürfnisse



Udo Knauf

Bild: Kathrin Klages Fotografie

der Beteiligten in eine für alle vorteilhafte Balance zu bringen«, so Knauf. Derzeit durchdenke man gemeinsam einen Prozess, an dessen Ende eine umfangreiche Modernisierung und Digitalisierung der telering stehen soll.

»Das umfasst vielfältige Maßnahmen im digitalen Auftritt sowohl innerhalb als auch außerhalb des Fachgeschäftes. Doch mehr will ich jetzt noch nicht verraten«, erklärt er. »Nur so viel – es wird sich vieles verändern, aber wir werden bleiben, wie wir sind.« Udo Knauf und seine Mitarbeiter werden die neue telering im Frühsommer 2022 live präsentieren. Dann findet vom 20. bis 22. Mai in Berlin die Jahreshauptveranstaltung der Kooperation statt.

Die telering wird über ihre zukünftigen Projekte aber nicht das Kerngeschäft vernachlässigen. Zum Jahreswechsel haben die Technik-Profis wieder ein Marketingpaket erhalten, mit Verkaufsförderungsaktionen der wichtigsten Marken und zu aktuellen Themen sowie Hilfen und Ideen für einen erfolgreichen digitalen Auftritt. Die erste Image-Aktion des Jahres liegt dem Paket bereits bei und wirbt für das nachhaltige Handeln der Technik-Profis in zeitgemäßer, reduzierter Optik und mit provokativen Texten.

Unsere Mission gegen
Elektroschrott:

Reparieren statt
Wegwerfen.



Partner werden und profitieren:

- Neue Chancen für Ihre Kundenbindung
- Mehr Gesprächsanlässe mit Ihren Kunden
- Höhere Werkstattauslastung
- Weniger Elektroschrott durch höhere Reparaturquote
- Viele Pluspunkte in Sachen Klimaschutz

Einfach anrufen unter 0511 71280-111

Mehr Infos zu Reparieren
statt Wegwerfen:



Ihr Spezialist für Geräteschutz und Garantievorsicherung
für alles, was einen Akku oder Stecker hat.
Since 1963 | Made in Germany | wertgarantie.com

→ WERTGARANTIE®
Einfach. Gut. Geschützt.



**Händler
des Jahres
2021**

Preisübergabe an das Hartmann-Team in Anwesenheit regionaler Politiker

Klaus Meier, Ronald Reichenberg, Helmut Weiß, Gerhard Hartmann, Annette Pfänder-Coleman, Armin Siemandel, Gerd Müller, Gerd Hartmann (v.l.n.r.)

»Händler des Jahres 2021« in der Kategorie Fachmarkt

Siegerehrung bei expert Hartmann

(apc) Anfang Dezember wurde dem Handelsunternehmen **expert Hartmann** an seinem Standort im fränkischen Bad Windsheim von den Chefredakteuren von **CE-Markt** und **CE-Markt electro** die Skulptur als Auszeichnung zum »Händler des Jahres 2021« in Anwesenheit lokaler Polit-Prominenz überreicht. Hauptkriterium der Ausschreibung war unter anderem, wie souverän die Händler die Herausforderungen des zweiten Corona-Jahres gemeistert haben. Die Jury-Entscheidung fiel einstimmig und expert Hartmann wurde zum Sieger in der Kategorie Fachmarkt gewählt.

Die Auszeichnung und Preisübergabe erfolgte im Beisein von Seniorchef **Gerhard Hartmann** und Inhaber **Gerd Hartmann** sowie den beiden Niederlassungsgeschäftsführern **Armin Siemandel** für Bad Windsheim und **Gerd Müller** für Neustadt an der Aisch.

Der Einladung zur Preisverleihung folgten Landrat **Helmut Weiß**, der erste Bürgermeister von Neustadt/Aisch **Klaus Meier**, sowie der dritte Bürgermeister von Bad Windsheim **Ronald Reichenberg**. In ihren Reden betonten sie mehrfach den Stellenwert des Unternehmens Hartmann als Arbeitgeber im Landkreis. »An die 200 Familien finden hier ihr Auskommen«, wie Landrat Weiß feststellte.

Gegründet im Jahr 1981 durch Gerhard Hartmann feierte das Unternehmen 2021 ein rundes Jubiläum. Seit nunmehr 40 Jahren ist das Geschäft eine feste Größe in der Region und bekannt für ein vielfältiges Sortiment, qualifizierte Beratung und kompetenten Service.

Service wird bei Hartmann großgeschrieben

Das Hartmann Serviceteam umfasst mittlerweile insgesamt 60 Mitarbeiter in den Werkstätten und im Außendienst. Diese gewährleisten durch ständige Fort- und Weiterbildungen den von Kunden bekannten und geschätzten Hartmann-Premiumservice. Dazu gehören Informationstechniker Meister, IT Systemelektroniker, Fachinformatiker, Informationstechniker, Systemelektroniker, Techniker für Hausgerätektechnik, Techniker Unterhaltungselektronik, Schreiner und Schreiner Meister, Logistikfachkräfte und Fachlageristen und viele mehr. TV-Geräte, Haushaltsgeräte und Kaffeevollautomaten, PCs, Tablets und Smartphones werden in den hauseigenen Werkstätten von den jeweiligen Spezialisten repariert. Es bestehen Kundendienstautorisierungen für alle namhaften Hersteller in den verschiedenen Warenbereichen. Die Serviceflotte von Hartmann umfasst aktuell etwa 50 Servicefahrzeuge an beiden Standorten.



Mit »Grilldorado« hat Hartmann ein Einkaufsparadies für alle geschaffen, die sich intensiv mit dem Thema Barbecue beschäftigen. Auf 800 Quadratmeter Fläche wird die Welt des Grillens eindrucksvoll dargestellt und dank besonderer Marken wie Merklinger, Napoleon, Big Green Egg, OFYR, Rösle, Kamado Joe und einer riesigen Auswahl an Outdoorküchen hat sich Grilldorado bereits im gesamten süddeutschen Raum einen Namen gemacht.

Hier werden nicht nur Grillseminare angeboten, sondern Hartmann begeistert die Kunden durch Kochvorführungen in seiner Showküche. Zusätzlich lockt die eigene Rösterei mit Kaffeeverkostungen und der hauseigene Kinosaal, die Gaming Area oder auch der Multiroom machen das Shoppen bei expert Hartmann für die gesamte Familie zu einem ganz besonderen Einkaufserlebnis.



Armin Siemandel

Die erfolgreiche Bewerbung wurde von Armin Siemandel als Geschäftsführer der Niederlassung in Bad Windsheim eingereicht.

In der Ausschreibung zum »Händler des Jahres 2021« hat sich Hartmann mit seinem Engagement deutlich von anderen Bewerbern abgehoben. Auf politische Entscheidungen in der Pandemie wurde umgehend reagiert. Angefangen bei Anzeigen in Tageszeitungen, um die Kunden zu informieren, wie sie trotz geschlossener Geschäfte ihre Ware bekommen. Oder durch entsprechende Informationen auf den Webseiten und in den Sozialen Medien.



Hauseigener Kinosaal bei expert Hartmann

Besonders ist hier zu erwähnen, dass Hartmann die erste eigene Corona-Teststation im Landkreis ins Leben rief, die im April 2021 quasi über Nacht entstand, um den Kunden weiterhin das Einkaufen zu ermöglichen. Aber auch schon vor Corona zog Händler Hartmann alle Register, um ein attraktives Einkaufsparadies für Kunden zu schaffen. Jährliche Events wie der traditionelle Hamburger Fischmarkt zu Pfingsten und der angesagte Foodtruck-Roundup zu Ostern gehören dazu.

»Dieser Preis gehört unseren Mitarbeitern, die eine tolle Leistung erbracht haben«, lobte **Armin Siemandel** das Team. Während der Lockdowns wurden Waren teilweise im Privatwagen ausgeliefert und Verkaufsaktionen auf den eigenen Social-Media-Accounts geteilt. Angesichts der erschwerten 2G-Bedingungen im Einzelhandel helfe der Preis zudem, die Mitarbeiter-Stimmung zu heben, ergänzt **Gerd Hartmann** und versprach, mit dem Team nachzufeiern, sobald dies wieder möglich sei.



IT Systemhaus Xenonet

Xenonet by Hartmann ist seit 2016 Bestandteil der Gerhard Hartmann GmbH und von ursprünglich sechs Mitarbeitern auf derzeit 30 angewachsen. Hier werden Geschäftskunden vollumfänglich mit Hardware, Software und dem dazugehörigen IT Service versorgt. Gerd Müller (Bild Mitte), Geschäftsführer der Niederlassung in Neustadt/Aisch, mit dem gesamten Xenonet-Team.



Größte Ausstellungen in Deutschland: Loewe Galerie und Berkel World

Ganz aktuell betreibt expert Hartmann die größte Loewe Galerie in Deutschland sowie die größte Ausstellung an erstklassigen Berkel-Aufschnittsmaschinen. Solche Händler braucht der Markt, um der immer weiter stagnierenden Anzahl der Ladengeschäfte entgegenzuwirken und damit die Kunden wieder mehr Lust auf das reale Bummeln und Einkaufen bekommen.

Die Firma Hartmann ist Sponsor regionaler Aktivitäten wie den Weinturmlauf des Rotary Clubs Uffenheim sowie der Aktion »Kinder laufen für Kinder«. Er unterstützt Fußballvereine mit Banden- und Trikotwerbung und sponsert den Hauptpreis für den Lionsclub Kalender in der Region.

All diese Punkte hat unsere Jury aus fachkundigen Branchenvertretern in die Bewertung einfließen lassen und expert Hartmann in der Kategorie Fachmarkt einstimmig zum »Händler des Jahres 2021« gewählt. Auch das Team von **CE-Markt** und **CE-Markt electro** sagt »Herzlichen Glückwunsch für dieses tolle Engagement«.

Bedanken möchten wir uns gleichzeitig bei den Marken Krups, Rowenta und Tefal, die als Sponsor diese Ausschreibung unterstützt und begleitet haben.

Filiale in Bad Windsheim

Im Herbst 2019 wurde die neu gebaute Niederlassung im fränkischen Kurort eingeweiht. Auf 4.500 Quadratmeter bietet Hartmann ein unvergleichliches Einkaufserlebnis. Hier wird das Thema Point of Emotion zelebriert. Die Kombination aus Elektromarkt, Grillstore und Küchen- und Wohngalerie ist deutschlandweit wohl einzigartig.

Schirmherr Gruppe SEB



Die Marken Krups, Rowenta und Tefal haben die erste offizielle Ausschreibung zum »Händler des Jahres« unterstützt. **Fienno de Boer** (Bild), Sales Director

Germany bei Gruppe SEB, lobt das Engagement von Gewinner Hartmann:

»Bei expert Hartmann finden Kunden alles, was sie sich wünschen können: Elektrofachmarkt, Küchen- und Wohngalerie, Grillstore, Multiroom/Kino – selbst eine Kochschule ist als Shop-in-Shop vorhanden. Abgerundet wird das Angebot von einer ganzen Reihe von Services – vor Ort aber auch digital. Dieses umfassende Portfolio zeigt, dass sich das Team von expert Hartmann immer wieder Gedanken macht, was sie den Kunden noch bieten können. Deshalb ist die Auszeichnung als Händler des Jahres in der Kategorie Fachmarkt hochverdient. Wir gratulieren ganz herzlich.«



Nachhaltiges Marktwachstum oder einmaliger Corona-Effekt?

Die Pandemie wirbelt die Dynamik vieler Technikmärkte grundlegend durcheinander. Tablet-Computer könnten als einer der großen Gewinner gelten. **GfK-Expertin Julia Kalkowski** analysiert die bisherige Marktentwicklung bei Tablets und gibt einen Ausblick für das laufende Jahr.

Seit Beginn des ersten Lockdowns wuchsen die Tablet-Verkäufe im Einzelhandel fast durchgehend deutlich, zu meist sogar zweistellig: 2021 endete mit einem Absatzplus von 18 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. 2020 war der Markt bereits um 13 Prozent gewachsen. Der Umsatz legte im gleichen Zeitraum mit 22 Prozent sogar noch stärker zu. Bemerkenswert ist, dass der Tablet-Markt unabhängig von Spezifikationen und in allen Preiskategorien boomt. Doch kann sich diese Entwicklung auch 2022 halten?

Pandemie beflügelt Tablet-Markt zum günstigen Zeitpunkt

Tablets erlebten 2013 bis 2015 einen regelrechten Boom. Seit 2016 hatten sie jedoch durchgehend mit rückläufigen Verkaufszahlen zu kämpfen. Die in den Haushalten bereits vorhandenen Geräte waren zum Teil veraltet, für viele Konsumenten war der Nutzen dieser Produktkategorie nicht mehr ersichtlich. Mit der ersten Coronawelle und dem darauffolgenden Lockdown inklusive Schulschließungen ändert sich dies grundlegend: Die Geräte wurden bedingt durch Home Schooling und Entertain@Home deutlich stärker nachgefragt.

Zuwächse vorrangig online

2021 setzte sich der Nachfrageboom für Tablets weiter fort. Im Frühjahr und Sommer wurden noch einmal zweistellige Wachstumsraten auf bereits gute Zahlen aus dem Vorjahr realisiert. Das Wachstum kam dabei fast ausschließlich aus dem Online-Geschäft. Lediglich im Sommerquartal konnte der stationäre Handel ein leichtes Absatzplus verzeichnen. Tablets waren bei allen Altersgruppen und Familienkonstellationen gefragt. Laut aktueller Daten aus gfknewron Consumer gibt ein Drittel (36 Prozent) der Käufer an, dass es sich um das erste Tablet handelt und ebenfalls 36 Prozent ersetzen ein älteres, defektes Gerät. Die Gründe für den Kauf sind heterogen: 35 Prozent der Käufer wollen das Produkt hauptsächlich für Web-Browsing nutzen. Für 20 Prozent der Konsumenten stehen Office-Anwendungen für das Arbeits-, Lern- oder Studenumfeld im Vordergrund, 15 Prozent wollen auf dem Tablet Office-Anwendun-



Julia Kalkowski

gen für den persönlichen Gebrauch einzusetzen. Nur 11 Prozent der Konsumenten kaufen ein Tablet, um Videos und Filme anzusehen.

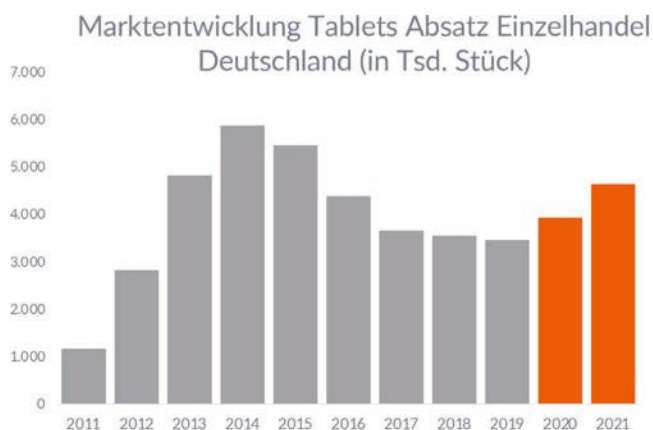
Das Nutzungsszenario eines Tablets ähnelt oft dem eines gering- und mitelpreisigen Notebooks. Der Markt für Einstiegs-Notebooks war gleichzeitig deutlich rückläufig. Es ist also davon auszugehen, dass manche Käufer anstelle eines nicht verfügbaren Notebooks zu einem Tablet griffen. Dies zeigt sich auch in der Entwicklung der Geräte, für die eine dezidierte Tastatur verfügbar ist: Von 32 Prozent im Jahr 2019 verschob sich der Anteil der »hybriden« Tablets absatzseitig auf 50 Prozent im Jahr 2020 und 57 Prozent im Jahr 2021.

Absatz hochpreisiger Geräte wächst deutlich

Der Nachfrageschub zog sich durch alle Preiskategorien, wobei die sehr günstigen (unter 200 Euro) und sehr teuren Geräte (über 600 Euro) am stärksten wuchsen. Der Durchschnittspreis der Produktkategorie stieg 2021 auf 422 Euro und liegt somit deutlich über dem Niveau vor der Pandemie von 368 Euro (2019).

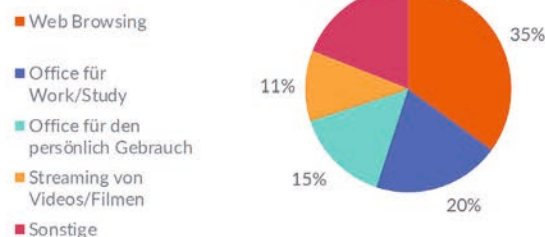
Nach einer erfolgreichen, im Vergleich zum Vorjahr stabilen Black Week, zeigen die aktuellen GfK-Daten, dass die Nachfrage gegen Ende des Jahres 2021 deutlich nachließ. Da viele Konsumenten dank Tablet-Käufen in den letzten Jahren über aktuelle Geräte verfügen und sich die Liefersituation für Notebooks verbessert, werden sich die hohen Absatzzahlen aus 2020 und 2021 im Jahr 2022 nur schwer wiederholen lassen. Nichtsdestotrotz hat die Produktkategorie an Dynamik und Relevanz gewonnen, da sich der Gerätetyp wieder stärker in den Haushalten verankert hat. Es ist davon auszugehen, dass hier langfristig ein höherer Absatz als vor der Pandemie realisiert werden kann.

Tablets | Boom in Deutschland 2020/2021



Source: GfK POS Tracking Retail, Deutschland

Primärer Verwendungszweck des neu gekauften Tablets



Source: gfknewron Consumer, Deutschland, 2021, Datenbasis 3000 Interviews

Bild: GfK

99 Prozent der Kunden würden Wertgarantie weiterempfehlen

Bei der jüngsten TÜV-Befragung wurden die Serviceleistungen von **Wertgarantie** mit der Durchschnittsnote 1,48 ausgezeichnet. Damit kann der hannoversche Spezialversicherer sein ohnehin schon hohes Service-Level erneut steigern.



Der Wertgarantie-Kundenservice bietet Komplettbetreuung vom Antrag bis zur Schadenabwicklung

Rund 55.000 Anrufe gehen monatlich beim Wertgarantie-Kundenservice ein. »Unser Team ist erster Ansprechpartner, das Sprachrohr vom und zum Kunden. Bei unserer Arbeit geht es darum, die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden zu erfahren und sie zufriedenzustellen«, verdeutlicht **Sebastian Scholta**, Abteilungsleiter Kundenservice. »Wir bieten einen richtig guten Service, eine komplette Betreuung von A bis Z«, sagt er selbstbewusst. Das bestätigt auch der TÜV Rheinland: Wertgarantie-Kunden haben die Serviceleistungen bei einer aktuellen Befragung mit der Note 1,48 bewertet.

Der TÜV Rheinland hatte im November 2021 mit einer repräsentativen Umfrage die Kunden aus Deutschland und Österreich um ihre Meinung zum Wertgarantie-Kundenservice gebeten. Im Gesamtergebnis bestätigten die Befragten erneut die hervorragenden Leistungen aus den Vorjahren: Rund 97 Prozent sind mit dem Kundenservice »sehr zufrieden« bzw. »zufrieden«. Und nahezu 99 Prozent der Kunden würden Wertgarantie »bestimmt« oder »wahrscheinlich« ihren Freunden und Bekannten weiterempfehlen. Dabei wird das ohnehin schon hohe Service-Niveau kontinuierlich gesteigert: Mit der aktuellen Durchschnittsnote von 1,48 hat es Wertgarantie wieder geschafft, sich im Vorjahresvergleich weiter zu verbessern (mit der Note 1,6 im Jahr 2020).

»Das Ergebnis ist natürlich super und freut uns! Wir tun, was zu tun ist und ha-

ben dabei richtig Spaß, einfach weil wir es gerne machen. Wir wollen unseren Kundinnen und Kunden weiterhelfen, wir wollen Lösungen entwickeln«, verrät Kundenservice-Abteilungsleiter Sebastian

Scholta. »Jeder unserer Mitarbeitenden kennt das gesamte Portfolio, das Wertgarantie anbietet, mit den dazu gehörigen Abläufen und Prozessen – vom Antrag bis hin zur Schadenabwicklung.«

Schadenabwicklung im Fachhandel erfüllt höchste Ansprüche

Dass die Zufriedenheit der gemeinsamen Kunden auch bei der Schadenabwicklung im Fachhandel höchste Qualitätsansprüche erfüllt, wurde ebenfalls wieder bestätigt: 96 Prozent der Befragten waren mit der Abwicklung im Fachgeschäft »zufrieden« bzw. »sehr zufrieden«. Im Vordergrund der aktuellen TÜV-Befragung zur Kundenzufriedenheit standen auch die fachliche Kompetenz, das Engagement und die Freundlichkeit der Mitarbeiter von Wertgarantie.

Zu den Serviceleistungen des Spezialversicherers gehören außerdem digitale Angebote wie das Wertgarantie-Kundenportal. Adressänderungen zum Beispiel können von den Kunden selber im Portal vorgenommen werden, dafür müssen sie nicht mehr anrufen, erklärt Sebastian Scholta: »Mit dem Chat haben die Kunden eine zusätzliche Plattform, die gut angenommen wird – oftmals ersetzt dieser Austausch das Telefonat.« Rückblickend hat sich beim Kundenservice in den vergangenen Jahren viel verändert, resümiert Scholta: »Wir beantworten nicht nur Telefonate, wir bieten einen Live-Chat, antworten auf Facebook und Instagram und haben unser Kundenportal weiterentwickelt und optimiert. Das Know-how im Team ist riesig und wir nutzen es, um gemeinsam voranzukommen.«

Fairness-Preis für Wertgarantie

Nach 2019 und 2020 zählt Wertgarantie auch 2021 erneut zu den Gewinnern des Fairness-Preises in der Kategorie Handy-/Elektronikversicherungen. Die Kür durch das Deutsche Institut für Service-Qualität und den Nachrichtensender ntv erfolgte auf Basis von 63.500 Kundenmeinungen. »Als erstes einmal sagen wir Dankeschön dafür! Zum dritten Mal hintereinander von unseren Kundinnen und Kunden ausgezeichnet zu werden, bestätigt, dass wir nicht nachgelassen haben und die Erwartungen immer noch erfüllen«, kommentiert Wertgarantie-Vorstand **Konrad Lehmann**. Untersucht wurden in der bevölkerungsrepräsentativen Befragung die Kategorien Preis-Leistungs-Verhältnis, Zuverlässigkeit, Transparenz und Weiterempfehlung – und in allen Aspekten fühlen sich Wertgarantie-Kunden gut aufgehoben. »Insbesondere das gute Abschneiden bei Transparenz und Weiterempfehlung hat uns sehr gefreut«, betont Lehmann. »In der Kategorie



Wertgarantie-Vorstand Konrad Lehmann freut sich über den Hatrick beim Fairness-Preis

Weiterempfehlung wird alles gebündelt: die Erfahrungen der Kunden hinsichtlich Produkte und Dienstleistungen als auch in Bezug auf Reaktionen bei Problemen und Reklamationen. Die Frage »Kann ich das Unternehmen ruhigen Gewissens Familienmitgliedern, Freunden oder Kollegen empfehlen?« wird anhand dieser Erfahrungen beantwortet. Die Verbraucher haben mit ihrem Feedback in der Umfrage bestätigt: Wir geben sehr viele Gründe, dass man uns gerne weiterempfeht.«

Polk Reserve Serie bestehend aus Standlautsprechern, Center- und Regallautsprechern sowie optionalem Height-Modul



50 Jahre Polk Audio

Atemberaubender Sound im eleganten Gewand

Polk Audio liefert Spitzenklang zu attraktiven Preisen: Neu im Sortiment sind die Lautsprecher der Reserve Serie. Sie adressieren preis- und qualitätsbewusste Audio-Enthusiasten, die eine solide Performance und zeitgemäßes Design schätzen.

Gegründet 1972 von **Matthew Polk** hat sich das Unternehmen als renommiertes, vielfach preisgekröntes Hersteller von Audio-Geräten einen Namen gemacht. Die Toningenieure von Polk haben proprietäre, im Consumer-Bereich neuartige Lautsprecher-Technologien entwickelt, darunter Power Port, Dynamic Balance, den Pinnacle Hochtöner und das Stereo Dimensional Array.

Polk Audio liefert Spitzenklang zu attraktiven Preisen: Kunden können aus einem breiten Portfolio wählen – von hochwertigen passiven Lautsprechern, aktiven Subwoofern, Soundbars und HiFi-Anlagen bis zu Outdoor-Lautsprechern.

Die neue Reserve Serie ist mit dem Wandler-Array ausgestattet, das Polk bereits mit der Legend Serie eingeführt hat. Dazu gehören der Pinnacle Hi-Res-Hochtöner sowie ein neuer Turbine Cone Mittel-/Tieftöner. Polk Reserve enthält außerdem zwei neue Technologien: Power Port 2.0 und X-Port (siehe Kasten). Diese Kombination ermöglicht echten Premium-Sound zu einem Bruchteil des Preises gleichwertiger Wettbewerberprodukte.

Die Lautsprecher sind in Mitternachts-schwarz erhältlich, ausgewählte Modelle sind auch in Weiß oder Walnuss lieferbar. Die Reserve Serie wurde bereits mit dem EISA Award als »bestes Heimkino Lautsprechersystem« ausgezeichnet.

Reserve Standlautsprecher

Die drei Reserve Standlautsprecher R500, R600 und R700 liefern beeindruckenden dynamischen Sound im eleganten Design,

das sich nahtlos in jedes Ambiente einfügt. In der Premium-Ausführung R700 kommt eine 3-Wege-Konstruktion mit Pinnacle Hochtöner, Turbine Cone Mitteltoner und gleich zwei 8-Zoll-Bässen zum Einsatz. Zum Aufstellen der Standlautsprecher lassen sich entweder die Füße mit Teppich-schonenden Spikes oder mit rutschfesten Gummimanschetten für Hartböden wählen. Alle Füße sind individuell höhenverstellbar, um Unebenheiten auszugleichen.

Reserve Center-Lautsprecher

Alle drei Center-Lautsprecher der Polk Reserve Serie sorgen für kristallklare und leicht verständliche Dialoge. Der schlanke und sehr elegante R350 kann nicht nur als Center-Lautsprecher, sondern je nach Bedarf auch als Frontlautsprecher für den linken oder rechten Kanal (LCR) eingesetzt werden und eignet sich ebenso für die Wandmontage. Leistungsstärkster Center-Lautsprecher der Reserve Serie ist der R400.

R200 Regallautsprecher Akustisch neutrale Lautsprecherabdeckungen bieten eine ansprechende Optik, ohne den Klang zu beeinträchtigen



Reserve Regallautsprecher

Das minimalistische Design der beiden Reserve Regallautsprecher hat ebenfalls die typischen Reserve-Merkmale zu bieten. Der R100 besticht mit atemberaubendem Sound und hoher Wertigkeit. Mit 1-Zoll Pinnacle Hochtöner und 5,25-Zoll-Turbine Cone gibt er das typische, klare und detaillierte Polk-Klangbild wieder, während das Schwestermodell R200 mit seinem 6,5-Zoll-Turbine Cone noch ein wenig tiefer spielt. Auch die Regal-Lautsprecher sind für Hi-Res-Audio-zertifiziert.

Reserve Height-Modul

Das optionale R900 Height-Modul ist perfekt auf die Serie abgestimmt und sorgt in Verbindung mit der R200 oder einem Reserve-Standlautsprecher für raumfüllenden 3D-Heimkino-Sound – ganz ohne Installation zusätzlicher Deckenlautsprecher. Das Height-Modul ist mit allen aktuellen immersiven Heimkino-Codecs vollständig kompatibel und flexibel einsetzbar. Dabei wird das R900 Höhenmodul wahlweise an der Wand montiert oder auf dem Lautsprecher platziert.

Kampagne »So klingt besser«

»Wie klingt besser?«, fragt Polk Audio in seiner aktuellen Kampagne. Verbraucher, die sich von der Polk Reserve Serie überzeugen möchten, können eine Hörprobe bei einem Fachhändler in ihrer Nähe buchen – und selber erleben: »So klingt besser« zum erschwinglichen Preis. Mehr Infos gibt es auf www.polkaudio.com oder via QR Code.



Technologien der Polk Reserve

X-Port sorgt mit einem Eigentonfilter für verzerrungsfreie Bässe und natürliche Mitten. Er besteht aus einem geschlossenen Röhrensystem, das die bei herkömmlichen Lautsprechern auftretenden Resonanzen gezielt absorbiert.

Power Port 2.0 glättet den Luftstrom beim Austritt aus dem Gehäuse. Gemeinsam mit X-Port sorgt dies für einen weichen und detaillierten Klang.

Pinnacle Tweeter: Der Hi-Res-zertifizierte Hochtöner sorgt für kristallklare Höhen ohne unerwünschte Verfärbungen oder Verzerrungen. Er wurde sowohl für die Zweikanal-Musikwiedergabe als auch für 3D-Mehrkanal-Audio etwa bei Filmen, Sportübertragungen und Videospielen entwickelt.

Turbine Cone: Der neue Konus mit Schaumstoffkern und spezieller Turbinenform gewährleistet eine natürliche Wiedergabe des Mitteltonbereichs.



Workout mit der Fitbit Charge 5 Nutzer erhalten individuelle Tagesempfehlungen, wie intensiv sie ihre Aktivitäten angehen sollen – zusätzliche Vorteile bietet Fitbit Premium

Gesundheitlicher Erfolg

Das Beste für den Körper – mit Fitbit durchs neue Jahr

Mit Neujahrsvorsätzen ins neue Jahr gestartet und es funktioniert nicht so, wie gedacht? **Fitbit** hilft Nutzern nicht nur dabei, ihre sportlichen Ziele mithilfe eines Wearables umzusetzen, sondern auch kontinuierlich ihre körperliche und mentale Gesundheit aufrechtzuerhalten. Features wie EKG-Funktion, EDA-Sensor und vor allem der Tagesform-Index unterstützen Nutzer dabei, jeden Tag zu entscheiden, was das Beste für ihren Körper ist.

Richtig trainieren, richtig regenerieren

Der Tagesform-Index ist ein Fitbit Premium-Erlebnis, das Nutzern, die ihr Fitbit-Gerät täglich tragen, jeden Morgen eine personalisierte Bewertung ihrer Tagesform liefert. Die angezeigte Punktzahl basiert auf bewährten Forschungsergebnissen und Erkenntnissen aus dem Körper, die das Fitbit-Gerät aufgrund von aufgezeichneter Aktivität, Herzfrequenzvariabilität (HRV über die gesamte Nacht) und Schlafmuster ermittelt. So erhält jeder Nutzer individuelle Tagesempfehlungen wie ein empfohlenes Aktivitätsniveau und Premium-Inhalte, um dabei zu helfen, die besten Entscheidungen für seinen eigenen Körper zu treffen.

Trainiere smarter, nicht härter

Egal wie hoch oder niedrig der Tagesform-Index ist, Fitbit Premium bietet für jede Punktzahl das richtige Workout. Ob einfaches Yoga oder Atemübungen bei einer niedrigen Punktzahl oder ein intensives

HIIT-Workout, bei dem der Nutzer mit einer guten Tagesform alles geben kann – bei Fitbit Premium ist für jeden Nutzer etwas dabei.

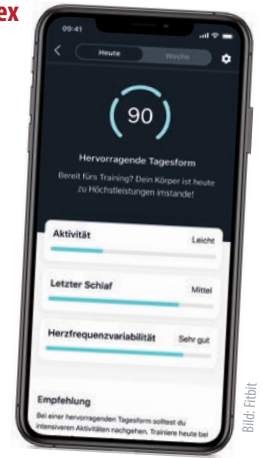
Personalisiert

Eine Premium-Mitgliedschaft bietet aber nicht nur Fitbit-Audio- und Video-Workouts sowie Achtsamkeitsinhalte, die der Nutzer basierend auf seinem Tagesform-Index auswählen kann – Fitbit Premium-Mitglieder erhalten auch einen Einblick in das Gesundheits-Dashboard sowie Schlaf- und Stressindex, um einen ganzheitlichen Blick auf die Gesundheit und das Wohlbefinden an jedem Tag zu erlangen. So kann jeder Nutzer intelligenter trainieren und besser Stress bewältigen, schlafen und sich gesund ernähren.



Michael Maier

Tagesform-Index
für Nutzer des
Abodienstes
Fitbit Premium



Weitere Vorteile

Neben der tiefgehenden, individuellen Analyse wichtiger Körperfunktionen stellt Fitbit Premium auch personalisierte Ernährungsempfehlungen bereit. Auf Wunsch können Nutzer ihre Freunde zu Fitness-Wettkämpfen einladen oder gemeinsam im Team an anpassbaren Challenges wie zum Beispiel Fitnessbingo arbeiten. Zugriff auf all diese Features bietet die 90-tägige kostenlose Fitbit Premium-Testversion. Danach lässt sich der Dienst für 8,99 Euro monatlich bzw. 79,99 Euro im Jahresabo nutzen. Vom reinen Erfassen der Daten zu personalisierten Empfehlungen: Fitbit »mutiert« damit zum Personal Trainer am Handgelenk.

Fitbit Charge 4 war meistverkauftes Wearable im Jahr 2021

Grund zur Freude gibt es auch in Bezug auf den Abverkauf der Fitbit-Produkte im Jahr 2021. So konnte Fitbit laut einem unabhängigen Marktforschungsinstitut (erneut) mit der Charge 4 das meistverkaufte Wearable des Jahres 2021 stellen. Mehr als 160.000 Geräte wurden allein von diesem Artikel in Deutschland verkauft. Weiterhin – und gerade auch wegen des starken Wettbewerbs mehr als eine Erwähnung wert – ist die Tatsache, dass sich Fitbit mit drei Produkten in den Top 10 der meistverkauften Wearables in Deutschland positionieren konnte.

»Wir wollen Menschen helfen, ein gesünderes Leben zu führen«

Fitbit bleibt also sehr erfolgreich im weiterhin wachsenden Markt für Wearables. »Wir freuen uns sehr über dieses Ergebnis und das damit verbundene, offensichtliche Vertrauen unserer gemeinsamen Endkunden in die Marke Fitbit«, kommentiert **Michael Maier**, Head of Fitbit Central Europe bei Google. »Das Thema Gesundheit ist ein omnipräsentes Thema und das Interesse der Menschen an Produkten und Diensten, um die eigene Gesundheit und das eigene Wohlbefinden zu verbessern, sind wohl eines der Top-Themen in den kommenden Jahren. Mit unserer Lösung aus Hardware und unserem Dienst Fitbit Premium decken wir diesen Bedarf passgenau ab. Aus diesem Grund freuen wir uns auch 2022, weiter an unserer Mission arbeiten zu können: den Menschen zu helfen, ein gesünderes Leben zu führen.«

Doro verbindet Generationen

Bei **Doro** weht ein frischer Wind, speziell am deutschen Markt. Mit dem Ausbau der Produktrange und neuen, innovativen Ideen möchte der Spezialist für seniorengerechte Telekommunikationslösungen den besten Full-Service aus einer Hand anbieten.

Während der Anteil der über 65-Jährigen in der Bevölkerung steigt, werden die Senioren immer aktiver. Diese Altersgruppe verfügt über ausreichend Ressourcen, um daraus Lebenslust zu schöpfen. Gleichzeitig werden Senioren immer digitaler und damit auch mutiger. Ist diese Hürde genommen (meistens die Angst vor der Überforderung mit der Technik), werden schnell die Vorteile wertgeschätzt. Vor der Smartphone-Kaufentscheidung verlässt sich ein Großteil der Senioren auf die Meinung ihrer Familie, Kinder oder Enkelkinder, da diese sich mit technischen Gegebenheiten meist besser auskennen.

Doro liegt es am Herzen, dass Senioren ihr Leben weiterhin in vollen Zügen genießen können und ihre Angehörigen sie sicher wissen – ein sorgenfreies Leben für alle Beteiligten. »Durch unsere Produkte und Service-Dienstleistungen geben wir sowohl Senioren als auch ihren Angehörigen ein besseres Lebensgefühl und machen deren Leben leichter«, unterstreicht



Michael Rabenstein

Michael Rabenstein, Geschäftsführer und Regional Manager von Doro DACH.

Der Trend zu Senioren-Smartphones hält weiter an: 2021 hat sich der Markt zum Vorjahr fast verdoppelt (91 Prozent). Dabei hält Doro in Deutschland einen Anteil von 27,4 Prozent und konnte trotz aller Herausforderungen, auch aufgrund der Coronapandemie, die Marktführerschaft behaupten. Gerichtet an die Handelspartner sagt Michael Rabenstein »danke für ein erfolgreiches Jahr 2021 und das entgegengebrachte Vertrauen.«

Neue Markenpositionierung

Zuletzt hat die Doro Deutschland GmbH ihren Schwerpunkt u.a. auf die Reorganisation der Vertriebs- und Marketingstruktur gelegt und startet mit einer gestärkten Vertriebsmannschaft ins neue Jahr. Doro hat zudem eine neue Brand- und Produktpositionierung erarbeitet, die 2022 umgesetzt wird. Dazu wurde **Sandra Zissel** als neue Marketingverantwortliche an Bord geholt. »Die Welt ist im Wandel, Systeme sind im Wandel und der Mensch ist im Wandel«, so Sandra Zissel. »Die Pandemie hat das Einkaufsverhalten grundlegend verändert. Mit »Buy on demand« entscheiden die Menschen, wann, wo und

wie sie einkaufen. Hierfür sind wir bei Doro gerüstet und werden die gesamte Bandbreite der möglichen Einkaufskanäle in die neue Brand- und Product-Welt integrieren.«

»Bei Doro tut sich 2022 einiges, und wir werden den Markt mit innovativen Ideen überraschen«, erklärt Michael Rabenstein. »Gemäß den Bedürfnissen unserer Kunden werden wir die Produktrange kontinuierlich weiterentwickeln und auch in neue Richtungen denken, denn Doro sieht die Welt mit den Augen von Senioren und ihren Angehörigen. Dabei ist unser Ziel ganz klar: der beste Kundenservice, das beste Produktangebot und die besten Service-Dienstleistungen – eben der beste Full-Service aus einer Hand vom Spezialisten für seniorengerechte Telekommunikationslösungen.«

Doro ist ein schwedisches, börsennotiertes Unternehmen. Schon seit der Gründung im Jahr 1974 hat man den Fokus zu 100 Prozent auf die Entwicklung von innovativen Telekommunikationsprodukten und Dienstleistungen für die älteren Generationen gelegt. Entsprechend ist die komplette Unternehmens-DNA auf die Zielgruppe der Senioren ausgerichtet. In Deutschland läuft der exklusive Vertrieb der Doro-Produkte bereits seit längerer Zeit über die IVS GmbH mit Sitz in Amberg. 2013 wurde die IVS an die Doro Gruppe verkauft und Anfang 2021 eine vollständige Integration der IVS-Organisationsstruktur in eine neue Doro DACH-Region angestoßen.



Sandra Zissel

HELPERLINE

Technikservice hilft im Umgang mit digitalen Geräten

Doro bietet mit seinen Smartphones für Senioren viele Erleichterungen im Alltag. Doch es gibt immer wieder Situationen, in denen es bei technischen Fragen zu Herausforderungen kommt. Deshalb unterhält Doro für die DACH-Region eine exklusive Kooperation mit dem Service von HELPERLINE. Das Unternehmen bietet Unterstützung bei allen technischen Herausforderungen an: per Fernwartung oder auch mit dem persönlichen Besuch zu Hause durch versierte Technikspezialisten. Die passgenauen Angebote gehen voll und ganz auf die Bedürfnisse der Senioren und ihrer Angehörigen ein. Die Lösungsquote von HELPERLINE liegt bei fast 100 Prozent und 98,4 Prozent zufriedene Kunden vergeben die Bestnote.



Bild: Doro

Response by Doro

Hilfe ist nur einen Tastendruck entfernt

Mit der kostenfreien App Response by Doro ist das persönliche Sicherheitsnetz der Senioren immer in der Nähe: Ein Tastendruck genügt, um die Liebsten im entscheidenden Moment zu kontaktieren. Kunden können selbst wählen, wer bei Bedarf kontaktiert werden soll. Hierfür können bis zu fünf Personen definiert werden. Auch ein Fernzugriff auf das Seniorenhandy ist möglich.

EVA-Schnittstelle

Anwenderfreundliche Bedienoberfläche

EVA ist eine patentierte, vereinfachte Bedieneroberfläche für Senioren. Bei der Inbetriebnahme eines Smartphones wird der Nutzer durch alle Schritte geführt. Auf dem Startbildschirm organisiert EVA die am häufigsten verwendeten Funktionen mithilfe weniger Symbole: Anrufen, Anzeigen, Senden, Hinzufügen, Suchen und Einstellen. EVA ist auf den Doro-Smartphones 8080 und 8050 sowie einigen 4G-Feature-Phones verfügbar.



Bild: Doro

EVA
Unsere
anwenderfreundliche
Schnittstelle



Herr Kinne, was zeichnet die Produkte von PanzerGlass aus?

Ob Smartphones, Laptops, Tablets, Smartwatches, Displays im Auto, auf dem Motorrad oder auf dem Fahrrad – mit dem umfassenden und immer weiterwachsenden Produktportfolio können Nutzer praktisch alle Geräte an der Oberfläche schützen, worauf es im Kern ankommt. Dabei setzen wir auf unsere Kernmerkmale – eine unschlagbare Härte und Festigkeit in Kombination mit einer qualitativ hochwertigen Beschichtung. Zusätzlich überzeugen wir mit einer enormen Innovationskraft: Die Reinigungslösung »SPRAY Twice A Day« eliminiert nicht nur Bakterien und reinigt die Display-Oberflächen von Schmutz, sondern ist jetzt auch gegen Viren wie dem aktuellen Corona-Virus wirksam. Außerdem wurde das Graphic Paper® für das iPad, das speziell entwickelt wurde, um die Textur von Papier nachzuahmen, und sich besonders für kreative Arbeiten eignet, mit dem CES Innovation Award ausgezeichnet. Das macht stolz und zeigt: PanzerGlass™ arbeitet stetig daran, seine Produkte weiterzuentwickeln und für die Kunden neue Lösungen zu schaffen.



Das »SPRAY Twice A Day« reinigt die Display-Oberfläche von Smartphone oder Tablet und eliminiert Keime wie das Corona-Virus

PanzerGlass™

Überlegener Displayschutz für elektronische Geräte

Schon 2013 brachte das dänische Start-up **PanzerGlass™** seine einzigartigen Glasprodukte für den Schutz von Displays mobiler Endgeräte auf den Markt und leitete damit eine Revolution im Displayschutz ein. Heute ist PanzerGlass™ zum globalen Unternehmen mit über 170 Mitarbeitern in 73 Ländern gewachsen. **Oliver Kinne**, Retail Sales Director Western Europe bei PanzerGlass™, stellt das Portfolio und die Vorteile einer Partnerschaft vor.



Oliver Kinne

Wie gehen Sie das Thema Nachhaltigkeit an?

Im Grunde ist PanzerGlass™ doppelt gut in seinem Ansatz: Neben der hohen Produktqualität setzt PanzerGlass™ auch auf Nachhaltigkeit. Denn über Langle-

bigkeit der Produkte freuen sich nicht nur die Nutzer, sondern auch unser Planet. Der Schutz von elektronischen Geräten und eine möglichst lange Lebensdauer tragen zu einem optimierten und nachhaltigeren Produktlebenszyklus bei und je weniger Geräte aufgrund eines beschädigten Displays weggeworfen werden, umso weniger Ressourcen werden für die Herstellung neuer Geräte genutzt. Dabei setzt PanzerGlass™ vermehrt auf den Einsatz von recycelten und recycelbaren Materialien und verzichtet im Hinblick auf die neue FSC-zertifizierte Verpackung weitgehend auf Plastik.

»Wir bieten Online- oder Live-Trainings für Verkaufspersonal durch unsere Store Trainer, individuelle und aufmerksamkeitsstarke Instore-Präsentationslösungen sowie starken und vielfältigen digitalen Content«

Oliver Kinne, Retail Sales Director bei PanzerGlass™

Und was bedeutet das für Ihre Partner? Wie können Händler von einer Zusammenarbeit profitieren?

Wir bei PanzerGlass™ sorgen für eine starke Partnerschaft mit unseren Handelspartnern. Denn Umsatz generiert sich nicht von allein, sondern ist das Ergebnis vieler



Das **Graphic Paper®** für iPad ahmt die Textur von Papier nach – ideal für die kreative Arbeit sowie für die Schule, um Notizen zu schreiben oder zum Skizzieren und Zeichnen

verschiedener Aspekte, dazu gehört auch eine vertrauensvolle Zusammenarbeit. Mit PanzerGlass™ als verlässlichen Partner an der Seite profitieren unsere Kunden nicht nur von einer differenzierten, umfangreichen Produktpalette mit patentierten Speziallösungen für nahezu jeden Nutzer und Anwendungsbereich, sondern auch von einer umfassenden Marketing- und Vertriebsunterstützung – und zwar gleichermaßen on- und offline. So bieten wir Online- oder Live-Trainings für Verkaufspersonal durch unsere Store Trainer, individuelle und aufmerksamkeitsstarke Instore-Präsentationslösungen sowie starken und vielfältigen digitalen Content. Wettbewerbsfähige Zahlungs- und Lieferbedingungen und adäquat geschnürte Pakete für den Warenkorb am POS wie auch für den Online-Handel runden das Angebot ab und helfen, den Umsatz zu steigern.

Was ist ihre Vision von PanzerGlass™?

Unser Ziel bei PanzerGlass™ ist es, Displayschutzlösungen anzubieten, die für alle elektronischen Geräte und in jeder Lebenslage den besten Schutz bieten. So arbeiten wir für unsere Kunden und Partner stetig an neuen Innovationen – mit dem Ziel, Geräte und Kunden noch besser zu schützen und unseren Beitrag für mehr Langlebigkeit zu leisten.

Objet TV und StanbyME

LG präsentiert eigenes Lifestyle-TV-Sortiment

Auf der CES 2022 hat LG ein Lifestyle-TV-Sortiment vorgestellt, bestehend aus dem Objet TV (Modell 65Art90) und dem StanbyME (27Art10). Ob und wann die Fernseher auch in Deutschland in den Handel kommen, steht zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht fest. Der Objet TV ist ein 65 Zoll großer OLED evo TV, der sich per Knopfdruck an unterschiedliche Nutzerbedürfnisse anpasst, indem die Stoffabdeckung je nach Bedarf angehoben oder gesenkt wird (Full-View- und Line-View-Modus). Der kabellose StanbyME lässt sich auf einem beweglichen Standfuß frei bewegen, der integrierte Akku hält bis zu drei Stunden durch. Das 27-Zoll-Display hat die ideale Größe für Filme, Fernsehsendungen und Streaming-Inhalte, aber auch Video-Konferenzen oder Online-Vorlesungen in der Uni.



Bild: LG Electronics



Bild: Samsung Electronics

The Freestyle Tragbarer Projektor

Der kompakte Samsung-Projektor, ab Mitte Februar verfügbar, adressiert insbesondere jüngere Nutzer. The Freestyle ist gleichzeitig Projektor, Lautsprecher und Ambient-Lighting-Gerät. Bei einem Gewicht von 830 Gramm kann es fast jeden Raum in eine Projektionsfläche verwandeln. Der um bis zu 180 Grad drehbare Standfuß ermöglicht Videoprojektion bis zu einer Größe von 100 Zoll aus verschiedenen Positionen – ob vom Tisch oder Boden, an Wänden oder an der Decke. Auto Keystone und Auto Levelling passen das Bild automatisch an Oberfläche und Projektionsumgebung an. Zur weiteren Ausstattung zählen Streaming-Dienste sowie Mirroring- und Casting-Funktionen für Smartphones.

Bravia XR

Sony Mini-LED- und OLED-Fernseher für 2022

Auf der CES gab Sony einen Ausblick auf sein 2022er TV-Portfolio. Die Preise und Einführungsstermine stehen derzeit noch nicht fest. Im Einzelnen handelt es sich um diese Modellserien: 8K Mini-LED-Fernseher der Master Series Z9K (siehe Bild), OLED-TVs der Master Series A95K und A90K, OLED-TVs A80K sowie 4K Mini-LED-TVs X95K, X90K, X85K und X80K. Gestützt auf den Cognitive Processor XR ermöglicht XR Backlight Master Drive bei den Serien Z9K und X95K eine präzise Steuerung der Mini-LED-Hintergrundbeleuchtung mit herausragender Helligkeit. »Das Ergebnis ist ein nie dagewesener Dynamikbereich mit strahlenden Lichtern, beeindruckend tiefen Schwarztönen und herrlich realistischen Mitteltönen nahezu ohne Lichtreflexionen oder Halo-Effekte«, heißt es bei Sony.

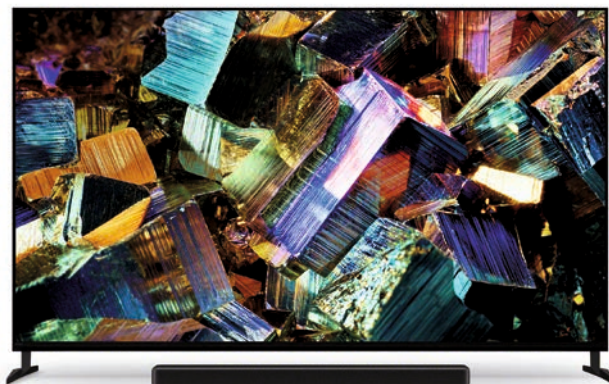


Bild: Sony



Bild: XGIMI

Aura und Halo+

Kompakte Heimkino-Projektoren von XGIMI

Die XGIMI-Produkte werden in Deutschland von Aqipa distribuiert. Auf der CES zeigte der chinesische Hersteller einen neuen Laserprojektor. Der XGIMI Aura (UVP: 2.499 Euro) wirft dank Ultra-Short-Throw-Technologie aus 20 cm Entfernung ein 4K-Bild von 100 Zoll an die Wand. In Kombination mit vier 15 Watt Harman Kardon Lautsprechern mit Dolby-Audio-Unterstützung und einer Helligkeit von 2.400 ANSI Lumen sorgt dies für eindrucksvolles Heimkino. Außerdem stellt das Unternehmen den weiterentwickelten XGIMI Halo+ vor (UVP: 849 Euro). Dieser kompakte Projektor erreicht eine Helligkeit von bis zu 900 ANSI Lumen, was das Bild in weniger dunklen Umgebungen verbessert.

Neues Panasonic OLED-Flaggschiff: Prächtige Bühne für das Heimkino

Panasonic kündigt die Markteinführung seines neuen OLED-Flaggschiffs für Sommer 2022 an. Der LZW2004 besticht durch akkurate Farbwiedergabe und nochmals optimierte Helligkeit. Für packenden Sound sorgen Front-Firing-Lautsprecher.



Panasonic LZW2004 mit neuem Master OLED Pro Panel: Fein-Tuning nach Hollywood-Standards

Die LZW2004-Serie wird in 55, 65 und erstmals in 77 Zoll angeboten. Alle drei Größen verwenden das neueste Master OLED Pro Panel, das durch verbesserte Bildverarbeitung enormen Detailreichtum und noch mehr Helligkeit liefert. Zudem unterstützt die LZW2004-Serie eine Vielzahl von HDR-Formaten, darunter Dolby Vision IQ, Dolby Vision, Filmmaker Mode, HDR10+ Adaptive sowie das Fotoformat HLG Photo.

Bestes Bild zu jeder Tageszeit

Dank einer automatischen AI-Genre-Erkennung bietet der OLED TV stets eine optimale Bild- und Tonqualität – unabhängig von der Art des Inhalts sowie in jeder Umgebung und zu jeder Tages- und Nachtzeit. Die neuen Sensoren basieren auf dem im letzten Jahr eingeführten Auto AI-Modus von Panasonic, der mithilfe von Künstlicher Intelligenz die wiedergegebenen Inhalte in Echtzeit erkennt. Bild und Ton werden entsprechend angepasst: »Wird beispielsweise ein hochwertig produzierter Hollywood-Film abgespielt, versetzt der LZW2004 seine Benutzer praktisch in ein Kino«, so die Aussage von Panasonic. Läuft eine Live-Übertragung der Fußball-Weltmeisterschaft in Katar, wird das Wohnzimmer zum virtuellen Stadion.

Dolby Atmos und zielgenauer Klang

Auch klanglich kann der neue OLED TV überzeugen. Zusätzlich zu 360°-Soundscape bietet der LZW2004 direktionalen Sound für Dolby Atmos. Durch mehrere nach oben, seitlich und nach vorne abstrahlenden Lautsprecher wird eine räumliche Klangbühne reproduziert. Mehrere in Reihe angeordnete Array-Lautsprecher befinden sich hinter dem Frontgitter. Vorteile sind unter anderem eine breitere Klangbühne mit einem auf den Zuhörer ausgerichteten Sound.

Über die Benutzeroberfläche ist es möglich, die Lautstärke in verschiedenen Bereichen des Wohnraums einzustellen. Mit dem Pinpoint-Modus kann der Ton auf einen bestimmten Punkt gelenkt werden, während der Area-Modus den Ton zu einer Gruppe von Personen in einem bestimmten Bereich im Raum verschieben kann. Der Spot-Modus erhöht die Lautstärke für eine eng begrenzte Stelle. Die ausgerichtete Tonwiedergabe erschließt einige Vorteile: So können z.B. Eltern mit kleinen Kindern, die auf einer Seite des Zimmers hinter einer Wand schlafen, den Schall von sich weglenken, damit die Kinder ruhig schlafen können, während die Eltern lauter hören. Oder es lässt sich speziell für einen schwerhörigen Zuschauer in einer Gruppe die Lautstärke erhöhen.

Penta-Tuner mit Twin-Funktion

Auch beim LZW2004 setzt Panasonic den Penta-Tuner mit Twin-Funktion ein. Dieser Tuner ist für alle denkbaren TV-Empfangswege geeignet, eine externe Set-Top-Box (die beispielsweise nach einem Umzug nötig wäre) wird nicht mehr gebraucht. Zusätzlich kann ein Programm live geschaut werden, während ein zweites auf eine verbundene externe USB-Festplatte aufgezeichnet wird. Ebenfalls vorhanden sind zwei CI-Slots für Pay-TV.

TV>IP Server & Client und IPTV

Mit dem bereits seit Jahren bei Panasonic eingesetzten TV>IP Server & Client wird das TV-Programm über das Heimnetz oder Internet empfangen, so dass man den Aufstellort des Fernsehers unabhängig vom Antennenanschluss wählen kann. Lediglich eine Steckdose und ein Netzwerkzugang per LAN oder kabellos per WLAN sind notwendig. Eine weitere Möglichkeit des TV-Empfangs ist IPTV, per Streaming aus dem Internet.

Verbesserte Gaming Experience

Das neue Feature »Game Control Board« sammelt alle relevanten Spieleinstellungen und Informationen und präsentiert sie als Overlay über dem Spiel – so dass Gamer ein Spiel nicht verlassen müssen, um darauf zuzugreifen. Zudem lässt es sich dem frei programmierbaren Fernbedienungsknopf »my App« zuweisen. Über den »Dark Visibility Enhancer« lassen sich schwarze Teile dunkler Szenen in der Helligkeit anpassen. »HDR Tonemap« zeigt die entsprechenden Einstellungen. Ebenso lässt sich der Anzeigemodus in Echtzeit ändern. Weitere neue Funktionen sind der »SPD Auto Game Mode«, eine automatische Erkennung von HDMI-2.1-kompatiblen, 4K HFR/VRR-unterstützenden Nvidia-Grafikkarten (z.B. RTX30-Serie). Des Weiteren wurde der Input-Lag für 60-Hz-Spiele weiter reduziert, die von den meisten Spielekonsolen durch den neuen »60-Hz-Refresh-Modus« unterstützt werden. Hinzu kommen wichtige HDMI-2.1-Funktionen wie High Frame Rate (HFR) und Variable Refresh Rate (VRR) bei 120 Hz in voller 4K-Auflösung.

My Home Screen 7.0

Die neueste Version von Panasonics Smart-TV-Betriebssystem unterstützt alle wichtigen Video-Streaming-Dienste und kann über »myScenery« erholsame Bilder, Videos und Naturgeräusche wiedergeben. In Zusammenarbeit mit dem Deutschen Blinden- und Sehbehindertenbund wurde zudem die Barrierefreiheit für sehbehinderte Menschen verbessert. Ein neues Eingabehilfe-Menü bietet nützliche Funktionen wie Sprachsteuerung, Audiobeschreibungen, Audiodialog-Verbesserung oder Untertitel für Hörgeschädigte.

Jabra Elite 4 Active

True Wireless für den aktiven Lebensstil

Mit einem attraktiven Preis macht dieser Ohrhörer die sportliche Elite-Active-Reihe einem breiteren Publikum zugänglich, das gleichzeitig einen aktiven Lebensstil pflegt – einschließlich Yoga, Boxen oder Joggen. Dabei vereinfacht Google Fast Pair die Bedienung, denn die Elite 4 Active verbinden sich beim Einschalten automatisch mit einem Android-Gerät. Unterstützt wird außerdem die Spotify-Tap-Wiedergabefunktion, um schnell auf die eigene Musik zu zugreifen. Zudem sind die Kopfhörer für Amazon Alexa zertifiziert. ANC blendet Geräusche aus, beispielsweise im Fitnessstudio. Die Ohrhörer sind dank IP57-Zertifizierung auch wasser- und schweißbeständig. Das Athleisure-Design garantiert einen sicheren Sitz, der auch beim Training guten Halt bietet.



Predator Triton 500

Gaming-Notebook mit viel Grafik-Power

Acer kündigt die Neuauflage seiner Gaming-Notebook-Serien Predator Triton 500 SE, Predator Helios 300 und Acer Nitro 5 für Februar bzw. März an. Die Notebooks sind mit neuesten Intel Core-Prozessoren der 12. Generation und Grafikoptionen der Nvidia GeForce RTX 30er Serie ausgestattet. Predator Triton 500 SE wurde für die kombinierte Nutzung für Arbeit und Gaming konzipiert. Zur genannten Grafik-Performance kommt ein 32-GB-Speicher mit 5.200 MHz hinzu. Aktuelle Spieltitel laufen damit vollkommen ruckelfrei. Mit 19,9 mm an der dünnsten Stelle passt das Notebook in fast jede Tasche, während bis zu 2 TB Hochgeschwindigkeits-PCIe Gen4-SSDs umfangreichen Platz für Spiele und Dateien bieten.

Aonic 40

Schlanker Over-Ear-Kopfhörer von Shure

Der faltbare Kopfhörer ist in Weiß und Schwarz für 249 Euro (UVP) erhältlich. Gefertigt aus hochwertigen Materialien wie glasfaserverstärktem Nylon und einer Aluminiumlegierung in Flugzeugqualität, bietet der Aonic 40 damit guten Tragekomfort und lange Lebensdauer. Nutzer können zwischen drei ANC-Modi wählen und so alle Umgebungsgereusche ausblenden. Dank der Dual-Beamforming-Mikrofone und dem Dual-USB-Audiomodus lassen sich Videokonferenzen und Telefonate in herausragender Audioqualität durchführen. Der Kopfhörer besitzt bis zu 25 Stunden Akkulaufzeit bei aktiviertem ANC. Von Vorteil ist auch die Schnellladefunktion (15 Minuten Laden für 5 Stunden Wiedergabe).



vivomove Sport

Elegante Hybrid-Smartwatch von Garmin

Die vivomove Sport verfügt über analoge Uhrenzeiger, die auf Antippen oder per Gestensteuerung einen versteckten Touchscreen freigeben. Die Smartwatch bietet eine Reihe von Gesundheits- und Fitness-Tools, darunter die Energiereserven-Überwachung Body Battery und Sport-Apps mit GPS-Tracking via Smartphone. Die Messung von Herzfrequenz, Atemfrequenz, Stresslevel und Sauerstoffsättigung sowie ein Wasserkonsum-Tracker ermöglichen ein besseres Verständnis für die Vorgänge im Körper. Zudem ist ein Menstruations- und Schwangerschaftstracking enthalten. Garmin offeriert die vivomove Sport in Mint/Silber, Mokka/Perlgold, Elfenbein/Perlgold und Schwarz/Schiefer zu einer UVP von 179,99 Euro.



JBL Quantum TWS Ohrhörer für Gamer mit Surround-Sound

Bild: Harman

Harman Consumer Audio

Neu von JBL: Kopfhörer und Speaker

Auf der CES hat **Harman** einen Ausblick auf die neuen Produkte für 2022 gegeben, darunter die ab Frühjahr erhältlichen True-Wireless-Ohrhörer JBL Live Pro 2 und Neues zur JBL Quantum-Serie für Gamer. Weitere JBL-Neuheiten zu portablen Speakern und Partyboxen kommen ab Sommer auf den Markt.

Speziell an Gamer richtet sich die JBL Quantum-Serie. Als Ergänzung zum Zocken oder für die Produktion von Podcasts und Gesprächen präsentiert sich das USB-Doppelkondensator-Mikrofon JBL Quantum Stream. Für die Sprachaufnahme stehen verschiedene Muster zur Auswahl, ebenso eine schnelle Mute-Option. Erstmals gibt es für diese Produktserie außerdem ab Frühjahr einen True-Wireless-Ohrhörer: Der JBL Quantum TWS verbindet räumlichen Surround-Sound mit True Adaptive Noise-Cancelling und Ambient-Aware-Funktionen. Mit JBL Quantum 810 und JBL Quantum 610 (UVP: 179 bzw. 149 Euro) werden ferner zwei neue Over-Ear-Kopfhörer für Gamer angeboten.

Mit dem JBL Quantum Stream (UVP: 99 Euro) ist man dank des 2 x 14-mm Dual Capsule-Elektret-Kondensators mit einer Abtastrate von 24 Bit und 96 kHz laut und deutlich zu hören. Zwei wählbare Sprachaufnahmeprotokolle erlauben es, die Aufnahme des Mikrofons auf die Stimme des Sprechers zu fokussieren oder die Stimmen aller im Raum zu erfassen. Dies bietet sich zum Beispiel bei der Aufnahme von Podcasts oder Gruppengesprächen an. Durch Antippen der oberen Taste wird das Mikrofon stummgeschaltet. Eine RGB-Anzeige erleichtert die Bedienung. Mit einem Ständer lässt sich das Mikrofon einfach aufstellen.

JBL Quantum TWS (UVP: 149 Euro) gibt realistischen Surround-Sound wieder. Mit True Adaptive Noise-Cancelling und Ambient-Aware-Funktionen zur Kontrolle von Außengeräuschen und zur Minimierung von Ablenkungen wird das Gaming-Erlebnis akustisch untermalt. Der mitgelieferte USB-C-Dongle garantiert für PC, Mac,

PlayStation, Nintendo Switch und unterstützten Mobilgeräten eine stabile Verbindung mit geringer Latenz. Zudem werden zwei Verbindungen gleichzeitig unterstützt, sodass Spieler eine Verbindung zu ihrem bevorzugten Gaming-Gerät über den USB-C-Dongle und eine Bluetooth-Verbindung zu einem Mobilgerät herstellen können. Damit verpassen sie auch im Spiel keinen Anruf. Das leichte Design unterstützt lange Gaming-Sessions, hinzu kommt die IPX5-Schweißresistenz.

JBL Live Pro 2



Bild: Harman

Die kabellosen In-Ear-Kopfhörer JBL Live Pro 2 bieten eine längere Akkulaufzeit von bis zu zehn Stunden und sechs Mikrofone für noch bessere Gesprächsqualität. Zudem verfügen die True Wireless über 11-mm-Treiber in einem Stick-Design mit ovalen Hörkanälen, was eine verbesserte Audio-Qualität ermöglichen soll. Dank True Adaptive Noise-Cancelling mit Smart Ambient lässt sich die Stärke der Hintergrundgeräusche einstellen. Die Freisprechunterstützung und die spezielle JBL Kopfhörer-App ermöglichen den Zugriff auf bevorzugte Sprachassistenten (Amazon Alexa oder Google Assistant). Dank Schutzklasse IPX5 sind die Ohrhörer wasserdicht und schweißfest, was sie ideal für

Outdoor-Aktivitäten oder Jogging macht. Durch 15 Minuten Schnelladen lassen sich vier Stunden Musikwiedergabe erzielen. Ebenfalls unterstützt wird Dual Connect + Sync mit Google Fast Pair und Qi-kompatiblem Laden. JBL Live Pro 2 ist ab Frühjahr in umweltfreundlicher Verpackung für 179 Euro (UVP) verfügbar.

JBL Pulse 5

Ab Sommer erhältlich ist der tragbare Bluetooth-Speaker JBL Pulse 5 (UVP: 249 Euro) mit 360-Grad-Sound und einer elektrisierenden Lichtshow. Dank verbesserter IP67-Zertifizierung und Unterstützung für Bluetooth V5.3 bietet die Neuauflage noch mehr Flexibilität und Möglichkeiten. Zudem sind 12 Stunden Wiedergabezeit mit einer einzigen Akkulaufzeit möglich. Mit der JBL PartyBoost-Funktion kann der Speaker kabellos mit anderen kompatiblen Lautsprechern verbunden werden. Über die JBL Portable App lassen sich Farben und Effekte auswählen, die zu der jeweiligen Stimmung passen.



Bild: Harman

JBL BoomBox 3

Die JBL BoomBox in der dritten Auflage (UVP: 549 Euro) überzeugt mit kraftvollem Sound. Dafür sorgt ein 3-Wege-Lautsprechersystem, das aus einem Race-track-Subwoofer, zwei Mitteltönern und zwei Hochtönern besteht. Mit 24 Stunden Wiedergabezeit kann der JBL Original Pro Sound jede Party von Sonnenaufgang bis Sonnenuntergang zum Beben bringen. Dank IP67-Klassifizierung für Wasser- und Staubschutz ist der Lautsprecher für nahezu alle Wetterbedingungen gerüstet, mithilfe der robusten Metallbügel lässt er sich angenehm transportieren. Ebenfalls an Bord ist eine integrierte Powerbank, um Mobilgeräte aufzuladen. Über die PartyBoost-Funktion können weitere kompatible Lautsprecher verbunden werden.



Bild: Harman

JBL PartyBox Encore

Der ebenfalls ab Sommer verfügbare Party-Lautsprecher bietet satte 100 Watt Leistung, eine charakteristische Lichtshow und bis zu zehn Stunden Laufzeit. Die Wiedergabe erfolgt via Bluetooth oder USB, Aux-Eingänge bieten zusätzliche Flexibilität. Und dank des mitgelieferten Mikrofons sind lustige Sing-Offs und Karaoke-Einlagen möglich.



Bild: Xiaomi

Xiaomi

Smarte Produkte fürs Home Office

In der Pandemie sind Millionen Beschäftigte ins Home Office gewechselt. Für das Arbeiten zu Hause benötigen sie das richtige Equipment. Von **Xiaomi** gibt es unter anderem Desk Lamps, Monitore und Mesh Router für ein schnelles Heimnetz.

Eine umfassende und professionelle Ausleuchtung des Schreibtisches bieten die Desk Lamps von Xiaomi. Die Mi Smart Led Desk Lamp Pro lässt sich flexibel im Lichtwinkel einstellen, so dass der Nutzer nicht geblendet wird. Zudem sorgt die Vermeidung von blauem Licht für besseren Augenschutz. Helligkeit und Farbtemperatur von 2.500 bis 4.800 K lassen sich (auch über Sprachsteuerung) stufenlos anpassen. Der verstellbare Arm verfügt über einen großen Bewegungsradius.



Ein weiteres Produkt, die Mi LED Desk Lamp 1S, verbreitet einen hellen Lichtstrom, außerdem entspricht das Licht

dem in medizinischen Umgebungen verwendeten Standard. Es gibt vier Beleuchtungsmodi, jeder Modus bietet zusätzlich Schutz für die Augen. Im Fokusmodus gibt die Schreibtischleuchte einen »Atemrhythmus« vor, um den Nutzer daran zu erinnern, Pausen zu machen. Dies steigert die Produktivität und schont die Augen.

Der Mi Router AX9000 (Bild oben rechts) auf Basis von Tri-Band WiFi 6 ist mit einem Qualcomm Hexa-Core-Prozessor ausgestattet. Er wurde für das vernetzte Zuhause und als Plattform für digitale Unterhaltung entwickelt. Mit einem 4-GHz- und zwei 5-GHz-Bändern ermöglicht der Router unterbrechungsfreies Gaming, selbst wenn mehrere angeschlossene Geräte gleichzeitig mit Strom versorgt werden. Mit Geschwindigkeiten von bis zu 8.354 Mbit/s erfüllt er alle Anforderungen, die im Home Office auftreten. Der Router ermöglicht Downloads mit hoher Bandbreite und gleichzeitig 4K-Streaming ohne Ruckeln. Dank einer speziellen AIoT-Antenne lassen sich Smart Devices im Netzwerk schnell verbinden und verwalten.

Die Mi Computer Monitor Light Bar bietet zusätzliche Beleuchtung für den Bildschirm. Der Aufsatz nimmt wenig Platz ein und kann durch einen Magneten leicht gedreht werden. Mehrere voreingestellte Modi passen das Licht an die jeweiligen Anforderungen an. Da mit dem Licht keine Spiegelung am Monitor entsteht, ermüden die Augen nicht so schnell.



Bild: Xiaomi

Der Mi 2K Gaming Monitor 27" stellt Details auf dem 2560 x 1440 QHD-Bildschirm scharf dar und bietet eine flüssige Bildwiederholrate von 165 Hz. Außerdem unterstützt der Monitor den Vesa-Standard 400 und bietet 95 Prozent des DCI-P3-Farbbereichs, was für ein helles und lebendiges Bild sorgt. Somit stellt der Monitor nicht nur beeindruckende Gaming-Grafiken dar, sondern auch professionelle visuelle Inhalte.



Bild: Xiaomi

Mit einem hochauflösenden WQHD-Display mit 3440 x 1440 Pixeln und 1500 R Krümmung sorgt der Mi Curved Gaming Monitor 34" (UVP: 499 Euro) für ein beeindruckendes Bild. Sein breites 21:9-Display erweitert das Seitenverhältnis um 30 Prozent im Vergleich zu normalen 16:9-Displays, während die 144-Hz-Bildwiederholrate und flackerfreie Technologie auch beim Gaming von Vorteil sind. Hinzu kommt die Darstellung lebendiger Farben durch bis zu 300 Nits Helligkeit und ein Kontrastverhältnis von 3.000:1. Über AMD FreeSync wird die Grafik mit der Bildwiederholrate des Monitors synchronisiert, was flüssiges Gameplay ermöglicht.

TP-Link

Netzwerkprodukte für schnelleres WLAN

Der Archer AXE300 bietet schnelle drahtlose Verbindungen mit Geschwindigkeiten von bis zu 16 Gbit/s. Ausgestattet mit WLAN 6E ist er der erste Quad-Band-Router von TP-Link mit dem neuen 6-GHz-Band und unterstützt Verbindungen für mehr als 350 Geräte. Die beiden 10-Gbit/s-Ports ermöglichen einen sehr hohen, kabelgebundenen Datendurchsatz im Heim-

netz. Der Archer AXE300 ist mit 16-Stream WLAN 6E ausgestattet, das sieben zusätzliche 160-MHz-Kanäle bereitstellt.

Eine weitere Neuheit, der Archer AXE200 Omni, ist der erste WLAN 6E Router von TP-Link. Er bietet sehr schnelles WLAN mit 11 Gbit/s und arbeitet im 6-GHz-Band. Mit einem 10G-Port und einem 2,5G-WAN/LAN-Port ist er auch eine gute Ergänzung für kabelgebundene Netzwerke. Zur weiteren Ausstattung gehören mechanisch drehbare Antennen, die automatisch über den Router oder die App eingestellt werden können. Dadurch

soll sowohl die drahtlose Signalübertragung als auch die Benutzerfreundlichkeit verbessert werden.



Bild: TP-Link

Archer AXE300

Neue Sofortbildkamera mit vielen kreativen Möglichkeiten

Die **Fujifilm instax mini Evo** bietet mit zehn Objektivmodi und zehn Filmeffektfiltern verschiedene Kombinationen, um sich kreativ auszudrücken und einzigartige Aufnahmen zu machen. Mit einer Auflösung von 600 dpi erstellt die Kamera die bisher hochwertigsten instax-Sofortbilder.



instax mini Evo mit Auswahl an Sofortbildern

In klassischer Schwarz-Silber-Kombination ist die neue Fujifilm-Sofortbildkamera zu einer UVP von 199,99 Euro erhältlich. Die instax mini Evo vereint den Reiz an analogen, haptischen Sofortbildern mit der digitalen Aufnahmetechnik zum Speichern, Teilen und Drucken von Bildern. Über einen 3-Zoll-Bildschirm auf der Kamera-Rückseite lassen sich Bilder auswählen, Rahmen hinzufügen, bearbeiten, drucken und Bildeinstellungen anpassen. Ein Micro-SD-Kartenslot sorgt für ausreichend Speicherplatz.

»Die instax mini Evo ist eine einzigartige, hochwertige Ergänzung für die instax-

Familie«, sagt **Toshi Ida**, Präsident Fujifilm Europe. »Diese Hybridkamera mit Drucker wurde entwickelt, um Fotografen die Flexibilität zu geben, sich zu entscheiden, welche Bilder sie sofort ausdrucken, welche Bilder sie teilen und welche sie für einen späteren Zugriff speichern möchten. Mit 100 Aufnahmemöglichkeiten und bestechender Sofortbildqualität in einem zeitlosen, klassischen Design ist die instax mini Evo ein idealer Begleiter, um die Meilensteine des Lebens im Handumdrehen festzuhalten und zu teilen.«

Darüber hinaus bietet die dazugehörige instax mini Evo App neue Funktionen. So ermöglicht »Übertragene Bilder« das Senden von mit der instax mini Evo aufgenommenen Fotos auf das Smartphone. Dank der Funktion »Direktdruck« lässt sich die instax mini Evo auch als Fotodrucker nutzen, mit der jedes Foto aus den Smartphone-Aufnahmen gedruckt werden kann. Fernaufnahme-Möglichkeiten und Bildspeicheroptionen sind ebenfalls in der App enthalten.

Parallel zur Markteinführung der neuen Kamera erweitert Fujifilm auch das Sofortbildfilm-Sortiment. Der instax mini Stone Gray Sofortbildfilm (UVP: 9,99 Euro) hebt sich durch seinen stilvoll grauen Rand vom traditionell weißen Sofortbild-Look optisch ab.

Polaroid im Vertrieb von Aqipa

Zum 1. Januar 2022 hat Aqipa den Deutschland-Vertrieb für Polaroid übernommen. Die Vereinbarung umfasst alle Polaroid-Sofortbildprodukte, so auch die erst kürzlich vorgestellten



Christian Trapl

Kameras Polaroid Go und Polaroid Now+. Der österreichische Distributor Aqipa ist auf die Vermarktung hochwertiger Unterhaltungselektronik- und Lifestyle-Produkte spezialisiert. Das Unternehmen vertritt derzeit Marken wie GoPro, Marshall, Unagi, Blueair, Braun Audio und Pure. »Polaroid ist eine perfekte Ergänzung für unser wachsendes Portfolio«, sagt **Christian Trapl**, CEO von Aqipa. »Wir konzentrieren uns auf Premium-Marken mit einzigartigen, emotionalen Geschichten für die Kunden. Die Markenbekanntheit und -beliebtheit von Polaroid, gepaart mit den Produktinnovationen, die die analoge und digitale Welt auf einzigartige Weise vereinen, sind eine perfekte Plattform, auf die wir aufbauen können.«



Polaroid Sofortbildkamera Now+

PIV – we are Imaging

Photoindustrie-Verband wählt neuen Beirat



Neuer PIV-Beirat bis 2023 (v.l.n.r.) Geschäftsführer Christian Müller-Rieker, René Rüdissühli, Olaf Kreuter, Michael List, Christian Sokcevic, Guido Jacobs, Lars Fiedler, Bernd Gansohr, Christian Friege (nicht im Bild: John Anderson und Ralf Naruhn)

Die Mitglieder des Photoindustrie-Verbands (PIV) wählten auf ihrer Versammlung am 24. November 2021 in Hamburg einen neuen Beirat. Mitglieder für die Amtsperiode bis 2023 sind: **John Anderson** (Sony), **Lars Fiedler** (Kodak Alaris), **Dr. Christian Friege** (Cewe), **Bernd Gansohr** (Fujifilm), **Guido Jacobs** (Canon), **Olaf Kreuter** (OM Digital Systems), **Michael List** (Panasonic), **Ralph Naruhn** (di Support), **René Rüdissühli** (Nikon), **Christian Sokcevic** (Hama). Der Vorsitzende des Beirats soll in der konstituierenden Sitzung im Frühjahr 2022 bestimmt werden. Der PIV mit Sitz in Frankfurt am Main ist die zentrale Interessenvertretung für Unternehmen, die im Markt für Foto, Video, Imaging und Bildkommunikation tätig sind. Geschäftsführer ist **Christian Müller-Rieker**.

Powerline-Adapter bringen leistungsstarke Internetzugänge in jeden Raum von Haus und Wohnung



Bild: devolo

devolo

Fruchtbarer Dialog zwischen VDSL-Router und Heimnetz

Schneller Internet-Anschluss und leistungsstarkes Heimnetz sind zwei Seiten einer Medaille. Das bedeutet auch: Router und Netzwerkkomponenten müssen reibungslos zusammenspielen, damit Nutzer die volle Leistung erhalten. Ein neues, patentiertes Feature von **devolo** sorgt daher für einen aktiven Austausch zwischen VDSL-Gateway und einer der populärsten Arten der Heimvernetzung: Powerline Communication.

DSL-Anschlüsse sind in Deutschland weiterhin sehr beliebt. Das liegt auch daran, dass Netzbetreiber anders als in anderen Ländern intensiv auf die VDSL-Technologie setzen, um das Meiste aus den vorhandenen Kupferleitungen herauszuholen, die vom grauen Verteilerkasten auf dem Bürgersteig bis ins Haus verlaufen. Und so sind VDSL-Vectoring- oder Super-vectoring-Anschlüsse in Deutschland verbreiteter als in anderen Ländern, in denen stattdessen der Glasfaserausbau konsequenter vorangetrieben wurde.

Schneller Anschluss, schnelles Heimnetz

Produkte, die auf Supervectoring basieren, gibt es in Deutschland erst seit wenigen Jahren, sie bieten meist Geschwindigkeiten von 250 Mbit/s. Wie bei allen Anschlussarten ist dabei für Endkunden neben der möglichen Spitzengeschwindigkeit am Router wichtig, dass sie die gebuchte Leistung im ganzen Haus oder überall in ihrer Wohnung abrufen können.



Bild: devolo

Lernen und arbeiten zu Hause Leistungsstarkes Internet in jedem Raum wird immer wichtiger

Zusätzlich zum schnellen Anschluss ist daher auch eine leistungsstarke Heimvernetzung zentral.

Powerline bringt das Signal in jeden Winkel

In Millionen Haushalten kommt dazu die Powerline-Technologie (PLC) zum Einsatz. Sie nutzt die vorhandenen Stromleitungen, um das Signal vom Router durch Haus oder Wohnung zu verteilen. Powerline-Produkte sind als Sets von zwei oder mehr Adaptern für die Steckdose erhältlich. Der Kunde steckt einen von ihnen in der Nähe seines Routers ein und verbindet beide Geräte per LAN-Kabel.

Das Signal wird nun ins Stromnetz eingespeist und dort, wo der Kunden einen Internetzugangspunkt benötigt, steckt er weitere Adapter ein. So wird jede Steckdose zum Access Point – per Kabel oder WLAN. Weil PLC die vorhandene Verkabelung als Datenleitung nutzt, wird das Signal auf seinem Weg durchs Haus nicht durch dicke Decken, massive Wände oder auch Fußbodenheizungen ausgebremst. Dies ist ein entscheidender Vorteil, verglichen mit reinen WLAN-Lösungen, bei denen auf dem Weg durchs Haus ein großer Teil der Bandbreite verloren gehen kann.

Herausforderung: überlappende Frequenzbänder

Router und PLC-Adapter bilden damit ein ideales Gespann. Doch bei VDSL-Anschlüssen gibt es eine Herausforderung: Die Frequenzbänder, die VDSL und PLC nutzen, überlappen. Da Internet- und Powerline-Signale über verschiedene Leitungen, also physisch getrennte Kabel, übertragen werden, ist diese Überschneidung meist kein Problem. Doch in wenigen Fällen, in denen Strom- und Telefonkabel länger eng nebeneinander verlaufen, ist ein sogenanntes Übersprechen möglich. Die Folge können Verbindungsprobleme sein.

Die Anbieter von Powerline-Produkten haben auf diese Herausforderung reagiert. So ermöglicht PLC-Marktführer devolo seinen Kunden schon seit Längerem, ihre Produkte über eine App oder eine kostenlose PC-Software auf das jeweilige Profil an ihrem Anschluss einzustellen. Zur Auswahl stehen hier die beiden Profile 17a und 35b, die an Vectoring- bzw. Super-vectoring-Anschlüssen genutzt werden. Durch die manuelle Anpassung werden bestimmte Frequenzen abgesenkt, so dass bei minimalem Leistungsverlust ein reibungsloses Zusammenspiel von VDSL und PLC möglich wurde.

Patentiert und vollautomatisch: VDSL-Performer

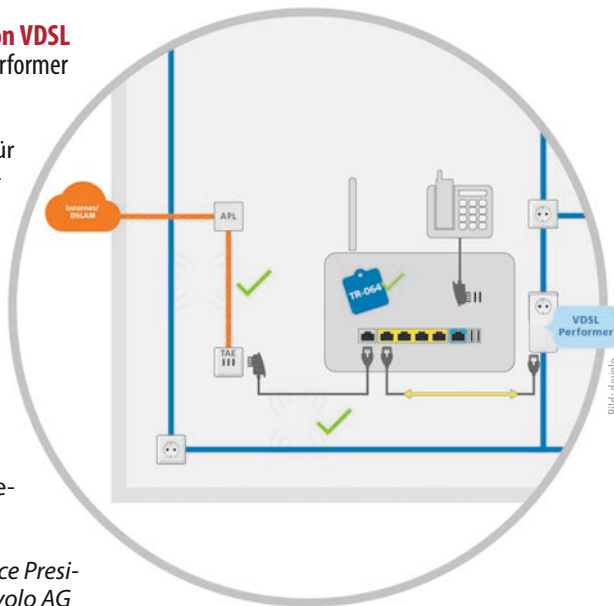
Doch weil der Kunde dabei selbstständig tätig werden muss und oftmals nicht weiß, welches Profil an seinem Anschluss genutzt wird, hat devolo für seine Magic-

Reihe eine neue Lösung entwickelt: den VDSL-Performer. Er beruht auf einem »Dialog« zwischen dem Router und den Adaptern, die der Kunde bei sich installiert hat. Der VDSL-Performer wurde per Firmware-Update auf die Magic-Adapter aufgespielt, so dass Kunden sich nicht selber um eine Aktualisierung ihrer Geräte kümmern müssen. Nach dem Update fragen die Adapter beim Router jede Nacht aufs Neue verschiedene Parameter ab, darunter das Signal-Rausch-Verhältnis und das VDSL-Profil am Kundenanschluss. Anschließend berechnen sie den möglichen eigenen Einfluss auf den Datenverkehr und passen den jeweiligen Sendepiegel entsprechend an. So lässt sich für jeden VDSL-Anschluss und für jeden einzelnen Adapter die optimale Einstellung festlegen und die maximale Performance sicherstellen, ohne dass der Kunde selbst etwas einstellen muss.

Vermeidet das Übersprechen von VDSL und PLC – der patentierte VDSL-Performer für die devolo Magic-Reihe

Der VDSL-Performer nutzt für den Austausch ein Standardprotokoll und arbeitet mit den gängigsten Routern im deutschen Markt zusammen. Er wurde von devolo in enger Abstimmung mit international führenden Telekommunikationsanbietern und Router-Herstellern entwickelt und ist inzwischen patentiert. Die Integration in eine EU-Norm ist ebenfalls geplant.

Ein Beitrag von **Nico Weling**, Vice President Research & Innovation, devolo AG



Huawei P50 Pro / P50 Pocket

Herausragende Smartphone-Fotoqualität im modischen Look

Huawei bringt neue hochklassige Smartphones auf den Markt. Das P50 Pro beeindruckt mit Dual-Matrix-Vierfach-Kamera, auch das Fold-Smartphone P50 Pocket setzt auf exzellente Fotografie. In beiden Geräten fehlen jedoch weiterhin Google-Dienste.

Das exklusive Design des Klapphandy entstand zusammen mit der Haute-Couture-Designerin **Iris Van Herpen**. Während die weiße Version mit 8 GB RAM Arbeitsspeicher und 256 GB ausgestattet ist, verfügt die Premium-Gold-Version über 12 GB RAM und 512 GB. Zur weiteren Ausstattung gehören ein 4.000 mAh Akku, der per 40 Watt SuperCharge-Modus schnell geladen wird, ein Snapdragon 888 4G SoC sowie Dual-Stereo-Speaker.

Als neues Flaggschiff der P-Serie überzeugt das Huawei P50 Pro ebenfalls mit herausragender Smartphone-Fotografie. Blickfang ist die Leica Dual-Matrix-Vierfach-Kamera mit 200-facher Zoom-Range, die in Form eines Doppelrings auf der Rückseite eingebettet ist. Darin befinden sich die 50 MP Hauptkamera sowie eine 64 MP Tele-Kamera, 13 MP Ultraweitwinkel-Kamera und 40 MP Monochrom-Kamera. Auf der Vorderseite ist die 13 MP Kamera unauffällig in der Display-Mitte integriert.

Die weiteren Features des 195 Gramm leichten P50 Pro können sich ebenfalls sehen lassen: 6,6 Zoll AMOLED-Display aus 3D-Curved-Glass mit 2.700 x 1.228 Pixel Auflösung und 120 Hz-Bildwiederholrate (bereit für eine hochwertige HDR-Darstellung), ein 4.360 mAh-Akku, 8 GB RAM-Arbeitsspeicher und 256 GB Speicherkapazität, IP68 zertifiziertes Gehäuse sowie Dual-Stereo-Speaker.



Huawei führt mit dem P50 Pro und seinen innovativen Fotografie-Funktionen die Tradition der P-Serie fort

Zusammengeklappt finden sich auf der Rückseite des Huawei P50 Pocket zwei Kreise in Form eines Infinity-Symbols. Während in einem Kreis die Ultra-Spectrum-Kamera-Matrix integriert ist, findet in dem anderen das äußere Display Platz. Im zugeklappten Zustand zeigt das individualisierbare OLED-Außendisplay Kalender, Musik, Wetter und weitere Kontrollfunktionen an und kann als Vorschau-Bildschirm für Selfies mit der Hauptkamera genutzt werden. Auch spezielle Widgets wie Kamera, Uhrzeit oder Benachrichtigungen lassen sich hierüber bedienen. Aufgeklappt kommt ein 6,9 Zoll großes 120-Hz-OLED-Display im 21:9-Format zum Vorschein.

Nach Jahren der Forschung mit Kamera-Technologie bringt Huawei nun die neue Ultra-Spectrum-Kamera-Matrix zum Einsatz: Sie besteht aus 40 MP True-Chroma-Kamera, 13 MP Ultra-Weitwinkel-Kamera und 32 MP Ultra-Spectrum-Kamera. Laut Hersteller lassen sich damit noch schärfere Bilder mit mehr Tiefe und Details schießen. Die Kamera lässt auch vom Coverscreen aus steuern. Fun Fact: Die smarte Kamera erkennt aufgetragene Sonnencreme und bewahrt so vor möglichem Sonnenbrand. Via Spiegel-App visualisiert die Kamera den aufgetragenen Sonnenschutz auf der Haut und zeigt, welche Stellen noch nicht eingecremt wurden.

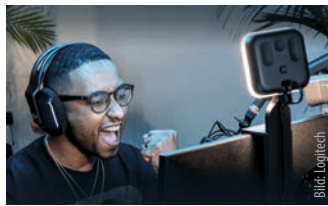
Huawei P50 Pocket im edlen und hochwertig verarbeiteten Haute-Couture-Design



Hama

Falthergrund für digitalen Ortswechsel

Der Hama Falthergrund 2in1 mit einer grünen und einer blauen Seite erleichtert es, Personen und Objekte am Monitor freizustellen und einen virtuellen Hintergrund nach Wahl einzuziehen. Das kann hilfreich sein, zum Beispiel wenn man sich per Webcam aus dem Home Office meldet, ein Instagram-Video dreht oder als Gamer online zockt. Der Falthergrund besteht aus hochwertiger Baumwolle, ist dank integriertem Federring schnell faltenfrei aufgebaut und anschließend wieder auf ein Drittel seiner Größe zusammengeklappt.



Logitech For Creators

Leuchte setzt YouTuber schön in Szene

Die Streaming-Leuchte Litra Glow (UVP: 69 Euro) von Logitech erzeugt ein ausgeglichenes LED-Licht, das sämtlichen Hauttönen schmeichelt und YouTuber schön in Szene setzt. Die Bedienung erfolgt per Plug-and-Play. Mit fünf Voreinstellungen für Helligkeit und Farbtemperatur lässt sich die Lichtkulisse nach eigenen Vorstellungen anpassen – von warmem Kerzenlicht bis zu kühlem Blau. Nutzer können in der Logitech G Hub-Software individuelle Voreinstellungen für verschiedene Umgebungen speichern und diese den G-Tasten auf einer Tastatur oder einer Maus von Logitech G zuweisen.

Conrad Electronic

Passendes Werkzeug für jeden Einsatz

Die Conrad Sourcing Platform ist auf technischen Betriebsbedarf spezialisiert und bietet im Bereich Werkzeug und Werkzeugausrüstung ca. 2,2 Millionen Produkte an. Als Grundausrüstung gibt es Basiswerkzeug wie Akkuschrauber oder Schraubendreher. Darüber hinaus sind Spezialwerkzeuge verfügbar, die in bestimmten Branchen oder für besondere Arbeitsabläufe benötigt werden. Auf der Conrad Sourcing Platform ist außerdem das passende Ergänzungssortiment zu finden, das in Zusammenhang mit dem Werkzeugeinsatz benötigt wird, wie Bits, Schmier- und Pflegemittel oder Ausrüstung für den Arbeitsschutz.



Joby

Praktische Stative zur Content-Erstellung

Die leichten und robusten Stative der Serie Joby Compact bieten verschiedene Funktionen, die sowohl mit Kameras als auch Smartphones kompatibel sind. Damit lässt sich vielseitiges Zubehör für die Content-Erstellung nutzen. Das Modell Joby Compact Light ist ideal für Vlogging und die Erstellung von Videos unterwegs. Mit nur 0,81 kg Eigengewicht kann das Stativ mit bis zu 1,5 kg belastet werden und wird mit einer Smartphone-Halterung geliefert. Um ein komplettes TikTok-Setup zu erstellen, lassen sich Lichter, Mikrofone und anderes Zubehör hinzufügen.

Umsätze im November 2021

Real 0,6 Prozent mehr als im Vormonat Oktober

Die Einzelhandelsunternehmen in Deutschland setzten im November 2021 nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes (Destatis) kalender- und saisonbereinigt real (preisbereinigt) 0,6 Prozent und nominal 1,1 Prozent mehr um als im Oktober 2021. Gegenüber November 2020 sank der Umsatz real um 2,9 Prozent und stieg nominal um 0,2 Prozent an.

Der Einzelhandel mit Lebensmitteln, Getränken und Tabakwaren erzielte im November 2021 im Vergleich zum Vormonat kalender- und saisonbereinigt real 0,9 Prozent mehr Umsatz. Der Umsatz der Supermärkte, SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte stieg gegenüber dem Vormonat um 0,8 Prozent. Der Facheinzelhandel mit Lebensmitteln (zum Beispiel mit Obst und Gemüse, Fleisch, Backwaren oder Getränken) setzte 0,3 Prozent weniger um als im Vor-

monat. Der Einzelhandel mit Nicht-Lebensmitteln erlebte im November 2021 einen moderaten Umsatzzuwachs. Hier waren die realen Umsätze im November 2021 kalender- und saisonbereinigt 0,6 Prozent höher als im Oktober 2021. Der Handel mit Textilien, Bekleidung, Schuhen und Lederwaren verzeichnete allerdings ein Umsatzminus von 3,8 Prozent. Im Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (zum Beispiel Waren- und Kaufhäuser) stieg der Umsatz gegenüber

Veränderung gegenüber dem Vorjahresmonat*

*in Prozent

Einzelhandel November 2021

Insgesamt:

	real	nominal
Insgesamt:	-0,2	2,9

darunter:

Lebensmittel, Getränke, Tabakwaren

-1,3 1,1

davon:

Supermärkte, SB-/V-Märkte

-1,7 0,7

Facheinzelhandel mit Lebensmitteln

2,6 4,8

Nicht-Lebensmittel

0,5 3,0

darunter:

Textilien, Bekleidung, Schuhe

16,4 15,7

Einrichtungsgegenstände, Haushaltsgeräte, Baubedarf

-11,9 -9,4

Sonstiger Facheinzelhandel

-1,8 3,1

Kosmetische, pharmazeutische und medizinische Produkte

6,2 7,2

Waren-/Kaufhäuser u. Ä.

5,9 7,7

Internet- und Versandhandel

1,9 3,2

dem Vormonat um 2,6 Prozent. Der Umsatz im Handel mit Einrichtungsgegenständen, Haushaltsgeräten und Baubedarf war 1,2 Prozent niedriger als

im Oktober 2021. Der Internet- und Versandhandel verzeichnete im November 2021 ein Umsatzminus von 3,1 Prozent im Vergleich zum Vormonat.

Verkaufspreise ziehen weiter an, Umsätze sinken

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 Dezember 2021.

Einzelhandel

Im Berichtsmonat Dezember, dem letzten Monat des zweiten Pandemiejahres 2021, beurteilten die Ifo-Testfirmen die Geschäftslage kritischer als in den Vormonaten: So sank das Stimmungsbarmometer auf per saldo minus 26 Prozent. Im November 2021 lautete der Vergleichswert minus 10 Prozent, im Oktober minus 9 Prozent. Zum Vergleich: Im Dezember 2020 lag der Firmensaldo bei satten 71 Prozent.

Bei der Umsatzentwicklung Vormonat gegen Vorjahr meldeten der Firmen einen weiteren Einbruch: Sank hier der Firmensaldo schon im Oktober 2021 von minus 6 Prozent auf minus 39 Prozent im November, rutschte der Saldo im Dezember weiter ab auf minus 66 Prozent. Auch hier lag der Vergleichswert im Dezember 2020 – wie bei der Geschäftslage – bei 71 Prozent im kräftigen Plusbereich.

Hinsichtlich der Beurteilung der Lagerbestände änderte sich wenig. Im November meldeten per saldo 35 Prozent der Testfirmen zu volle Lager (im Oktober: 13 Prozent). Im Dezember lag der Firmensaldo bei 32 Prozent. Für das kommende Vierteljahr wollen per saldo 37 Prozent der am Ifo-Konjunkturtest teilnehmenden Firmen weniger bestellen als im Vorjahreszeitraum (November: minus 4 Prozent, Oktober: plus 1 Prozent).

Die Verkaufspreise entwickelten sich weiter positiv: Per saldo 22 Prozent der Firmen sprachen im Dezember von steigenden Verkaufspreisen (im November: 10 Prozent, im Oktober: 13 Prozent). Für die nächsten drei Monate rechnen per saldo 41 Prozent der Testfirmen mit weiter steigenden Preisen (im November: 33 Prozent, im Oktober: 35 Prozent). Vor einem Jahr, im Dezember 2020, lag der Vergleichssaldo hier bei 17 Prozent.

Nachdem sich die Stimmung bei den Geschäftsaussichten von September bis November nur wenig änderte (zwischen minus 32 Prozent und minus 39 Prozent), sank sie im Dezember weiter ab: Per saldo 62 Prozent der Ifo-Testfirmen sehen die Aussichten für das kommende halbe Jahr in düsteren Farben. Auch hier noch einmal ein Blick zurück: Im Dezember 2020 lag der Firmensaldo bei ebenfalls nicht rosigen minus 44 Prozent.

Großhandel

Im Gegensatz zum Einzelhandel liegt der Großhandel bei der Beurteilung der Geschäftslage weiterhin im Plus-Bereich: Wie schon im November gab es per saldo 17 Prozent Gut-Stimmen (im Oktober: 21 Prozent). Wieder meldete sich im Berichtsmonat keine einzige Schlecht-Stimme. Im Dezember vor einem Jahr waren per saldo stattliche 83 Prozent der am Ifo-Konjunkturtest teilnehmenden Firmen positiv gestimmt.

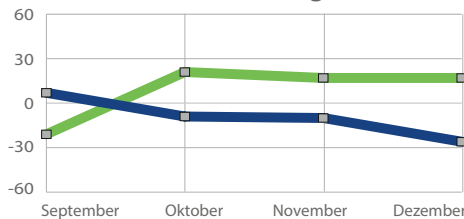
Parallel zum Einzelhandel, wenn auch auf etwas höherem Niveau, fällt hier die Kurve im Berichtsmonat ab: Bei den Umsätzen Vormonat gegen Vorjahr konnten per saldo 31 Prozent der Firmen ihre Vorjahresumsätze nicht erreichen, im November lag der Saldo bei plus 3 Prozent, im Oktober bei minus 4 Prozent. Im Dezember 2020 konnten 66 Prozent der Firmen die Vorjahres-Umsätze übertreffen.

Per saldo 42 Prozent der Großhandelsfirmen sprachen von zu kleinen Lagerbeständen. Im November meldeten noch 26 Prozent zu große Bestände, im Oktober lag der Saldo bei 0,0 Prozent. In den nächsten drei Monaten planen per saldo 17 Prozent der Ifo-Testfirmen weniger zu bestellen als im Vorjahreszeitraum. Im November wollten 17 Prozent mehr bestellen, im Oktober planten dies 21 Prozent.

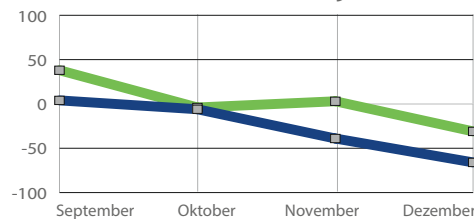
Auch im Großhandel ziehen die Preise weiter an: Per saldo 35 Prozent der Firmen sprachen von steigenden Preisen (im November: ebenfalls 35 Prozent, im Oktober: 21 Prozent). Bei den Preiserwartungen für das kommende Vierteljahr rechnen sogar über vier Fünftel, nämlich 83 Prozent, mit anziehenden Verkaufspreisen (im November: 66 Prozent, im Oktober: 42 Prozent). Keine einzige Firma erwartet fallende Preise.

Im Großhandel ergibt sich bei den Geschäftsaussichten für die nächsten sechs Monate ein ähnliches Bild wie im Einzelhandel: Per saldo 66 Prozent der befragten Firmen rechnen mittelfristig mit einer schlechten Geschäftssituation. Wie schon seit Juli 2021 gab auch im Dezember keine einzige Firma eine »Gut«-Stimme ab. Abschließend ein Blick in den Dezember 2020: Vor einem Jahr lag der Firmensaldo bei minus 35 Prozent.

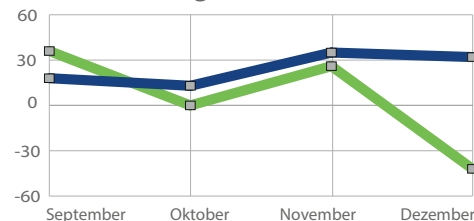
Geschäftslage



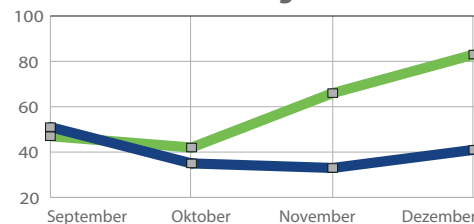
Umsatz zum Vorjahr



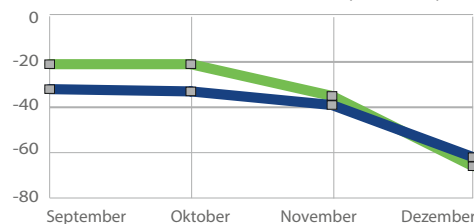
Lagerbestände



Preiserwartungen (3 Monate)



Geschäftsaussichten (6 Monate)



Immer
aufs Beste
informiert

Die Branche im Blick

Tagesaktuelle
Branchen-
meldungen

Newsletter
kostenlos und
bequem per
Mail

Print-
Ausgaben
online
lesen



Zur **CE-Markt** Newsletter-
Anmeldung geht es hier:
<https://www.ce-markt.de>

