ÖSTERREICHS INSIDERBLATT
FÜR DIE ELEKTROBRANCHE
AUSGABE 10/2023

Österreichische Post AG / MZ 20Z042018 M / E.P.I.K. Media GmbH, Wilhelminenstraße 93/16/4 / 1160 Wien / Retouren an: Postfach 555, 1008 Wien

ELEKTROFACHHANDELSTAGE 2023

Muntermacher für den Herbst

Zweckoptimismus statt Resignation: Die Branche trotzt den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und legt eine gelungene Messe aufs Linzer Parkett. Ist das Weihnachtsgeschäft damit gerettet?

SELBSTBEWUSST IN LINZ
Kooperationen zeigen Flagge

E-PLAYERS
Geeint zum neuen Event

KENNENLERNPHASE
Medientage im Zeichen der KI

„JOIN THE FUTURE"
Brancheninitiative wirbt um Nachwuchs

13. TAFELRUNDE
Energy3000 solar versammelt „Helden"

KURT BÖHM
Der Hama-Chef sagt leise „Servus"

PHILIPS

AMBILIGHT tv

Testen Sie 100 Tage Ambilight TV

Ambilight TV kaufen

Ambilight Zuhause genießen

Ambilight-Fan werden oder Geld zurück erhalten

Weitere Informationen unter www.philips.at/ambilight-tv-testen

WOLFGANG SCHALKO
HERAUSGEBER

LIEBE LESER

Branchen-geschichte

Bei gewissen Ereignissen wird die volle Tragweite nicht sofort, sondern erst (sehr viel) später ersichtlich. Ich wage zu behaupten, dass der September 2023 in die Geschichtsbücher der österreichischen Elektrobranche eingehen wird. Als jener Monat, in dem gleich drei solche Ereignisse stattgefunden haben – wo auf Anhieb glasklar ist, dass schon jedes für sich etwas Bedeutsames darstellt, und zusammengenommen für die Branche einen echten Quantensprung: Die Rede ist von der Initiative „Join the Future", dem Event „e-Players" sowie den Elektrofachhandelstagen. Innerhalb von zwanzig und einer halben Stunde – 18 Stunden Öffnungszeit der Messe, je eine Stunde Präsentation für die beiden Brancheninitiativen sowie zusätzlich eine halbe Stunde Frage-und-Antwort-Session beim neuen Veranstaltungsformat – ist hier im Sinne der Branche mehr passiert als in den zehn oder vielleicht sogar zwanzig Jahren davor. Es scheint gerade ein echter Ruck durch die Branche zu gehen und der oft beschworene Schulterschluss aller Akteure endlich Wirklichkeit zu werden.

„Im September ist innerhalb von 20 und einer halben Stunde mehr passiert als in den 10 Jahren davor."

Bevor ich zu den Details der drei Ereignisse komme, noch ein kurzer gedanklicher Exkurs: Ich für meinen Teil habe mich ja schon immer (d.h. in den bald 17 Jahren, die ich die Elektrobranche mittlerweile journalistisch begleite) gefragt, warum eine Branche, die als unumstößlichen gemeinsamen Nenner den elektrischen Strom in all seinen Anwendungsfällen hat, nach außen hin derart fragmentiert auftritt. Natürlich gibt es Aspekte, die diesem verbindenden Element entgegenstehen, wie etwa die zum Teil völlig anders gelagerten Betätigungsfelder, die unterschiedlichen Befähigungen, die erforderlich sind, oder eine schlichtweg zu große Zahl an Betrieben und Menschen, die sich – etwa über die Institutionen der WKÖ – nicht sinnvoll in ihrer Gesamtheit repräsentieren lässt. Umso mehr ist es zu begrüßen, dass sich die diversen Akteure nun offenbar endlich doch dazu durchgerungen haben, zumindest in jenen Bereichen, wo es sehr wohl Sinn macht, die Kräfte zu bündeln und gemeinsam aufzutreten. Das ist nun konkret bei den Themen Personalmangel/Nachwuchskräfte sowie Erneuerbare Energie/Energiewende der Fall.

Womit wir gleich beim (chronologisch) ersten der drei oben genannten Großereignisse wären – der Initiative „Join the Future" (präsentiert am 21.09.). Hier haben sich die Bundesinnung der Elektro-, Gebäude-, Alarm- und Kommunikationstechniker, das Bundesgremium des Einrichtungs- und Elektrofachhandels, der Österreichische Verband für Elektrotechnik (OVE), der Fachverband der Elektro- und Elektronikindustrie (FEEI) sowie Oesterreichs Energie zusammengetan, um Nachwuchs-Fachkräfte in die Elektrobranche zu holen. Gelingen soll dies durch eine österreichweite Kampagne, die sich vor allem online (Social Media) über deren bevorzugte Kanäle an Schülerinnen und Schüler richtet – getragen vom Appell: „Werde Zukunftserfinder:in mit Elektrotechnik!" Ein, wie ich meine, sehr guter und vielversprechender Ansatz, dreht sich doch inhaltlich vieles um DAS Thema unserer Zeit, die Energiewende. Außerdem ist die Kampagne „Purpose-driven" aufgebaut – d.h. sie vermittelt nicht WIE man etwas machen soll, sondern WARUM. Dass die Elektrobranche hier vielfältige Möglichkeiten bietet, steht außer Frage. Aber auch, dass die Konkurrenz nicht schläft: Just am Tag nach dem Start von „Join the Future" stellten die 1a-Installateure – eine Kooperation der Sanitär- und Heizungsbranche – ihre Rekrutierungskampagne vor, die als Punkt einer 1a-Karriere nennt: „Top-Ausbildung und ein zukunftssicherer Job, denn Installateure wird man immer brauchen!" Es fischen also definitiv mehrere im selben Teich, und das mit durchaus kreativen Ansätzen. Reibungspunkte scheinen vorprogrammiert.

Das ist auch für die weitere Entwicklung am heimischen Veranstaltungssektor nicht auszuschließen, denn hier könnten sich in naher Zukunft zwei Events – die anderen beiden eingangs erwähnten Ereignisse – um den Titel „Branchenleitmesse" matchen. Was, soviel sei vorweggenommen, der Kräftebündelung der Branche nicht gerade dienlich wäre. Auf der einen Seite konnten die Elektrofachhandelstage (22.+23.09.) heuer in puncto Besucherzahlen und Stimmung überzeugen – ein Erfolg, der nicht zuletzt den Bemühungen von Veranstalter RX geschuldet ist, neue Ausstellungsbereiche wie Photovoltaik oder Elektromobilität in das Messekonzept zu integrieren. Auf der anderen Seite steht mit „e-Players" (vorgestellt am 28.09.) ein neues Format in den Startlöchern, das einmalig 2024 stattfinden und die Elektro(-technik-)branche auf die nächste große Messe im Jahr 2025 einstimmen soll. Das Konzept dazu stammt von JU.connects bzw. dessen CEO Thomas Jungreithmair, der die Elektrobranche (Elektriker wie Händler) bestens aus seiner beruflichen Vergangenheit kennt. „Elektrotechniker und Elektrofachhändler gehören zusammen – zumindest alle zwei Jahre" ließ Jungreithmair keine Zweifel daran aufkommen, wohin die Reise mit dem Messe-Nachfolger der Power-Days gehen soll. Wie ernst es ihm und den Branchenvertretern ist, kam auch dadurch zum Ausdruck, dass schon enorm viel Vorarbeit geleistet wurde und die Vorbereitungen für die offizielle Vorstellung sehr gewissenhaft gemacht wurden – etwa in Form einer Mitgliederbefragung der Bundesinnung, welchen Veranstaltungsort die Elektriker für „ihre" Messe bevorzugen würden (Achtung, Spoiler: Die Mozartstadt hatte ganz klar die Nase vorn).

Apropos Power-Days: Diese sind definitiv am Ende – warum eigentlich ist eine Frage, die sich in den letzten Wochen und Monaten wohl einige in der Branche gestellt haben. Ich für meinen Teil glaube ja, dass es hauptsächlich am zusehends verwässerten Konzept gelegen ist: Was als Branchen-Roadshow an drei Standorten startete wurde sogleich auf zwei Termine reduziert und schnell in ein „klassisches" Messeformat umgewandelt, einhergehend mit einer zwar auf dem Papier tragenden, in der Praxis aber nie wirklich klaren bzw. zufriedenstellenden Rolle des Elektrogroßhandels. Konzeptionelle bzw. organisatorische Fehler wie diese gilt es tunlichst zu vermeiden – weshalb Jungreithmair volle Transparenz und kontinuierlichen Austausch mit allen Beteiligten versprach. In ziemlich genau sieben Monaten darf sich das neue Branchenevent „e-Players" beweisen. Die Elektrofachhandelstage sind indes bereits gesetzt und stehen am letzten September-Wochenende 2024 neuerlich im Design Center Linz am Programm.

Ich möchte mit einem Zitat schließen, das der ehem. Bundesinnungsmeister Andreas Wirth bei seiner Abschiedsrede als sein neues Motto nannte: „Wer will, der kann!" Und damit explizit auch das Gelingen eines gemeinsamen Events meinte. E-Branche United – das klänge doch gut, oder?

14 ALLE IN EINEM BOOT
„e-Players“ am Start

Impressum

MEDIENINHABER (VERLEGER) UND ANZEIGENVERWALTUNG
E.P.I.K. Media GmbH, 1160 Wien,
Wilhelminenstraße 93/16/4,
Telefon: +43 0676 9481980
Internet: www.elektro.at
E-Mail: redaktion@elektro.at, verkauf@elektro.at

GESCHÄFTSFÜHRER
Wolfgang Schalko, Alois Tanzer

HERAUSGEBER
Wolfgang Schalko, Mag. Dominik Schebach

REDAKTION
Stefanie Bruckbauer, Julia Jamy, Wolfgang Schalko, Mag. Dominik Schebach

ANZEIGENLEITUNG
Alois Tanzer

ANZEIGENKONTAKT
verkauf@elektro.at

GRAFIK
Ronald Talasz

GRUNDLEGENDE RICHTUNG
Unabhängige Fachzeitschrift für den Elektrohandel und das -gewerbe

HERSTELLER
Druck Styria GmbH & CoKG,
8042 Graz, Styriastraße 20

ABONNEMENTS
Ein Jahresabonnement für Österreich 10 Ausgaben EUR 89,10 (inkl. 10% MWSt.), Einzelpreis EUR 11,90 (inkl. 10% MWSt.), Preis für Auslandsabonnement Europa EUR 151,30 (inkl. 10% MWSt.), Übersee EUR 248,-. Das Abonnement verlängert sich um ein weiteres Jahr, wenn es nicht bis spätestens 31.10. lfd. Jahres schriftlich gekündigt wird.

Reklamationen die Zustellung betreffend werden nur innerhalb von 4 Wochen nach Versand akzeptiert.

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Haftung übernommen. Bei mit „Advertorial“ gekennzeichneten Seiten handelt es sich um bezahlte Anzeigen.

Gender-Hinweis: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird von uns entweder die männliche oder weibliche Form von personenbezogenen Hauptwörtern gewählt. Dies impliziert keinesfalls eine Benachteiligung des jeweils anderen Geschlechts.

Die aktuellen Auflagezahlen und Anzeigenpreise entnehmen Sie unseren Mediadaten auf www.elektro.at

RUBRIKEN

3 **Branchengeschichte**
Editorial

82 **Vor 20 Jahren**

HINTERGRUND

6 **Nachhaltigkeit braucht ein Fundament**
Kommentar

8 E&W KOOPERATION
Die E-Branche macht Zukunft
Aus dem Bundesgremium

10 **Stimmungsaufheller für die Branche**
EFHT bringen Motivationsschub

14 **Alle in einem Boot**
Neues Branchenevent „e-Players“

16 **Erfolgsgeschichten in Grün**
ElectronicPartner macht auf den EFHT Stimmung

18 **Mittendrin statt nur dabei**
EFHT-Premiere von E&W

20 **„Der Spirit war großartig“**
RED ZAC-Auftritt als Bomben-Erfolg

22 **Eigene Konjunktur**
Nach EFHT: Expert geht gestärkt in den Herbst

24 **Großes Finale im Jubiläumsjahr**
Wertgarantie: Nach der Messe ist vor der nächsten Aktion

25 **Rat & Tat**
Urlaub verjährt nicht

26 **„Wir meinen es ernst“**
Samsung betont sein Engagement für den FH

28 **Eingespieltes Team**
Baytronic und LG setzen auf den EFHT ein Statement

29 **Eine kleine Revolution**
NABO bringt TiVo

30 **Kleines Ding mit großer Wirkung**
Maximaler PV-Ertrag mit Huawei Smart Optimizern

32 **„Wollen voll durchstarten“**
Compleo zeigt auf den EFHT flexible Ladelösungen

32 **„Schützen Sie Ihre Kunden vor unerfahrenen Glücksrittern“**
Gastbeitrag von Suntastic-GF Markus König

33 **„Sehr positiv aufgenommen“**
Kathrein eMobility stellte sich auf den EFHT vor

33 **Zweites Standbein**
UFP setzt mit EcoFlow auf Erneuerbare

34 **Helden am Werk**
13. Tafelrunde von Energy3000

36 **„Der Markt steigt massiv“**
suntastic.solar präsentiert PV-Highlights

37 **„Graz wird eins“**
Neuer Sonepar Standort Graz feiert Eröffnung

8 ZUKUNFT MACHEN
Blick ins Gremium

HAUSGERÄTE

38 **Familientreffen**
Kommentar

39 **Business mit Freunden**
Messe-Premiere für De'Longhi
Kenwood GF Susanne Harring

40 **Nachhaltigkeit und Social Media**
BSH besetzt Schlüsselthemen in Linz

42 **weltpremiere**
AEG zeigt echte Innovation

43 **Sorglospaket**
AEG Kleingeräte mit neuen Saugern am Start

44 **Voll ins Schwarze**
Hisense Gorenje trifft den Zeitgeist

45 **Solide unterwegs**
Alle zufrieden bei und mit Liebherr

46 **„Ein Jahr der Normalisierung"**
Miele GF S. Kolleth über ein spannendes Jahr

47 **Ein Multitalent**
Tefal präsentiert sein jüngstes 4in1-Flaggschiff

48 **Kompaktklasse rüstet auf**
Juras neue Geräte-Generation eröffnet neue Möglichkeiten

49 **Wichtige Plattform**
Beko Grundig mit deutlichem Besucherplus in Linz

50 **Die nächste Stufe**
Der Nivona-Gründer im Gespräch

51 **Geniale Synergie**
iRobot ist zufrieden

52 **Fühlen, Sehen, Hören, Riechen & Schmecken**
WMF demonstriert seine Kaffeekompetenz

53 **Optimistisch in den Herbst**
Cremesso mit am Start

54 **Ein Aizerl mehr**
Hoher Spaßfaktor bei Trisa in Linz

55 **Coffee-Date**
ECaffee Dotter lässt Kaffeeliebhaberherzen höherschlagen

55 **Ein Schwergewicht**
KitchenAid zeigt neue Artisan Küchenmaschine

TELEKOMMUNIKATION

56 **Zu viel Geld ist auch schlecht**
Kommentar

57 **TopSellers unterwegs**
Traditionelle Magenta-Roadshow eröffnet X-Mas-Saison

58 **„Mir taugt die Messe"**
TFK-CEO A. Meisriemel zu EFHT & neuen Sortimenten

59 **„Es geht um die Kernfrage"**
MLINE mit neuem Präsentationsschwerpunkt

60 **Vorstoß in neue Bereiche**
Die 20. Auflage der IM.Top in neuer Location

61 **„Plug & play"**
Bea-fon: Smart Home-Schwerpunkt mit Kamera

MULTIMEDIA

62 **Think big or go home**
Kommentar

64 **„Fürchtet euch nicht!"**
ORS: Trendthema KI bei den Medientagen

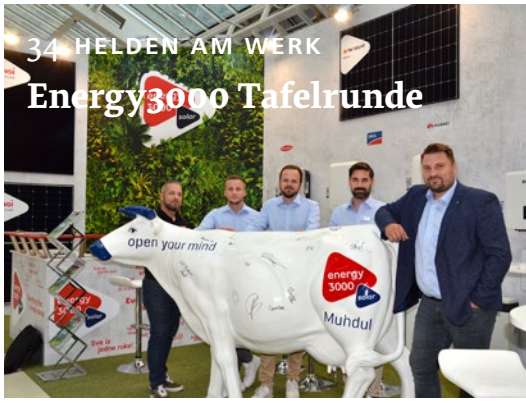
66 **Für Groß und Klein**
Strong: Streaming und Netzwerktechnik im EFHT-Fokus

67 **Butter & Brot**
Varta: Mit Fokus auf X-Mas

68 **Großes Fest**
Jubiläumsauftritt von Metz

69 **Langsam, aber sicher**
Philips TV & Audio: TP Vision legt erfolgreichen EFHT-Auftritt hin

70 **Vorsichtig optimistisch**
Panasonic blickt auf das Weihnachtsgeschäft 2023



34 HELDEN AM WERK
Energy3000 Tafelrunde

71 **Mehr Marge**
IM.Top: Benq setzt auf Zubehör

72 **Auf die Größe kommt es an**
TCL: Spektakulärer Auftritt auf der IFA

73 **Immer erste Klasse**
HZ Electronics präsentiert das First-Class Konzept

74 **„Das Vertrauen ist wieder da"**
Loewe in Linz und Berlin

75 **„Starke Verbindungen"**
Reger Zuspruch für AVM

76 **Smarte Top-Seller**
Nedis geigt auf in Linz

77 **„Wir jubeln heuer"**
Hisense zieht alle Blicke auf sich

78 **„Unser Ziel ist die Top-Liga"**
HD Austria startet ins Weihnachtsgeschäft

79 **Gesamtanbieter für Vernetzung**
IFA: TP-Link setzt Smart Home-Schwerpunkt

80 **Gelungene Premiere**
Besonderer Auftritt für Hama

80 EIN LEISES SERVUS
Hama-Chef geht

DOMINIK SCHEBACH

Nachhaltigkeit braucht ein Fundament

Mitte September hat die Reparatur- und Servicezentrum GmbH Insolvenz angemeldet. Man könnte auch sagen, dass R.U.S.Z. 25 Jahre nach seiner Gründung Opfer seines Erfolgs geworden ist. Durch das Aussetzen des Reparaturbonus konnte das Unternehmen seine Kosten nicht mehr bewältigen. Die Folge ist ein Sanierungsverfahren ohne Eigenverwaltung. Man muss sagen, dass sich die Branche mit diesem Reparaturbetrieb und seinem Gründer Sepp Eisenriegler nie leichtgetan hat. Dazu trug einerseits der streitbare Charakter Eisenrieglers bei. Seine Vorwürfe zur geplanten Obsoleszenz klingen mir noch heute im Ohr – einen Beweis ist er meines Erachtens bis heute schuldig geblieben. Daneben hatte natürlich die Gründung des R.U.S.Z. als AMS-Projekt eine besondere Note. Erhielten damit doch frei wirtschaftende Betriebe, welche unter den hohen Lohnnebenkosten für ihre Techniker stöhnten, plötzlich in Form eines Arbeitslosenprojekts einen staatlich geförderten Konkurrenten. Und es sind in erster Linie diese hohen Lohnnebenkosten und nicht die fehlenden Ersatzteile, noch der fehlende Wille der Endkunden, welche viele Reparaturen für die Endkunden unwirtschaftlich gemacht hatten. Das hat auch der Erfolg des Reparaturbonus ganz deutlich gezeigt. Kaum wurde dieser in der einen oder anderen Form eingeführt, schnellte auch die Werkstattauslastung in die Höhe.

Was man Eisenriegler zugutehalten muss: Er hat mit seinen Ausritten gegen die Wegwerfgesellschaft und für die Reparierbarkeit von Geräten ein Bewusstsein für Service und Reparatur geschaffen. Eisenriegler war damit allerdings nur einer unter vielen. Wenn man sich die Szene rund um die diversen Reparatur-Cafés ansieht, kann man leicht erkennen, dass hier eine sehr hohe Bereitschaft für das Reparieren und Wiederverwerten existiert. Die Gründe der Endkunden für eine Reparatur sind dabei breit gefächert: Während mancher seine liebgewonnene Stereoanlage wegen der gewohnten Bedienelemente und des einzigartigen Klangs des Kassettendecks nicht aufgeben will, oder seinen Smartphone-Exoten als persönliches Style-Statement sieht, veranlassen einen anderen die Überlegungen zur Ressourcenschonung zur Weiternutzung seiner Waschmaschine.

Inzwischen läuft die Welle in Richtung Kreislaufwirtschaft. Damit sie nicht zusammenbricht, braucht es allerdings mehr als die Unterstützung durch umweltbewusste Konsumenten und NGOs. Es braucht ein tragfähiges Geschäftsmodell. Und dieses kommt nicht von klassenkämpferischer Rhetorik oder Sozialromantik, sondern dem Umstand, dass Reparieren dank der weiten Verbreitung von Geräteversicherungen und Garantieverlängerungen wieder wirtschaftlich darstellbar ist – trotz hoher Arbeitskosten. Es hat sich einfach gezeigt, dass Konsumenten, welche ihre Geräte versichern lassen, diese auch eher reparieren. Damit kann der Trend zur Reparatur auch in die Fläche gehen, und der Handel kann vom Service als Maßnahme zur Kundenbindung profitieren. Denn eines ist auch klar, trotz Reparaturbonus und neuen Geschäftsmodellen, reich wird vom Reparieren niemand.

Geschäftsführer Günther Staber konnte sich über mehr als 400 Gäste bei der Jubiläumsfeier von EP:Murauer Stadtwerke freuen.

EP:Murauer Stadtwerke

Großes Fest

Am 8. September feierte die Murauer Stadtwerke GmbH ihr 50-jähriges Bestehen als eigenständiges Unternehmen mit einem Tag der offenen Tür. Auf die mehr als 400 Gäste wartete ein abwechslungsreiches Programm, zahlreiche Aktionen im Verkaufsgeschäft sowie viele Gewinnchancen. Die 69 Mitarbeiter nutzten den Anlass, alle Unternehmensbereiche vorzustellen – u.a. mit Infoständen zu den Themen SmartMeter, Breitband-Internet, Murau-TV, Photovoltaik sowie Smart Home. Ein Samsung Show-Van mit den neuesten Innovationen im Bereich TV und der Infostand des Geschäftspartners Fa. Spiral rundeten das thematische Spektrum ab.

7. und 8. November

Fachtagung

Photovoltaik und Stromspeicherung goes Graz – und das schon in wenigen Wochen: Am 7. und 8. November findet wieder die österreichische Fachtagung für die Stromerzeugung mit der Kraft der Sonne sowie die dazu passenden Speichertechnologien als Kooperationsveranstaltung zwischen der Technologieplattform Photovoltaik (TPPV) und dem Bundesverband Photovoltaik Austria (PV Austria) statt. Die Tagung ist nicht nur das größte Brancheneventder Photovoltaik- und Stromspeicherbranche in Österreich, sondern ermöglicht durch die verbandsübergreifende Themenauswahl einen intensiven wissenschaftlichen, aber auch praxisbezogenen Fachdialog zu den Themen Photovoltaik und Stromspeicherung.

R.U.S.Z.

Insolvent

Das Aussetzen des Reparaturbonus fordert Opfer: In diesem Fall die Wiener Reparatur- und Servicezentrum GmbH – bekannt durch ihren streitbaren GF Sepp Eisenriegler. Die Passiva betragen 670.000 Euro. Angestrebt wird ein Insolvenzverfahren ohne Eigenverantwortung. Wie das R.U.S.Z in einer klassenkämpferischen Aussendung mitteilte, soll das Unternehmen saniert und fortgeführt werden.

Strong Managing Director Martin Kogler und TFK-CEO Alexander Meisriemel haben die Kooperation auf den EFHT finalisiert.

Distribution

Strong und TFK

Und dann war es fast wieder wie in „Alten Zeiten", als auf Messen wichtige Deals abgeschlossen wurden. So auch auf den vergangenen Elektrofachhandelstagen. Da haben Strong und TFK ihre zukünftige Zusammenarbeit für den Fachhandel finalisiert. Der Pakt wurde von Strong Managing Director Martin Kogler und TFK-CEO Alexander Meisriemel auf der Messe geschlossen.

„Zuverlässigkeit, Kundennähe und Handschlagqualität. Dafür steht die TFK. Entsprechend dieser Attribute wurde die Zusammenarbeit zwischen der TFK und Strong auf den Fachhandelstagen per Handschlag besiegelt", erklärte dazu Kogler. „Wir freuen uns sehr auf die Zusammenarbeit und sind überzeugt, für den Handel in Österreich den bestmöglichen Partner gefunden zu haben."

„Gemeinsam starten wir ab dem vierten Quartal für den österreichischen Fachhandel", ergänzte Meisriemel. „Das wird ein synchronisierter Vertrieb, der das gesamte Sortiment von Strong abdecken wird. Wir sehen in der Marke Strong, dem gesamten Portfolio, der dahinter stehenden Struktur, und den künftigen Entwicklungen einhergehend mit den handelnden Personen enormes Potenzial, welches das TFK Sortiment und somit auch den österreichischen Fachhandel perfekt ergänzt. Um die Gespräche zu finalisieren und letztlich die Zusammenarbeit zu besiegeln, boten sich die EFHT geradezu an!"

Einblick

8 „Die Branche ist eigentlich sehr innovativ und kreativ, aber man hat das nicht so rübergebracht."

14 „Wenn beim E-PLAYERS Event keine 1.500 Leute zusammenkommen, brauchen wir über 2025 gar nicht mehr reden."

Euroskills

Österreich räumt ab

Das erfolgreiche Team Austria bei den Euroskills.

Insgesamt 18 Medaillen – sieben Mal Gold, sechs Mal Silber und fünf Mal Bronze – hat das österreichische Team bei den EuroSkills in Polen geholt. Damit erzielte das österreichische Team die höchste Ausbeute von allen 32 teilnehmenden Nationen. Aus der Branche darf sich Elektrotechniker Florian Steffek über eine Silbermedaille freuen. Auch der zweite Elektriker im heimischen Starterfeld darf jubeln: Der oberösterreichische Anlagenelektriker Lukas Frühwirth, beschäftigt bei der voestalpine in Linz, sichert sich mit Rang zwei ebenfalls die Silbermedaille.

EAK

Konstantes Ergebnis

Laut Elektroaltgeräte Koordinierungsstelle Austria wurden im vergangenen Jahr in den österreichischen Wertstoffzentren rund 135.000 Tonnen Haushaltselektroaltgeräte und knapp 2.850 Tonnen Gerätebatterien eingesammelt. Die Menge an gesammelten Haushaltsaltgeräten ist damit gegenüber 2022 leicht gesunken.

Sowas hat die Welt noch nicht gesehen: RED ZAC Share&Shop.

Eine echte Weltneuheit: RED ZAC Kunden shoppen online und bis zu 20 weitere Personen können dabei sein. Mit RED ZAC Share&Shop teilt man einfach seinen Screen mit Freunden und kauft ortsunabhängig und live gemeinsam ein. Oder man nutzt Share&Shop einfach als Online-Beratungsgespräch mit einem RED ZAC Händler. Näheres auf **www.redzac.at/share&shop**

RED ZAC Elektronik. Voller Service.

MEMBER OF THE EURONICS GROUP

Das Key Visual der Branchenkampagne: Als „Zukunftserfinderinnen"sollen Jugendliche für die Elektrotechnik begeistert werden.

BRANCHENINITIATIVE „JOIN THE FUTURE"

Die E-Branche macht Zukunft

elektro.at VIA STORYLINK: 2310008
TEXT: Wolfgang Schalko | FOTOS: OVE/Fürthner, REXEL Austria | INFO: www.zukunftserfinderinnen.at

Die Zukunft ist elektrisch – und doch ist der personelle Zulauf zur Elektrobranche überschaubar. Mit einer neuen, gemeinsamen Initiative werben die maßgeblichen Sparten und Verbände nun um Nachwuchs-Fachkräfte. Eingängiges Motto der Kampagne: „Werde Zukunftserfinder:in mit Elektrotechnik!"

am Punkt

DIE KAMPAGNE „JOIN THE FUTURE" wird finanziert und getragen von OVE, FEEI, Oesterreichs Energie, Bundesinnung und Bundesgremium.

VIER KURZE ONLINE-VIDEOS sollen v.a. auf TikTok und SnapChat die Aufmerksamkeit der Jugendlichen wecken und Interessierten auf der Website www.zukunftserfinderinnen.at die vielfältigen Möglichkeiten der Elektrobranche näherbringen.

Es mag paradox klingen, aber wenn Sie und ich nur wenig bis gar nichts von der kürzlich gestarteten Kampagne „Join the Future" mitbekommen, dann ist sie aus Sicht der Initiatoren ein voller Erfolg. Denn die Zielgruppe sind nicht Erwachsene, sondern 10- bis 18-Jährige, die man für das breite berufliche Feld in der Elektrobranche gewinnen will – vorwiegend über deren bevorzugte Kanäle TikTok und SnapChat. Wie akut das Personalproblem in der Branche mittlerweile ist und welche Überlegungen hinter der Kampagne stecken, erläuterten OVE, FEEI, Oesterreichs Energie und Bundesinnung bei der gemeinsamen Präsentation. Das Bundesgremium ist ebenfalls federführend beteiligt.

„ALARMIERENDE ZAHLEN"

In der Elektro- und Informationstechnik kann aktuell jede vierte Stelle nicht besetzt werden, es fehlen fast 14.000 Fachkräfte – Tendenz steigend (einer Hochrechnung zufolge steigt diese Zahl auf 22.000 im Jahr 2030, wenn nichts unternommen wird). OVE-Präsident Kari Kapsch sprach daher von „alarmierenden Zahlen", zumal es sich gerade bei der Elektrotechnik um eine Querschnittsmaterie handle, die Sekundärwirkung auf viele andere Branchen hat, insbesondere auch beim so wichtigen Thema Energie. Von der Lehre über die HTL bis hin zu Fachhochschule und Universität bietet die Elektrobranche unterschiedliche Ausbildungswege und Möglichkeiten auf allen Bildungsebenen – „Die Branche ist eigentlich sehr innovativ und kreativ, aber das hat man in der Vergangenheit nicht so rübergebracht", hielt Kapsch fest. Ergo seien die Zuläufe nicht im gewünschten Ausmaß gegeben: Während die Lehre und technische FHs leichte Zuwächse verbuchen, sind die Zahlen bei HTLs stabil und an den Unis sogar leicht rückläufig.

Diese Entwicklung gefährde nicht nur den Wirtschaftsstandort, sondern auch die Energiewende und damit das Erreichen der Klimaziele, so der OVE-Präsident weiter. Um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken, hat sich die Branche nun zusammengetan und eine gemeinsame Initiative gestartet. Im Fokus jeglicher Ausbildung soll der Purpose stehen, indem man nicht zeigt, wie man etwas macht, sondern warum – z.B um die Probleme der Zukunft zu lösen.

Die gemeinsame Brancheninitiative wurde vom BIM-Stv. Stephan Preishuber, FEEI-GF Marion Mitsch, OVE-Präsident Kari Kapsch und Oesterreichs Energie-Generalsekretärin Barbara Schmidt (v.l.n.r.) präsentiert.

Für BGO Robert Pfarrwaller (re.) spielt der Elektrohandel ebenfalls eine zentrale Rolle.

VIELE ANSATZPUNKTE

Mit rund 10.000 Lehrlingen ist der Lehrberuf Elektrotechnik ein beliebter Ausbildungsweg – allerdings sind gerade einmal 656 davon weiblich (Stand 31.12.2022). „Aber die Elektrotechnik ist für Mädchen genauso geeignet wie für Burschen", betonte Bundesinnungsmeister-Stv. Stephan Preishuber und verwies in diesem Zusammenhang auf eine gerade in Begutachtung befindliche Aktualisierung des Berufsbildes, das die Lehrlinge künftig noch besser auf die Herausforderungen der Energiewende und der Digitalisierung vorbereiten soll. „Kompetenzen in Bereichen wie Gebäudetechnik, Smart Home, Erneuerbare Energien und Elektromobilität rücken künftig mehr in den Fokus, zudem wollen wir Fähigkeiten wie z.B. das Lesen von Schaltplänen oder das Suchen und Beheben von Fehlern verbessern." Von den rund 15.000 Elektrotechnik-Betrieben in Österreich seien 85% entweder EPU oder hätten 0-9 Mitarbeiter. Viele davon wollen wachsen und benötigen dafür entsprechendes Personal. „Selbst wenn man sich nicht ausschließlich damit beschäftigt, kommt man als Elektriker heute ständig mit ‚Green Jobs' in Berührung, z.B. beim Installieren von PV-Anlagen", hatte Preishuber ein gutes Argument für seine Berufsgruppe parat.

Barbara Schmidt, Generalsekretärin von Oesterreichs Energie, ergänzte, dass die E-Wirtschaft gerade mitten in der Energiewende stecke und es für deren Umsetzung neben entsprechenden Rahmenbedingungen vor allem engagierte, qualifizierte Mitarbeiter brauche: „Der Fachkräftemangel ist der Flaschenhals für die Energiewende. Wir brauchen alle, vom Lehrling bis zum ausgebildeten Elektrotechniker", so Schmidt. Zusatz: „Insbesondere braucht es Leute, die das gesamte System verstehen." Rund 2.000 Fachkräfte fehlen derzeit allein im Bereich der Energiewirtschaft. Dementsprechend laute der Appell an die Jugend: „Arbeitet mit, gestaltet die Zukunft bei uns!"

FEEI-Geschäftsführerin Marion Mitsch hob die Bedeutung der Industrie für den Standort hervor: „Mit 300 Unternehmen, rund 72.000 Beschäftigten und einem Produktionswert von 23,34 Mrd. Euro im Jahr 2022 ist die Elektro- und Elektronikbranche eine der treibenden Wirtschaftskräfte in Österreich." Die EEI biete viele attraktive Berufsbilder, vom Bereich der kritischen Infrastruktur (allen voran Energieversorgung und Kommunikation) über E-Mobilität und Gebäudeautomation bis hin zu Medizin – direkt, aber ebenso in diversen vor- und nachgelagerte Branchen.

DIE ROLLE DES EFH

„Immer neue Technologien und Produkte verlangen nach qualifizierten Fachkräften, die diese auch entsprechend einsetzen können und damit mithelfen, unsere Zukunft nachhaltig zu gestalten. Auch der Elektrohandel bietet unzählige spannende Berufe und eine Vielzahl an Ausbildungswegen, um aktiv einen Beitrag zu leisten. Das zeigt sich auch in der neuen Möglichkeit zur höheren beruflichen Bildung, die eine spannende Perspektive für Lehrlinge darstellt", betonte Robert Pfarrwaller, Obmann des Bundesgremiums Elektro- und Einrichtungsfachhandel. „Besonders erfreulich an dieser Kampagne ist, dass hier die gesamte Elektrobranche an einem Strang zieht. Wir alle benötigen dringend Fachkräfte und machen daher gemeinsam auf die unterschiedlichen Berufsbilder und auch darauf aufmerksam, dass die Elektrobranche der Berufszweig ist, der maßgeblich an der Umsetzung der Energiewende mitwirkt. Der Elektrohandel ist hier oftmals erster Ansprechpartner – umso wichtiger ist es daher, dass wir kompetente Mitarbeiter haben, die sich für neue Technologien interessieren. Wer also die Zukunft selbst mitgestalten will, ist bei uns richtig aufgehoben. Join the future!"

DIE KAMPAGNE IM DETAIL

Die Kampagne „Join the Future" ist am 21. September gestartet und wirft einen Blick auf herausragende Persönlichkeiten sowie Innovationen der Vergangenheit und entwirft gleichzeitig ein zeitgemäßes Bild der Elektrotechnik und der vielen Möglichkeiten, die das Berufsfeld heute bietet. Im ersten Step läuft die Kampagne zunächst acht Wochen.

Insgesamt vier kurze Online-Videos sollen die Aufmerksamkeit der jungen Zielgruppe wecken – und diese dort abholen, wo sich ihr Lebensalltag abspielt. Fokus-Kanäle sind daher TikTok und Snapchat, zusätzlich werden – aufgrund der Überschneidung mit der Social Media-Nutzung der Eltern – Instagram und YouTube bespielt sowie die Spots auch im Kino gezeigt. Die Initiatoren hoffen, durch die Wortschöpfung „Zukunftserfinderinnen" die Thematik greifbarer zu machen und in weiterer Folge auf einen viralen Effekt. Auf der Website www.zukunftserfinderinnen.at können Interessierte durch die vielfältigen Themenfelder navigieren. Ein Persönlichkeitsquiz bringt der Zielgruppe nicht nur Grundinformationen der Elektrotechnik näher, sondern dient auch als Wegweiser in die richtige Fachrichtung. So soll die Elektrotechnik von einem abstrakten Begriff zu etwas Konkretem werden und schlussendlich eine zentrale Botschaft vermitteln: Mit Elektrotechnik kann man die Zukunft gestalten! ■

Sämtliche Videos finden Sie via **STORYLINK 2310008** *auf elektro.at zum Ansehen.*

ELEKTROFACHHANDELSTAGE 2023

Stimmungsaufheller für die Branche

elektro.at VIA STORYLINK: 2310010
TEXT: Redaktion | FOTO: Redaktion | INFO: www.elektro.at

Großer Andrang herrschte bei den EFHT in Linz. Insgesamt zählte Veranstalter RX Austria & Germany 1903 Besucher.

Die 2000er-Marke wurde nicht geknackt. Trotzdem dominierten bei den EFHT rund um zufriedene Gesichter das Bild. Der Veranstalter RX Austria & Germany und die Aussteller hatten eine ansprechende und kompakte Messe in das Design Center in Linz gestellt. Die Branche ist gekommen und es herrschte wieder eine gute Stimmung in der Halle – trotz der herausfordernden Rahmenbedingungen. Das lässt auf ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft sowie eine Wiederholung des Branchenevents im kommenden Jahr hoffen.

am Punkt

1.903 BESUCHER
wurden an den beiden Tagen gezählt, beinahe 12 % mehr als im Vorjahr.

NEUE AUSSTELLER
Aus den Bereichen E-Mobilität und Photovoltaik.

EFHT 2024
finden am 27. und 28. September 2024 wieder im Design Center in Linz statt.

Unter dem Strich waren es 1.903 Besucher, welche an den beiden Tagen der Elektrofachhandelstage gezählt wurden. Gegenüber dem Vorjahr war das eine deutliche Steigerung von 11,7 %. Bei der vierten Auflage der Elektrofachhandelstage am 22. und 23. September in Linz wurde damit sogar die letzte Auflage der Veranstaltung noch in Vor-Corona-Zeit übertroffen. Bei den Elektrofachhandelstagen 2019 waren 1.833 Besucher an den zwei Tagen nach Linz gekommen.

Zu dem Plus bei den Teilnehmern hat sicher beigetragen, dass dieses Jahr auch wieder Vertreter der Großfläche die EFHT nutzten, um sich über die Neuigkeiten in der Branche zu informieren. Dies traf vor allem bei den Ausstellern, aber auch Vertretern des Fachhandels auf Zustimmung, schließlich wurde damit die Messe als Kommunikationsplattform für die Branche deutlich aufgewertet. Gleichzeitig bestätigte das die Rolle der Elektrofachhandelstage als Alternative zu einem IFA-Besuch in Berlin.

„Die Elektrofachhandelstage sollte sich niemand im Fachhandel entgehen lassen. Hier kann ich die gesamte Branche in zwei Tagen treffen."

ALFRED KAPFER

NEUE AUSSTELLER

Über den stärkeren Besucheransturm freuten sich mehr als 80 Aussteller aus der Branche und ein wenig darüber hinaus: Veranstalter RX hatte sich weitgehend an das bewährte Konzept der vergangenen Jahre gehalten – und die Palette an Themen nur behutsam in Richtung E-Mobility und Photovoltaik erweitert. Und so fanden sich neben den klassischen WW-Herstellern wie BSH, Miele und AEG und UE-Anbietern wie Samsung oder Panasonic auch Unternehmen wie Polestar oder Tesla auf der Messe.

„Mit neuen Themen wie z.B. Elektromobilität und Photovoltaik oder Wearables bilden wir die Veränderungen in der Branche ab. Gleichzeitig bieten wir eine neutrale

Kommunikationsplattform, wo sich die unterschiedlichen Player der Branche einschließlich der Politik austauschen und auch Themen setzen können", erklärte Benedikt Binder-Kriegelstein, CEO von RX Austria & Germany zum Start der Messe. „Mit dem Ausbruch der Corona-Pandemie hatte jeder die Frage nach der Zukunft des Formats Messe gestellt – und das zu Recht. Aber es hat sich gezeigt, dass so eine Plattform wie eine Messe ihre Berechtigung hat. Heute ruft jeder nach persönlichen Kontakten mit seinen Partnern im Business. Für die Zukunft müssen wir allerdings die richtigen Impulse für die Weiterentwicklung der Messe setzen."

Eine Einschätzung, welche durch den Erfolg der EFHT bestätigt wurde, wie auch Barbara Riedl, Messeleiterin von RX Austria & Germany, in einem ersten Resümee zur Veranstaltung gegenüber E&W erklärte: „Das Design Center in Linz hat sich als Standort etabliert. Die Veranstaltung zeigt, dass der Trend eindeutig zu kleinen Marktplätzen geht, welche die Bedürfnisse der jeweiligen Branche abdecken. Die Digitalisierung kann schließlich nicht alles ersetzen. Es gibt weiterhin den Bedarf am Format Messe, denn die Fachhändler wollen sich persönlich über die Neuigkeiten informieren."

MOTIVATIONSSCHUB

Für die Elektrobranche ist der Erfolg der EFHT natürlich ein wichtiger Stimmungsaufheller vor dem anstehenden Weihnachtsgeschäft. Den Motivationsschub kann die Branche auch dringend brauchen, zumal die jüngsten Wirtschaftsprognosen eher schwarz für die kommenden Monate sehen (siehe Kasten S.12).

Dementsprechend euphorisch fielen dann auch die Beurteilungen aus der Branche aus. „Die Elektrofachhandelstage 2023 sind vorbei, waren ein Erfolg und zeigten wieder einmal auf beeindruckende Weise die Leistungsfähigkeit und Innovationskraft der Branche – veranschaulicht durch die dargestellten und demonstrierten Innovationen und Lösungen der Industrie und des Handels", erklärte Bundesgremialobmann Robert Pfarrwaller. „Die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Schwerpunkte wie Energiewende, Energieeffizienz, E-Mobilität, Digitalisierung und Gebäude-Vernetzung wurden durch das erweiterte Ausstellungsspektrum eindrucksvoll abgebildet und dieses Faktum wiederum belohnt durch die Vielzahl an interessierten

Am 22. und 23. September wurde das Design Center Linz seiner Rolle als Treffpunkt der Branche wieder gerecht. Die Fachhändler fanden in dem kompakten Format alle wichtigen Industrie-Partner vor.

EP:Recruitment mit E&W-Unterstützung. ElectronicPartner-GF Michael Hofer und Jörn Gellermann.

Neues Thema auf den EFHT war die Elektromobilität mit Ausstellern wie Polestar. Das Thema hat hoffentlich viel Zukunft auf der Messe.

Groß aufgekocht wurde bei elektra-bregenz von TV-Koch Robert Letz gemeinsam mit Austria´s next Küchenchef:in-Siegerin Claudia Danner.

Benedikt Binder-Kriegelstein, CEO RX Austria & Germany, Bundesgremialobmann Robert Pfarrwaller, Suntastic.solar-GF Markus König sowie Manfred Müllner, Geschäftsführer-Stellvertreter im FEEI bei der Eröffnung der Elektrofachhandels tage.

Besuchern. Das Bundesgremium gratuliert zur gelungenen Veranstaltung und ‚Die Zukunft ist elektrisch'!"

Ähnlich äußerte sich auch ElectronicPartner-GF Michael Hofer: „Wir sind mit dem Verlauf der diesjährigen Elektrofachhandelstagen überaus zufrieden. Es war an beiden Tagen sehr viel los, ja wir wurden wieder einmal regelrecht gestürmt. Als Wermutstropfen bleibt, dass die Parkplätze am ersten Messetag leider bereits um 9:30 Uhr voll waren, d.h. die Parkplatzsituation beim Design Center ist nicht zufriedenstellend. Aber davon abgesehen freut uns der enorme Zuspruch und die exzellente Stimmung, die wir in Linz erleben durften. Wir haben gespürt, dass man gerne zu uns kommt, und dementsprechend positiv waren auch die Gespräche, die wir geführt haben, sowie das Feedback, das wir erhalten haben. Auch unsere Abendveranstaltung war wirklich toll und ist extrem gut angekommen. Kurzum: Nach dieser Messe gehen wir

TRÜBE AUSSICHTEN IN DER WIRTSCHAFT

So gut, ja beinahe euphorisch die Stimmung auf und nach den Elektrofachhandelstagen auch gewesen sein mag – mit der Einschätzung der Wirtschaftsforscher deckt sich dieses Bild nicht. Die Statistik Austria ebenso wie das WIFO sehen den nächsten Monaten mit eher gedämpften Erwartungen entgegen.

Laut der ersten Schnellschätzung des WIFO vom Juli dieses Jahres ging die österreichische Wirtschaftsleistung im 2. Quartal 2023 gegenüber dem Vorquartal um 0,4 % zurück. Wertschöpfungseinbußen gab es demnach in der Industrie und Bauwirtschaft, während einige Dienstleistungsbereiche expandierten. Auf der Nachfrageseite dämpfte die rückläufige Entwicklung im Konsum der privaten Haushalte und der Bruttoanlageinvestitionen die Gesamtwirtschaft. Gemäß ersten Berechnungen sank das BIP im 2. Quartal 2023 preisbereinigt um 0,4 % (1. Quartal 2023 +0,1 %) gegenüber der Vorperiode. Im Jahresvergleich bedeutet dies einen Rückgang um 0,3 % gegenüber dem 2. Quartal 2022. Davor stagnierte die heimische Wirtschaft bereits seit dem 3. Quartal 2022.

Anfang September korrigierte die Statistik Austria die WIFO-Schätzung nochmals nach unten: Demnach lag die österreichische Wirtschaftsleistung im 2. Quartal 2023 real um 1,1 % unter dem Vorjahresquartal. Im Vergleich zum 1. Quartal 2023 ging das reale BIP laut vorläufigen Berechnungen von Statistik Austria um 0,7 % (saison- und kalenderbereinigt) zurück. Diese Entwicklung lasse sich vor allem auf die rückläufige Wirtschaftsleistung von Handel und Industrie zurückführen. Dennoch liege Österreichs Wirtschaft 3,2 % über dem Corona-Vorkrisenniveau, erläuterte Statistik Austria-Generaldirektor Tobias Thomas.

Die Ergebnisse des WIFO-Konjunkturtests zeigten in den vergangenen Monaten ebenfalls anhaltend negative Konjunktureinschätzungen seitens der Unternehmen. Der Index der unternehmerischen Erwartungen der Gesamtwirtschaft gewann im September zwar 1,2 Punkte hinzu, blieb aber mit -8,6 Punkten deutlich unter der Nulllinie, die negative von positiven Konjunkturerwartungen trennt. Im Einzelhandel verlor der Erwartungsindex gegenüber dem Vormonat 2,0 Punkte und notierte mit -25,7 Punkten tief im pessimistischen Bereich.

Deutlich abgeflaut ist im September hingegen die Teuerung in Österreich: Einer ersten Schätzung von Statistik Austria zufolge fiel die Inflation auf 6,1 % (nach 7,4 % im August) – den niedrigsten Wert seit dem Ausbruch des Ukraine-Krieges. Begründet wird der Rückgang damit, dass Haushaltsenergiepreise, die bisher zu den Haupttreibern der Inflation zählten, nun inflationsdämpfend wirken und auch der Preisdruck bei Lebensmitteln weiter nachgelassen habe.

Schon die erste Schnellschätzung des WIFO zeigte, dass die heimische Wirtschaft im Q2/2023 erstmals seit acht Quartalen geschrumpft ist. Mit einer Trendwende wird im Laufe des kommenden Jahres gerechnet.

Abbildung 1: **Entwicklung des realen Bruttoinlandsproduktes**
Saison- und arbeitstagsbereinigt, gemäß Eurostat-Vorgabe, in %

Q: Statistik Austria, WIFO-Berechnungen.

hochmotiviert und gestärkt ins Jahresendgeschäft!"

Als Pflichttermin für die Branche bezeichnete Expert-GF Alfred Kapfer die Veranstaltung: „Die Elektrofachhandelstage sollte sich niemand im Fachhandel entgehen lassen. Hier kann ich die gesamte Branche in zwei Tagen treffen und die Aussteller haben wieder sehr gelungene Stände in der Halle aufgebaut. Dabei wurde die Präsentation nicht mit Geräten überladen, sondern sie haben sich auf die Neuigkeiten konzentriert."

RAUM FÜR NEUES

Angesichts solch positiver Bewertungen verwundert es nicht, dass sich die Branchenvertreter bereits Anfang Oktober für die Veranstaltung im kommenden Jahr festgelegt haben. Die Elektrofachhandelstage 2024 werden am 27. und 28. September 2024 im Design Center Linz stattfinden.

Andererseits weckt die erfolgreiche Veranstaltung auch Lust auf mehr. So wünschte sich RED ZAC Vorstand Brendan Lenane eine einheitliche Bühne für die Elektrobranche: „Warum schaffen wir nicht eine Plattform, mit der wir alle zusammen riesigen Spaß haben?" (Mehr dazu ab Seite 20).

Damit stößt er bei Benedikt Binder-Kriegelstein sicher auf offene Ohren. Der CEO von RX Austria & Germany sieht für die Elektrofachhandelstage noch viel Entwicklungspotenzial: „Die Corona-Pandemie hat viel Bewegung in der Branche ausgelöst. Gleichzeitig haben diese – für die Messebranche schwierigen Jahre – auch viel Raum für Neues geschaffen. Wir müssen das Format der EFHT langfristig weiterentwickeln, denn die Branche wird breiter und vernetzter, und die Veranstaltung muss die Branche widerspiegeln. Wenn man sich neue Bereiche wie E-Mobilität und Photovoltaik auf der Messe ansieht, dann bedeuten diese Ladeinfrastruktur und Heimvernetzung – und damit letztendlich Gebäudetechnologie. D.h. wir brauchen mittelfristig auch die Elektrotechnik verstärkt auf der Messe." ■

Sehr zufrieden zeigt sich Barbara Riedl, Messeleiterin von RX Austria & Germany, mit den EFHT 2023: „Die Digitalisierung kann nicht alles ersetzen. Es gibt weiterhin den Bedarf am Format Messe."

KATHREIN Digital Systems Vertriebs GmbH
www.kathrein-gmbh.at

KATHREIN

NEUES VERANSTALTUNGSFORMAT FÜR DIE GESAMTE ELEKTROBRANCHE

Alle in einem Boot

TEXT: Wolfgang Schalko | **FOTOS:** KFE, LASK, WKB/Lexi, W. Schalko | **INFO:** www.e-players.at, www.elektrotechniker.at

Die Tragweite dessen, was in den Räumlichkeiten der WKÖ am 28. September präsentiert wurde, lässt sich im Moment nur erahnen. Vertreter der Elektrotechniker (allen voran der neue Bundesinnungsmeister Christian Bräuer), des Großhandels und der Industrie – kurzum: der gesamten Wertschöpfungskette – bekundeten unisono, sich für ein gemeinsames Branchenevent stark machen zu wollen, das als Nachfolgeformat der Power-Days erstmals im Jahr 2025 über die Bühne gehen soll. Zwischenzeitlich erfolgt mit dem „e-Players"-Event im Mai 2024 ein Kick-off der etwas anderen Art.

am Punkt

E-PLAYERS
heißt das neue Branchenformat, das am 15.+16. Mai 2024 in der LASK Arena Linz über die Bühne geht und den Kick-off für die nächste große Branchenmesse im Jahr 2025 bilden wird.

Die Veranstaltung in Linz ist als Symposium für 1.500 Besucher konzipiert (d.h. keine Messe), bei der das Networking, die Ideenfindung und der Austausch im Vordergrund stehen. Die Elektrobranche bzw. die Wertschöpfungskette will geschlossen auftreten und die Devise „Die Zukunft ist elektrisch!" breitenwirksam inszenieren.

Es herrschte Aufbruchsstimmung an diesem 28. September. Zum einen deshalb, weil der neue Bundesinnungsmeister Christian Bräuer seinen ersten offiziellen Auftritt absolvierte und der scheidende Vorgänger Andreas Wirth noch ein letztes Mal seine Begeisterung für eine Sache auf die versammelte „Branchen-Prominenz" – Vertreter der gesamten Elektrotechnik-Wertschöpfungskette – überspringen ließ. Zum anderen war es genau diese „Sache", in der sich die anwesenden Branchenvertreter geeint und an einem Strang ziehend wiederfanden. Die Rede ist vom Nachfolge-Event der Power-Days – einer innovativen Messe, die über die Grenzen der Elektrotechnik hinaus die gesamte Elektrobranche – inkl. Handel, Erneuerbarer Energie, uvm. – unter einem Dach versammeln soll.

AM ANFANG DES WEGES

Die Branche soll also eine gemeinsame Plattform erhalten – allerdings erst 2025, d.h. in jenem Jahr, in dem auch die Power-Days turnusmäßig das nächste Mal stattgefunden hätten. „Hätten", weil die Power-Days in der bisherigen Form und unter dieser Bezeichnung definitiv Geschichte sind.

Warum es etwas Neues braucht, brachte Robert Pfarrwaller als Vertreter des Großhandels auf den Punkt: „Fast alle gemeinsamen Branchenevents sind verschwunden, es gibt zunehmend Einzelevents – das ist keine gute Entwicklung in Hinblick auf die Energiewende. Aber die Elektrifizierung findet ja statt, daher sollte die gesamte Branche – von der E-Technik bis hin zur Erneuerbaren und der E-Mobilität – Flagge zeigen. Der Großhandel unterstützt ein solches gemeinsames Event und zumindest Sonepar und Rexel als die beiden führenden Unternehmen in diesem Bereich werden immer in den Jahren, in denen die Branchenmesse stattfindet, auf ihre Hausmessen verzichten." Auch Thomas Farthofer als Sprecher der Industrie mahnte, dass „wir als Wertschöpfungskette uns Themen wie die Energie- und Wärmewende nicht aus der Hand nehmen lassen dürfen." Und Christian Bräuer gab sich ebenfalls überzeugt, dass „die Branche viel bewegen kann, wenn wir an einem Strang ziehen."

Robert Pfarrwaller, Andreas Wirth, Christian Bräuer und Thomas Farthofer (v.l.) traten geschlossen für ein neues Veranstaltungsformat der gesamten Elektrobranche ein.

Bereits vor rund einem Jahr wurde ein Pitch durchgeführt, um dieses gemeinsame Vorhaben der Branche auf Schiene zu bringen. Mit JU.connects ging der Zuschlag an einen etablierten Veranstalter von Branchenevents. CEO Thomas Jungreithmair ist durch frühere Fachmessen bestens mit der Elektrobranche vertraut und stellte bei seiner Präsentation das Format „e-Players" vor, mit dem im Frühjahr 2024 der Kick-off zur neuen Messe erfolgt.

e-PLAYERS
DAS KICK OFF EVENT DER ELEKTROBRANCHE

Das Logo links darf man sich getrost vormerken – es wird bis zum Event im Mai 2024 ständiger Begleiter der Branche sein. Den Rahmen für das Event e-Players bildet die LASK Arena Linz (re.).

„E-PLAYERS" IM ANMARSCH

e-Players ist als Symposium konzipiert, das am 15. und 16. Mai 2024 in der LASK Arena Linz über die Bühne gehen wird und sich in erster Linie an Geschäftsführer und Entscheider aus der Branche richtet. Ziel ist es, durch einen gemeinsamen Auftritt von Bundesinnung, WKÖ-Fachausschüssen, Elektrohandel, Elektroinstallation, Photovoltaik und E-Mobilität zu zeigen, wohin die Reise der Branche geht – der passende Slogan lautet bekanntermaßen „Die Zukunft ist elektrisch!". Es handelt sich bei e-Players somit nicht um eine Messe, sondern ein Event, bei dem Aspekte wie Networking, Erfahrungsaustausch, Branchenpositionierung, Ideenfindung u.Ä. im Fokus stehen. Ausgelegt ist die Veranstaltung auf 1.500 Besucher. Die gewonnenen Erkenntnisse sollen in die Planung der Messe 2025, die derzeit unter dem Arbeitstitel „New Electric World" läuft und wahrscheinlich in Salzburg stattfinden wird, einfließen. Ein erstes Messekonzept soll Ende 2023/Anfang 2024 vorliegen.

Daran, dass es sich bei e-Players – dem Wunsch der Branchenvertreter entsprechend – um etwas Besonderes handelt, ließ Jungreithmair bei der Vorstellung der Veranstaltungsdetails keine Zweifel aufkommen. Die LASK Arena ist das modernste Fußballstadion Österreichs (inklusive Top-Catering), die Stadt Linz gut erreichbar und mit ausreichender Hotelkapazität ausgestattet. Die Eventlocation selbst ist in mehrere Stages aufgeteilt, wo durchgehend Fachvorträge, Panel-Diskussionen, Key-Notes sowie Special Talks geboten werden und auch rund 50 Aussteller die Möglichkeit haben, sich in sehr kompakter Form zu präsentieren. Auf dem Programm stehen zudem hochklassige „Side-Events" wie ein Charity-Fußballspiel, ein Galaabend oder ein Drohnen Show-Act. Im Vorfeld des Events wird auch ein eigener Kick-off Film mit Stimmen aus der Branche produziert. Die Event-Website www.e-players.at mit weiteren Details wird in Kürze online gehen.

Jungreithmair, der nach der Präsentation viel Zustimmung erntete, machte aus den hohen Ansprüchen an die geplanten Veranstaltungen aber keinen Hehl: „Das Ziel für 2025 müssen mindestens 8.000-10.000 Besucher sein. e-Players ist ein erster Step dahin – wenn dort keine 1.500 Leute zusammenkommen, brauchen wir über 2025 gar nicht mehr reden." Als Sprecher des WKÖ-Fachausschusses Elektroinstallationstechnik forderte Karl Sagmeister entsprechendes Engagement: „Das ist unsere gemeinsame Veranstaltung als Industrie. Alle sind eingeladen mitzuarbeiten – denn wir müssen uns aus dieser ‚Grauwarenrunde' herausmausern, hin zu Treibern der Energiewende." Dem pflichtete Pfarrwaller bei: „Derzeit ist die Branche zerklüftet. Wenn wir gemeinsam Flagge zeigen, werden wir anders wahrgenommen – wir müssen also Stärke zeigen, um Stärke zu bekommen!" ■

NEUER BUNDESINNUNGSMEISTER: CHRISTIAN BRÄUER

Mit 28. September hat der Wiener Innungsmeister und bisherige BIM-Stv. Christian Bräuer (re.) offiziell die Führung der Interessenvertretung auf Bundesebene übernommen. Als seine Stellvertreter fungieren der OÖ Landesinnungsmeister Stephan Preishuber sowie Günther Kober aus der NÖ Landesinnung.

„Ich freue mich sehr über das Vertrauen der Landesinnungen und werde diese Herausforderung ganz im Sinne unserer Mitglieder mit vollem Elan und Tatkraft in Angriff nehmen. Ich kann dabei auf einer hervorragenden Vorarbeit von Andreas Wirth aufbauen und den Erfolgsweg unserer Branche weiter ausbauen. Unsere Berufsbilder müssen als echte Zukunftsbranchen etabliert werden und bei der Bevölkerung, aber auch der Politik als zuverlässig, modern, sicher und fachlich bestens ausgebildet wahrgenommen werden", so Bräuer zu seinen Zielen. Dabei dürfe aber nicht nur der Fachkräftemangel, sondern müsse auch der Arbeitskräftemangel in den Fokus der Aufmerksamkeit gebracht und geeignete Maßnahmen für die Mitgliedsbetriebe gesetzt werden. „Vom Ausbau erneuerbarer Energieträger und zugehörigen Verteilungsnetzen über Energiespeicher, Klimaschutz und nachhaltiger Mobilität bis hin zu automatisierten und energieeffizienten Gebäuden sowie modernen und sicheren Kommunikationsanlagen – bei all diesen Themen braucht es die Expertise unserer gesamten Branche", so Bräuer.

Die Sondersitzung des Wirtschaftsparlaments am 27. September war der große Rahmen zur Übergabe an der Spitze der burgenländischen Wirtschaftskammer (s.Fo.u.). Als Nachfolger von Peter Nemeth (li.) und neuer Wirtschaftskammerpräsident betonte Andreas Wirth gleich in seiner Antrittsrede, dass er sofort mit der Arbeit in den Bezirken und vor Ort beginnen werde: „Die Wirtschaftskammer ist gut aufgestellt und der Garant für eine schlagkräftige Vertretung der Wirtschaft im Burgenland. Ich starte umgehend eine Tour durch das Land und möchte mit möglichst vielen Unternehmerinnen und Unternehmern das Gespräch suchen. Für mich ist das Burgenland das Land der Möglichkeiten für Unternehmen und das soll es auch bleiben. Wer will, der kann!"

ELECTRONICPARTNER AUF DEN EFHT: RÜCKENWIND FÜRS JAHRESENDGESCHÄFT

Erfolgsgeschichten in Grün

TEXT: Wolfgang Schalko
FOTOS: ElectronicPartner, W. Schalko
INFO: www.ep.at

Der Messestand von ElectronicPartner war einmal mehr zentrale Anlaufstelle für die „grünen" Fachhändler und darüber hinaus ein Hotspot für die Präsentation aktueller Branchenthemen sowie exklusiver Produktneuheiten. Zur Freude der beiden Geschäftsführer Jörn Gellermann und Michael Hofer konnte man nicht nur eine große Zahl heimischer Mitglieder in Linz begrüßen, sondern auch Kollegen aus Südtirol.

Wollte man den heurigen Messeauftritt der Kooperation mit einem Wort beschreiben, dann wäre das wohl „Erfolgsgeschichten" – solche, die bereits am Laufen sind und solche, die ElectronicPartner gerade beginnt zu schreiben. In gewohnt professioneller Manier wurden die entsprechenden Angebote und Lösungen auf den Elektrofachhandelstagen vorgestellt. Dabei spielte einerseits die Warenpräsentation eine zentrale Rolle, wie etwa rund um das Thema DAB+, bei dem ElectronicPartner als Mitglied des Vereins Digitalradio Österreich eine Vorreiterrolle in der Branche einnimmt und, so Michael Hofer, „auf viele weitere Unterstützer" hofft. Andererseits bildete die Kommunikation einen Schwerpunkt, dem viel Raum gewidmet war: Der Messestand war somit auch ein „Ort des Wohlfühlens", an dem man sich austauschen und mit kulinarischen Köstlichkeiten stärken konnte.

Das Virtual Shelf wurde erstmals im Jahr 2011 präsentiert (im Bild links Friedrich Sobol auf der Futura) und erwies sich sofort als Volltreffer. Nun präsentierten Michael Hofer und Jörn Gellermann die neue, weiter verbesserte Version.

am Punkt

ELECTRONICPARTNER
präsentierte auf den EFHT ein breites Spektrum an Produkten und Dienstleistungen.

HIGHLIGHTS
waren die neue Version des Virtual Shelf sowie der neue Service EP:Recruiting.

„Das beste Produkt der Branche ist noch besser geworden."

MICHAEL HOFER

LEISTUNGSSCHAU

Natürlich standen die Services und Dienstleistungen der Kooperation ebenfalls im Rampenlicht. „Wir leisten einen wirtschaftlichen Beitrag zum unternehmerischen Erfolg unserer Händler und zeigen aktuelle Ertragschancen. Durch tolle Zusatzkonditionen für viele namhafte Hersteller sind hier beispielsweise bis zu 9 % Mehr-Ertrag bei kleiner Weißware möglich", erklärte Hofer anknüpfend an die erfolgreichen Aktivitäten im Rahmen der Grünen Infotage.

Auch an den Werbe- und Marketingkonzepten wird ständig gefeilt. Während man den detaillierten Werbeplan für 2024 bei den Infotagen im Herbst vorstellen wird, war die richtungsweisende Neuheit in diesem Bereich in voller „Lebensgröße" am Messestand zu sehen (und selbstverständlich

Li.: Digitalradio Österreich-GF Thomas Pöcheim und sein Team stellten den Besuchern die Vorteile von DAB+ sowie die passenden Endgeräte vor.

Re.: Der Messestand von EP: war an beiden Tagen sehr gut frequentiert und wurde intensiv für den persönlichen Austausch genutzt.

im Live-Betrieb zu erleben): die neue Version des Virtual Shelf. Die Idee zu diesem „digitalen Verkaufsassistenten", wie der heutige Vorstand Friedrich Sobol das Virtual Shelf damals bezeichnete, stammt aus dem Jahr 2011. 2012 erfolgte der flächendeckende Roll-out (mit einer dreistelligen Zahl an Standorten innerhalb des ersten Jahres) und hat seither „viele Fachhändler und Kunden begeistert", wie Hofer anmerkte. „Die neue Version bedeutet einen echten Quantensprung. Damit ist das beste Produkt der Branche noch besser geworden." Das entsprechende kostenlose Update wurde in den Tagen nach der Messe an allen Shelf-Standorten eingespielt.

Beim Thema Personalsuche unterstützt die Kooperationszentrale die Mitglieder ebenfalls seit langem, z.B. beim Gestalten und Schalten von Anzeigen. „Mit unserem neuen, sofort verfügbaren Service ‚EP:Recruiting' heben wir das Thema jetzt auf die nächste Ebene. Fünf einfache Schritte führen vom Aufgeben des Stelleninserats bis hin zum Bewerbungsgespräch. Wir konzentrieren uns dabei auf Social Media – Stichwort Employer Branding, sodass unsere Händler nicht nur Mitarbeiter finden, sondern diese sich sogar aktiv bei den Betrieben bewerben", so Hofer.

QUALITÄT IST TRUMPF

Als kontinuierlicher Prozess wurde die EP:Qualitätsoffensive präsentiert: Mehr als 200 Standorte wurden in den vergangenen Jahren gemeinsam mit dem Partner Schwarz und Niesner Einrichtungs GmbH modernisiert. „Die Qualität unserer Systems konnte auch bereits Lieferanten aus der Weißware überzeugen – ich denke, das spricht für uns", betonte der GF. Apropos: Für sich spricht auch das Weiterbildungsprogramm EP:Campus, bei dem zu den vier Säulen strategische Ausrichtung, Verkauf/Akquise, digitale Sichtbarkeit sowie Persönlichkeitsentwicklung in den vergangenen fünf Quartalen mehr als 1.000 Seminartage von den Mitgliedern absolviert wurden. Denn, so das Credo Hofers: „Wir unterstützen die Händler bestmöglich – die letzte Meile muss aber jeder selbst gehen. Der EP:Campus hat für alle Needs die passenden Antworten."

DER „GRÜNE" GEDANKE

Im Rahmen der Go Green-Initiative setzt die Verbundgruppe laufend Schritte zur Ressourcenschonung – von der hauseigenen PV-Anlage bis hin zu Goodies aus nachhaltigen Materialien. „Wir haben sogar einen nachhaltigen Messestand", betonte der GF. „Der wird seit fünf Jahren verwendet und nach den EFHT wieder in der Zentrale aufgebaut."

Besonders erfreulich fiel Hofers Resümee zum Klima- und Energiefondsprojekt aus: „Wir verzeichnen hier eine äußerst positive Entwicklung und bekommen positives Feedback aus allen Richtungen. Allen voran von unseren Händlern, die ja auch das maßgebliche Glied in der Kette sind, erfahren wir hier immer regeren Zuspruch. Wir sehen, dass unsere Mitglieder und die Energieberater der Caritas zu einem unschlagbaren Gespann werden – mittlerweile haben wir die Marke von 1.000 ausgelieferten bzw. installierten Geräten pro Monat erreicht und ich bin überzeugt, dass wir dieses Niveau halten können. An dieser Stelle möchte ich auch betonen, dass ich außerordentlich stolz auf unsere Mitarbeiter bin, denn es ist unglaublich, was diese hier leisten. Und ich danke auch den Herstellern, die sich mit uns engagieren und mitmachen. Unsere Mitglieder lade ich nochmals ein: Nutzen wir gemeinsam dieses Momentum. Wir sind die ‚Glücksboten von EP:' – das ist eine historische Chance für den sFachhandel." ■

ABENDVERANSTALTUNG IM SCHLOSS STEYREGG

Am Freitagabend folgten zahlreiche Mitglieder und Industriepartner der Einladung von Michael Hofer und Jörn Gellermann ins stilvolle Schloss Steyregg, wo nicht nur allerlei kulinarische Köstlichkeiten kredenzt wurden, sondern die beiden Geschäftsführer den Gästen (darunter auch Vorstand Karl Trautmann) zudem Einblicke in die aktuellen Entwicklungen der Kooperation sowie des Marktes gaben. Nach einem Blick auf die Struktur der momentan 800 Mitglieder (118 EP:Markenbetriebe, 446 ServicePartner, 153 eigenprofilierte, 58 TK-Shops sowie 25 Betriebe in Südtirol) folgte eine kurze Marktanalyse, die als positive Nachricht ein wieder leicht steigendes Konsumklima enthielt sowie die Erkenntnis, dass trotz leichten Rückgängen in den vergangenen beiden Jahren fast alle Warengruppen gegenüber 2019 (Vor-Corona) Zuwächse verbuchen konnten und auch die Verbundgruppe in Österreich besser als der Markt performte. Danach boten die beiden GF einen Überblick über die wichtigsten laufenden und geplanten Projekte der Verbundgruppe, ehe man den Abend bei delikaten Cocktails und Musik von DJ Andy White schwungvoll ausklingen ließ.

EFHT-PREMIERE VON E&W

Mittendrin statt nur dabei

elektro.at VIA **STORYLINK: 2310018**
TEXT: Wolfgang Schalko | **FOTOS:** Redaktion | **INFO:** www.elektro.at

Das E&W-Team machte auf den heurigen Elektrofachhandelstagen Bekanntschaft mit der „anderen" Seite – sprich als Aussteller. Wir durften uns über regen Besucherzustrom freuen und viele interessante Gespräche mit Ihnen – unseren Lesern – führen.

Ihr seid die mit dem Schlüssel?" Mit dieser Frage begrüßten die meisten Standbesucher das E&W-Team – schließlich hatten alle Messebesucher beim Eingang eine Gewinnkarte samt Schlüssel erhalten. „Ja, dem Schlüssel zum Erfolg", lautete somit die passende Antwort. Dafür stehen bekanntermaßen die Angebote von E&W und *elektro.at*.

Für manche war es aber auch der Schlüssel zum Glück (siehe Fotogalerie), denn im Rahmen unseres Gewinnspiels wurden zahlreiche hochkarätige Preise ausgespielt – vom Premium-Smartphone über eine Wallbox bis hin zu Netzwerkprodukten, Power Banks, Kopfhörern und DAB+ Radios. An dieser Stelle ein herzliches „Danke!" an unsere Sponsoren.

GEBEN UND NEHMEN

E&W war aber natürlich nicht nur vor Ort, um Gewinne (und süße Trostpreise) zu verteilen, sondern – ganz dem Networking-Gedanken der Messe folgend – um sich mit den Fachhändlern und -händlerinnen persönlich auszutauschen. Dafür hatten wir auch einen kurzen Fragebogen vorbereitet, den viele von Ihnen bereitwillig ausgefüllt haben und dessen Ergebnisse wir uns selbstverständlich zu Herzen nehmen. Herzlichen Dank daher auch all jene, die uns in Linz besucht und sich die Zeit genommen haben, Gutes noch besser zu machen! ■

Mehr vom E&W-Messeauftritte gibt's via Storylink 2310018 auf elektro.at.

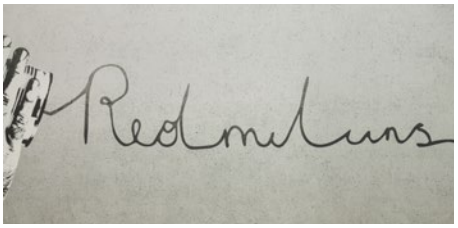
VERBINDET EUCH DAHEIM ***IM SCHNELLSTEN*** **INTERNET** ÖSTERREICHS.

T· Magenta

VERBINDET EUCH ***MEHR***

OOKLA
SPEEDTEST AWARDS
SCHNELLSTES INTERNET
2023

***Servicepauschale € 33 jährlich. Aktivierungsentgelt** im Aktionszeitraum **€ 19,99**. Rabattierung der mtl. Grundgebühr (GGB) auf € 15 für die ersten 12 Monate für Internet gültig für Neukunden bei Bestellung bis auf Widerruf (ausgenommen DSL-Internet, Hi!Magenta sowie Tablet-Internet) bei **24 Monaten Mindestvertragsdauer.** Ab dem 13. Monat Verrechnung der regulären mtl. GGB lt. Entgeltbestimmungen zum Zeitpunkt der Anmeldung (z.B. **gigakraft 250 um € 42 mtl.**). Technische Verfügbarkeit vorausgesetzt. Details auf magenta.at. **Basierend auf einer Analyse von Ookla® von Speedtest Intelligence® Daten für Q1–Q2 2023**. Ookla-Marken werden unter Lizenz verwendet und mit Genehmigung abgedruckt. Schnellstes Internet bestätigt von Ookla aufgrund Testsieges in den Kategorien schnellstes Mobil- sowie Festnetz Österreichs.



Geschafft: Zwei Tage Vollgas. Am RED ZAC Stand war permanent etwas los, die Besucher wurden informiert, verköstigt und bespaßt. Das RED ZAC-Team hatte alle Hände voll zu tun, war am Ende dementsprechend geschafft – aber auch glücklich. Denn die Messe war in ihren Augen „der Hammer".

DAS WAR DER RED ZAC EFHT-AUFTRITT 2023

„Der Spirit war großartig"

TEXT: Stefanie Bruckbauer | **FOTOS:** Stefanie Bruckbauer, Dominik Schebach | **INFO:** www.redzac.at

Das über Monate betriebene Einladungsmanagement der RED ZAC Zentrale hat sich ausgezahlt: Der RED ZAC EFHT-Auftritt war ein Bomben-Erfolg. Generell war die Messe großartig, wie Brendan Lenane im Messe-Gespräch mit E&W feststellt. Das Format habe sich nun gefestigt, sagt der RED ZAC Vorstand. Jetzt brauche es nur noch ein paar kleine Adaptierungen, die das Format noch besser machen und die Branche vereinen.

Über Monate betrieb die RED ZAC-Zentrale im Vorfeld der EFHT ein intensives Einladungsmanagement, um den Händlern Lust auf einen Messe-Besuch zu machen. Der mehrstufige Einladungsprozess umfasste u.a. eigens designte Einladungen, Safe-the-Date-Karten, „Hast Du schon ...?"-Checklisten für die Händler, Hand-outs für den Außendienst, einen Messe-Countdown, etc. Die Information wurde auf mehreren Kanälen transportiert: persönlich, postalisch, via Infoservice und E-Mail. „Wir penetrierten alle uns zur Verfügung stehenden Mittel und Wege, um unsere Mitglieder zu mobilisieren", berichtet RED ZAC Vorstand Brendan Lenane im Gespräch mit E&W – und: Es hat sich ausgezahlt.

> „Der erste Schritt, die Branche in ihrer Breite zu vereinen, ist gelegt!"
>
> BRENDAN LENANE

RUND-UM-SERVICE-PROGRAMM

„Die diesjährigen EFHT waren ein Bomben-Erfolg. Der Spirit war großartig!", so der sehr zufriedene RED ZAC Vorstand. Das Rund-um-Service-, -Informations und -Verwöhn-Programm der Zentrale wurde von zahlreichen Mitgliedern in Anspruch genommen. Ob die interne Impulspräsentation (mit komprimierten Updates zu diversen laufenden Projekten) im Rahmen der Generalversammlung, die jedes Jahr im Zuge der Herbstmesse abgehalten wird. Oder die Partnerzone, in der sich alles um Nachhaltigkeitsthemen drehte und u.a. neoom als neuer Partner vorgestellt wurde, mit dem man nun die Energiewende vorantreiben und den Strommarkt revolutionieren möchte.

Es gab eine von Omnichannelpartner Jolioo bespielte Beratungszone, das alljährliche Lehrlingsseminar der RED ZAC-Akademie sowie die bewährten, geführten und bei Industrie sowie RED ZAC Händlern beliebten Standtouren zu den einzelnen Ausstellern. Auch ein Meet & Greet mit Fußballlegende Herbert Prohaska in Zusammenarbeit mit Masimo Consumer (ehemals Sound United) wurde veranstaltet und nachdem so ein geballtes Programm auch mächtig Hunger machen kann, wurde seitens der Zentrale natürlich auch für das leibliche Wohl am Messestand gesorgt. Auch dieses Mal stand der beliebte Spitzenkoch Harry Albel an den Herdplatten und bereitete für die ZACis und andere Besucher Gerichte aus der Sterneküche zu. Für den nötigen Koffeinkick sorgte ein Barista an der Nespressobar.

Am Abend des ersten Messetages ging es mit den Mitgliedern und Industriepartnern schließlich auch noch auf die Donau. Eine

Immer freundlich und hilfsbereit: (v.li.) Andrea Wallisch und Katharina Astrenberg aus der RED ZAC Zentrale.

RED ZAC und neoom machen nun gemeinsame Sache, wie auf den EFHT ersichtlich war. Das gemeinsame Ziel ist es, den Strommarkt zu revolutionieren.

Natürlich fand im Rahmen der Messe auch wieder das Lehrlingsseminar für Jung-ZACis statt. Unter anderem zu den Themen Bedarfserhebung und Cross- & Up-Selling sowie mit dem Teambuilding-Event „Escape the Hotel".

Bei RED ZAC gab es ein Meet & Greet mit (dem „Analysator der Nation") Herbert Prohaska (5. + 6. von rechts + links) in Zusammenarbeit mit Masimo Consumer.

Fahrt auf dem Galaschiff „Regina Danubia" stand auf dem Programm – mit Dinner, Alois Reiters Weinbar, einem Mentalisten, der den ganzen Abend lang die Gäste zum Staunen brachte, und der Verleihung des „Zac of the year" (mehr dazu im Kasten rechts unten).

> „Die Elektro-Branche zählt zu den größten des Landes. Geben wir ihr doch eine Bühne und dem einen Namen und wer weiß, was sich daraus alles entwickeln kann."
>
> BRENDAN LENANE

DIE BRANCHE VEREINEN

Das Format habe sich aufgrund des großen Erfolges in diesem Jahr „gefühlt gefestigt", wie Lenane feststellt. „Nun denke ich, dass es noch ein paar kleine Adaptierungen braucht, die zum Besseren führen und die Branche komplett schließen." Soll heißen: „Alle drei Kooperationen richten ihr Tun zur Gänze auf ihre Mitglieder aus. Die Mitglieder sind aber zum Großteil (zumindest bei RED ZAC ist es so) nicht nur Elektrohändler, sondern auch Elektroinstallationsbetriebe. Nun zeigen wir ihnen Kabel, Klemmen und Schalter auf der einen Messe und Hausgeräte sowie Unterhaltungselektronik auf einer anderen Messe. Meiner Meinung nach muss das nicht so sein!", erklärt Lenane. Der Vorstand weist darauf hin, dass die EFHT dieses Jahr gegenüber anderen Bereichen bereits „geöffnet" wurden und spricht damit Aussteller aus den Bereichen Photovoltaik und Elektromobilität an. „Der erste Schritt, die Branche in ihrer Breite zu vereinen, ist also schon gelegt!"

Wie Lenane sagt, wird dieser integrative Gedanke immer wichtiger. „Und diese Integration schafft NUR der Fachhandel. Ein Haus bauen, dieses smart machen und mit Elektroprodukten jeglicher Art ausstatten – von Geräten über Vernetzung bis Photovoltaik und Elektromobilität – das kann nur der Fachhandel. Das muss unser Anspruch sein, da müssen wir hin!"

Der Vorstand sagt: „Unser Wunsch ist es, dass sich die Großhändler, die Elektroinstallationsbranche und die Handelsbranche auf einen Termin einigen, an dem die Branche als Ganzes auftritt. Die Elektro-Branche zählt zu den größten des Landes. Geben wir ihr doch eine Bühne und dem einen Namen und wer weiß, was sich daraus alles entwickeln kann! Ich sage immer: Denke groß und konzeptioniere ums Eck! Warum schaffen wir nicht eine Plattform, mit der wir alle zusammen riesigen Spaß haben?"

Wie Lenane anmerkt, denkt er damit nichts Neues. „Viele Leute, mit denen ich gesprochen habe, gehen mit dieser Meinung konform. Und wie gesagt, der erste Schritt wurde dieses Jahr gesetzt. Auf der Messe gab es E-Autos, Ladestationen, PV-Anlagen, Speicher, smarte Systeme, etc. und das macht auch absolut Sinn. Jetzt müssen wir uns nur über den nächsten Schritt drübertrauen. Es fehlt lediglich der letzte Konsens und der letzte Impuls, in diese Richtung zu gehen." ■

In der „Nacht der Yacht" gab es gleich zwei Gründe zu feiern: Der „Zac of the year" für Liebherr und der Geburtstag des Vorsitzenden des RED ZAC-Aufsichtsrates Volker Meier.

AND THE ZAC GOES TO ...

Im Zuge der Abendveranstaltung auf der „Regina Danubia" wurde auch der „Zac of the year" vergeben. Dieser geht traditionell an Industriepartner von RED ZAC, die sich im vergangenen Jahr besonders hervorgetan haben, und das war heuer Liebherr.

Entgegen genommen wurde der „Zac" von Thomas Ausserdorfer (Head of Sales Austria & East Europe) und Lukas Steiner (Sales Manager Austria). Die beiden waren sichtlich hoch erfreut ob der Auszeichnung und sagten im Anschluss im Gespräch mit E&W: „Mit viel Stolz, Freude und Demut haben wir – stellvertretend für das großartige Team der Liebherr Hausgeräte – diesen sensationellen Award ‚Zac of the year' entgegengenommen. Es freut uns riesig, dass Fachhandelsorientierung, Qualität der Produkte und Betreuungsqualität von Liebherr in dieser Art und Weise gewürdigt und bestätigt werden. Vor allem freut uns der immerwährende partnerschaftliche Kontakt auf Augenhöhe mit allen ZACis seit vielen Jahren. Diese Werte werden wir auch in der Zukunft beibehalten und weiterhin tagtäglich leben."

EFHT 2023: EXPERT GEHT GESTÄRKT IN DEN HERBST

Eigene Konjunktur

TEXT: Dominik Schebach | **FOTO:** Expert, Schebach | **INFO:** www.expert.at

Gesunde und innovative Mitgliedsbetriebe, wie die nominierten Unternehmen zum Expert des Jahres 2023, bilden für Expert-GF Alfred Kapfer die Basis dafür, dass die Kooperation ihre eigene Konjunktur machen könne.

Im Rahmen der Elektrofachhandelstage fand auch dieses Jahr die Herbsttagung von Expert statt. GF Alfred Kapfer gab dabei klar die Richtung für das Weihnachtsgeschäft vor. Angesichts der Rahmenbedingungen müsse man selbst für die notwendige Konjunktur sorgen. Die Voraussetzungen sind dafür günstig, wie Kapfer zusammen mit Expert-ML Matthias Sandtner gegenüber E&W in Linz darlegte.

am Punkt

GESUNDE MITGLIEDER
und erledigte Hausaufgaben bilden die Basis für den weiteren Erfolg.

EXPERT ABENDVERANSTALTUNG
Ehrenexpert an Miele-VL Ingo Wimmer, Mitgliederpreis geht nach Tirol

Fragte man Expert-GF Alfred Kapfer in Linz zu seinem Resümee über die Elektrofachhandelstage, so fiel seine Antwort sehr deutlich aus: „Es ist super, dass es diese Messe gibt. Besonders gefällt mir das kompakte Format. Man sieht, ein Treffen Mensch-zu-Mensch im Rahmen einer Messe wird nie überflüssig." Großes Lob gab es vom Expert-GF in diesem Zusammenhang auch an die Aussteller sowie das Messe-Team von Messeleiterin von RX Austria & Germany Barbara Riedl. Dass die Parkplatzsituation unter diesen Umständen wieder für Kritik gesorgt hatte, hielt er in dieser Hinsicht als ein lösbares Problem.

SCHWIERIGE BEDINGUNGEN

Für die kommenden Monate zeigte sich Kapfer betont optimistisch. Aktuell zählen zwar die Gewinner der Corona-Pandemie zu den Verlierern. Trotzdem gebe es genügend Gründe, zuversichtlich in die Zukunft zu blicken. Denn einerseits habe Expert in den vergangenen Monaten seine Hausaufgaben gemacht und bei den Kosten den Gürtel enger geschnallt. Andererseits wurde nach der Pandemie die eigene Logistik gestrafft und der allgemeine Lagerstand reduziert. Das betraf laut Kapfer vor allem die WW: Da wurde das Speditionslager aufgelöst und zurück ins eigene Haus bzw. das eigene Außenlager geholt, wofür man eine „vernünftige Lösung" gefunden hätte. Ansonsten hatten die Überlager in den vergangenen Monaten vor allem Auswirkungen auf den Reinverkauf – allerdings geht Kapfer davon aus, dass sich hier für das 2. HJ die Situation normalisiert habe.

Was Expert zusätzlich entgegenkomme, sei nach Ansicht von Kapfer die Struktur der Mitgliedsbetriebe: „Wir haben sehr gesunde Mitgliedsbetriebe, die meistens auf mehreren

Beinen stehen und sich sehr stabil entwickeln. Außerdem passen unsere Strukturen als Kooperation zu den Mitgliedern. Das macht die derzeitigen Rahmenbedingungen nicht besser, aber schafft ein gutes Fundament für den langfristigen wirtschaftlichen Erfolg."

Und dass es hier einigen Grund zum Optimismus gebe, dafür führte Kapfer in seinem Referat bei der Expert-Tagung sowie gegenüber E&W gleich mehrere Punkte an. Der erste sei die bereits oben erwähnte Normalisierung in den Lieferketten, womit wieder Ruhe in den Markt einkehren sollte. Daneben spielen allerdings auch einige Themen wie Energiesparen und Nachhaltigkeit der Kooperation in die Hände, wie der Expert-GF betonte. Hier könnten die Mitglieder ihre Kompetenz perfekt ausspielen, besonders die Mischbetriebe hätten diesbezüglich auf Jahre hinaus einen Vorteil. Damit verbunden sieht Kapfer aber in der Vernetzung einen Hoffnungsbereich für Expert: „Am Smartphone den Kühlschrankinhalt zu überprüfen, überzeugt noch nicht. Aber wenn es darum gehe, Energie zu sparen und die Hausgeräte mit der PV-Anlage zu koordinieren, sodass die Waschmaschine nur den eigenen Strom verbraucht, das ist ein leicht erklärbarer Nutzen und maßgeschneidert für unsere Mitglieder. Ziel muss es deswegen sein, eine eigene Konjunktur zu schaffen und auch sonst das ganze Jahr über eine Nasenlänge voraus zu sein."

WEIHNACHTEN & BLACK FRIDAY

Was sich die Kooperation speziell für die Hauptsaison überlegt hat, das erläuterte ML Matthias Sandtner. So will die Zentrale die Mitglieder bestmöglich vor Ort stärken, dazu wurde ein umfangreiches Marketingpaket geschnürt – vom klassischen Prospekt über E-Mail-Newsletter bis hin zu Social Media-Posts, welche den Mitgliedern zahlreich zur Verfügung gestellt werden, um die Sichtbarkeit der Mitglieder und ihrer Mitarbeiter in der Region zu erhöhen.

Mitgenommen werde auch Black Friday, wie Sandtner ausführte: „Inzwischen erwarten das die Kunden, deswegen werden wir mit ausgewählten Produkten in dieser Woche aktiv sein. Zudem bekommt jedes Mitglied auf Wunsch die entsprechende Unterstützung, um Black Friday am POS umzusetzen."

Einen Ehren-Expert gab es für Miele-VL Ingo Wimmer, für seine FH-Orientierung, wie Expert-GF Alfred Kapfer erklärte.

REPARATURBONUS

Unterstützung gibt es für die Mitglieder auch beim Reparaturbonus Neu. Hier hat Expert eine eigene Landingpage eingerichtet, sodass die Endkunden schnell ihren Expert-Reparaturbetrieb in der Region finden, wie Sandtner betont: „Wir sehen das als Nachhaltigkeitsthema, gleichzeitig schafft es Frequenz. Der große Vorteil: Es geht nur offline – und wenn das Gerät nicht mehr zu reparieren ist, dann ist der FH in der besten Position, wieder etwas Neues anzubieten."

MULTICHANNEL

Ein Herzensanliegen bleibt für Kapfer und Sandtner schließlich die Multichannel-Strategie. „Multichannel ist wichtiger denn je, um den Kunden mit der Marke Expert in Berührung zu bringen und an jedem möglichen Kontaktpunkt abzuholen. Jeder Kunde informiert sich vorab im Netz, mit Multichannel können wir viele von ihnen zu unseren Mitgliedern in die Geschäfte lenken", so Sandtner.

Wie das möglich ist, schilderte den Expert-Mitgliedern Johann Wieshuber von Expert Baumgartner im 2. Wiener Gemeindebezirk. Der Expert-Händler versucht konsequent mit den Online-Kunden, welche von der Zentrale an ihn weitergeleitet werden, in Kontakt zu kommen: „Mit wenigen Fragen z.B. zur Einbausituation stellen wir unsere Kompetenz heraus – damit haben wir weniger Rückläufer, weil der Kunde gleich das richtige Gerät kauft und wir können Zubehör anbieten. Indem wir sie aus der Anonymität holen, wollen wir aus Online-Kunden Offline-Kunden machen."

EXPERT-GALA

Den krönenden Abschluss der Messe bildete für die Kooperation wieder die traditionelle Expert-Gala im Kaufmännischen Palais in Linz. Diesmal wurde nicht nur der gewohnte Mitglieder-Preis für das beste Projekt des vergangenen Jahres verliehen, Expert vergab auch einen Ehren-Expert an Ingo Wimmer, Director Sales Miele Österreich. Wimmer befindet sich damit in ausgewählter Gesellschaft. Bisher wurde diese Auszeichnung nur einmal vergeben: Der erste Ehren-Expert ging an den ehemaligen BSH-GF Franz Schlechta.

Für den Mitgliederpreis waren drei Expert-Mitgliedsbetriebe mit insgesamt vier Standorten nominiert: Expert EAH aus Tirol, Expert ETECH mit seinen Standorten in Molln und Neuhofen sowie Expert Gamsjäger in Bergland. Die Wahl der Mitglieder fiel schließlich auf Expert EAH aus Stanz bei Landeck. Das 1952 gegründete Unternehmen und nach Worten von Gesellschafter Joachim Mangweth der „Bergdoktor für alle Elektrogeräte" ist im vergangenen Jahr auf einen neuen Standort umgezogen. Das Unternehmen mit Handels-, Installations- und Reparatur-Bereich hatte dafür ein ehemaliges Autohaus adaptiert. ■

Große Freude herrschte beim Team von Expert EAH, vertreten durch die Gesellschafter Joachim Mangweth und Bernd Kolp sowie Verkäuferin Nina Bilgeri und Verkaufsleiterin Janine Mallaun, über den Mitgliederpreis.

Präsentation am POS ist wichtig. Deswegen verlost Wertgarantie im letzten Quartal drei dieser hochwärtigen Leuchtkästen unter seinen Partnern.

WERTGARANTIE MIT NEUEM THEMA UND VIEL DRIVE IN LINZ

Großes Finale im Jubiläumsjahr

elektro.at VIA **STORYLINK:2310024**
TEXT: Dominik Schebach | **FOTO:** D. Schebach | **INFO:** www.wertgarantie.at

Wertgarantie feierte mit seinen EFH-Partnern auf der Messe sein 60-jähriges Jubiläum. Aber das Team um Vertriebsgeschäftsführer Thilo Dröge und Verkaufsleiter Austria Konstantin Scheiermann hatte auch einige interessante Neuigkeiten für den Handel, darunter nicht zuletzt das neue Wertmanagement-Ausbildungsprogramm für Führungskräfte.

Der EFHT-Auftritt von Wertgarantie stand im Zeichen des 60-jährigen Firmenjubiläums. Dazu hat der Spezialversicherer sogar sein eigens gebrautes Jubiläumsbier mitgebracht. Das Unternehmen hatte auch einige wichtige Botschaften für die Besucher aus dem EFH. „Zwischen Lieferengpässen und Überlager sind Ertrag und Kundengewinnung wichtiger denn je. In beiden Bereichen hilft die Wertgarantie – besonders mit seinem Geburtstagskomplettschutz: Im Jubiläumsjahr haben damit die FH-Partner die Möglichkeit, Gebrauchtgeräte zu denselben Konditionen wie ein Neugerät zu schützen“, erklärte Thilo Dröge, Geschäftsführer Vertrieb, Wertgarantie, und verweist auf den Megatrend Nachhaltigkeit: „Zusammen mit unserem Motto ‚Reparieren statt wegwerfen‘ zahlen wir voll auf dieses Thema ein. Es zeigt sich immer wieder: Kunden, die ihre Geräte versichern, lassen ihre Geräte eher reparieren. Und das stärkt wieder die FH-Position.“

Der FH hat‘s gehört. Die starke Entwicklung von Wertgarantie hier zu Lande werde laut Dröge zu einem großen Teil aus dem Gebrauchtgeschäft getrieben. Mit dem Ende des Jubiläumsjahres endet allerdings auch der Geburtstagskomplettschutz. Dröge appelliert deswegen an die Partner, das verbliebene Quartal zu nutzen, um nochmals mit Wertgarantie durchzustarten.

GANZ NEUES THEMA

Daneben nutzte Wertgarantie die Messe, um dem Handel ein ganz neues Thema vorzustellen: Das Führungskräftetraining Wert-Management. Der Anstoß dazu kam laut Dröge von den Partnern, die sich nach dem erfolgreichen Wertgarantie-Profitraining etwas Ähnliches für Führungskräfte im Handel gewünscht hätten. Nun ist es so weit. Nach einem Jahr Vorbereitung ist das Wert-Management Training für Führungskräfte diesen Sommer mit den ersten zwei Online-Modulen gestartet. Modul 3 gehe derzeit in die Pilotphase. Dieses drehe sich um das Selbstverständnis der Führung. Bei genügend Teilnehmern im Unternehmen soll dieses Modul inhouse bei den Partnern stattfinden, ansonsten werde es auch regional gebündelt angeboten. Modul 4 befasst sich schließlich mit der Umsetzung im Handel. Der Roll-out für dieses Modul ist für Q2 2024 geplant. Das Programm soll mit den Schulungsangeboten der Kooperationen verzahnt werden.

„In Deutschland und Österreich haben bisher 50 Führungskräfte an den beiden ersten Modulen teilgenommen. Von denen erhielten wir ein tolles Feedback, weil das Programm sehr praxisnah ist“, so Dröge. „Vielen Führungskräften im Handel – z.B. Mitarbeiter nach einer Beförderung – fehlt oft die notwendige Ausbildung. Beim Wert-Management geht es um die zentralen Themen für den Fachhandel: Führungskräfte stärken, wie gehe ich mit Mitarbeitern um, wie kann ich sie motivieren, bis hin zu der Frage, wie kann ich Wertgarantie im Unternehmen verankern.“

ENDSPURT

Für das letzte Quartal ging Dröge in Linz von einem heißen Herbst aus. So sollen die Aktivitäten zum 60. Jubiläum noch bis zum Jahresende durchgefahren werden. Dazu ist jeden Monat eine weitere starke Aktion geplant. So stehen im Oktober wieder die Gebrauchtgeräte im Mittelpunkt. Und je aktiver die Partner sind, desto mehr Punkte für den VIP Bonus-Punkte können sie sammeln, was wiederum Folgen für den Wertgarantie Bonus hat. Und der kann ja für erfolgreiche Standorte durchaus hoch ausfallen, wie Dröge betonte. Den Abschluss des Jubiläumsjahres will Wertgarantie schließlich mit Partnern Anfang November in Hannover feiern – damit die Partner auch die Menschen hinter Wertgarantie kennenlernen können. ■

KIKA / LEINER

Fortführung beschlossen

TEXT: Dominik Schebach | FOTO: D. Schebach | INFO: www.elektro.at

Mit einer großen Mehrheit haben die Gläubiger von kika / Leiner dem angebotenen Sanierungsplan der neuen Eigentümer zugestimmt. Somit erhalten diese eine Quote von 20 %. Weitere je 5 % werden binnen 16 und 24 Monaten ab Annahme des Sanierungsplanes ausbezahlt. Zudem gibt es eine Sonderzahlung von Signa.

Aus Sicht der Gläubiger bewertet Gerhard Weinhofer, GF des Gläubigerschutzverbandes Creditreform, das Ergebnis als durchaus achtbar: „Kaum ein anderes Insolvenzverfahren der letzten Jahre stand derart im Blickpunkt der Öffentlichkeit und wurde so stark mit Emotionen aufgeladen. Nun kann man sagen, dass Dank der professionellen Arbeit der Organe des Insolvenzverfahrens die Gläubiger eine respektable Quote von mehr als 30 % erhalten und rund 1.800 Arbeitsplätze bestehen bleiben."

Zuvor hatte ein Gutachten des Wirtschaftsberatungsunternehmens Deloitte sowie die Stellungnahme des Insolvenzverwalters ergeben, dass bei einer Zerschlagung des Möbelhauses und der Verwertung des Vermögens eine Quote von lediglich 6,6 % zu realisieren wäre. Damit seien die angebotenen 20 % sowohl deutlich angemessener als auch binnen zwei Jahren aufgrund einer positiven Fortbestandsprognose erfüllbar. Seitens der Finanzprokuratur als Vertreterin der Republik hatte deren Präsident Wolfgang Peschorn auf eine höhere Quote als die sonst üblichen 20 % gedrängt. Offensichtlich erfolgreich, da der ehemalige Eigentümer – die Signa Holding – weitere 20 Mio. Euro für die Gläubiger drauflegen will. Über der Leiner & kika Möbelhandels GmbH wurde am 13. Juni 2023 ein Sanierungsverfahren ohne Eigenverwaltung eröffnet. Es waren mehr als 500 Gläubiger und 3.300 Arbeitnehmer betroffen. Die angemeldeten Forderungen betrugen insgesamt 131 Mio. Euro. ■

Rat & Tat

URLAUB VERJÄHRT NICHT

Bisher war die Rechtslage in Österreich so, dass nicht konsumierter Urlaub von Dienstnehmern am Ende von zwei Jahren nach Ende des eigentlichen Urlaubsjahres verjährte. Das wurde durch eine Entscheidung des Obersten Gerichtshofes Ende 06/2023 nun geändert: Der Urlaub verjährt nicht, wenn der Dienstgeber den Dienstnehmer nicht ausdrücklich und nachweislich zum Verbrauch aufgefordert und ihn über die drohende Verjährung aufgeklärt hat.

Bitte also unbedingt Dienstnehmer, die Urlaub ansparen, zum Verbrauch desselben anregen und nicht zu viel Urlaub zusammenkommen lassen!!

ENERGIEKOSTENPAUSCHALE KANN BEANTRAGT WERDEN

Die Energiekostenpauschale für Kleinunternehmer (Umsatz 2022 zwischen 10.000,- und 400.000,-) kann seit 08.08. und bis 30.11.2023 beantragt werden. Freie Berufe und verschiedene andere Branchen werden nicht gefördert, Näheres unter www.energiekostenpauschale.at

Der Antrag muss über das Portal www.usp.gv.at gestellt werden, man braucht dazu eine Handysignatur oder ID Austria; daneben muss man seine ÖNACE Kennzahl (Einordnung bei der Statistik Austria) und seinen Umsatz 2022 kennen.

Der Antrag selbst ist ganz einfach und man sieht auch gleich, wie viel Pauschale man bekommen wird. Im Antrag muss u.a. auch bestätigt werden, dass man in den letzten drei Jahren De-minimis-Beihilfen von maximal 200.000 Euro erhalten hat. Wer sich da nicht sicher ist, kann das eigene Unternehmen unter „Transparenzportal" im Internet suchen und die erhaltenen Förderungen dort abrufen.

INVESTITIONSFREIBETRAG FÜR ÖKOLOGISCH SINNVOLLE INVESTITIONEN

Mit Wirksamkeit 1.1.2023 wurde im Rahmen der Ökosozialen Steuerreform der Investitionsfreibetrag (IFB) als Anreiz für Investitionen ins steuerliche Anlagevermögen wiederbelebt.

Für ökologisch sinnvolle Anschaffungen kommt der IFB in Höhe von 15 % zur Anwendung, für klassische Investitionen beträgt der IFB 10 %. Im Mai wurde nun die Verordnung veröffentlicht, aus der ersichtlich ist, für welche Investitionen der erhöhte IFB anwendbar ist – bitte sprechen Sie sich mit uns ab, wenn Sie Investitionen mit einer Umweltkomponente planen.

K&W Kowarik & Waidhofer Steuerberatungs-KG

FÜR WEITERE AUSKÜNFTE STEHT IHNEN IHR RAT & TAT STEUERBERATER KANZLEI KOWARIK & WAIDHOFER UNTER (1) 892 00 55, INFO@KOWARIK.AT GERN ZUR VERFÜGUNG

WWW.KOWARIK-WAIDHOFER.AT

SAMSUNG ELECTRONICS: VOLLUMFÄNGLICH AUF DEN EFHT

„Wir meinen es ernst“

TEXT: Dominik Schebach, Stefanie Bruckbauer
FOTO: D. Schebach, S. Bruckbauer | **INFO:** www.samsung.at

Als Gesamtanbieter für den Fachhandel präsentierte sich Samsung Electronics Austria auf den Elektrofachhandelstagen in Linz. Gleichzeitig betonte der Hersteller die Bedeutung des Fachhandels als wichtigen Kanal für das kommende Weihnachtsgeschäft.

Hohen Besuch gab es beim Samsung-Stand auf den EFHT. Am ersten Messetag waren nicht nur Manuel Laporta Osante, Head of Division TV/AV Samsung Electronics Austria und Dietmar Rapp, Head of Digital Appliances Austria, in Linz anwesend, sondern auch Trevor Lee, Präsident von Samsung Electronics Austria. „Das zeigt, wie wichtig der Fachhandel für Samsung ist. Und es unterstreicht, wir meinen es ernst“, erklärte Laporta. Das spiegle sich auch im bisherigen Jahresverlauf wider, wie Laporta ausführt: „Wir hatten mit TV bisher ein sehr gutes Jahr im Fachhandel mit einem Marketshare von mehr als 30 % – in einzelnen Monaten sogar höher als 35 %. Das haben wir geschafft, weil wir als Brand auf den Fachhandel setzen, eine volle AD-Mannschaft zur Betreuung der Partner haben und fünf exklusive Fachhandelsserien bereitstellen.“

Damit umfasse das FH-Sortiment 23 TV-Modelle sowie eine eigene Soundbar. Dieses Angebot wolle der Hersteller laut Laporta auch dieses Jahr durchfahren – und natürlich den TV-Marketshare im Fachhandel weiter ausbauen. Ein wichtiger Aspekt des Erfolgs sei in diesem Zusammenhang die „exzellente“ Zusammenarbeit mit den Kooperationen, wie Laporta betonte. Diese soll auf jeden Fall weiter ausgebaut werden. Dazu setzte Samsung zu den EFHT auch eigene FH-Aktionen.

STARTRAMPE

Die Messe sieht Laporta als wichtige Startrampe für das kommende Weihnachtsgeschäft: „Hier auf der Messe führen wir viele wichtige Gespräche mit den Partnern im EFH. Derzeit sehen wir dem Q4 und dem Weihnachtsgeschäft sehr optimistisch entgegen. – Mit diesem Spirit wollen wir auch unseren Marketshare weiter ausbauen“, so Laporta. „Unsere Stärke ist die Vielfalt des Angebots: Wir haben für jedes Bedürfnis den richtigen Screen mit der richtigen Technologie. Das zeigen wir hier.“

Ein weiterer Schwerpunkt auf der Messe war das Thema SmartThings. Die Vernetzungsmöglichkeiten innerhalb der „Samsung-Family“ vom Fernseher bis zu WW hatte bereits auf der IFA eine zentrale Rolle bei der Präsentation des Herstellers gespielt. „SmartThings wird für uns zu einem immer wichtigeren Thema. Die Vorteile der Vernetzung der verschiedenen Geräte werden greifbarer. Wenn ich durch die genauere Steuerung des ganzen Hauses z.B. vom Fernseher aus bis zu 10 % des Energieverbrauchs einsparen kann, ist das für den Endkunden ein klar sichtbarer Nutzen“, so Laporta.

Samsung Head of Division TV/AV Manuel Laporta und Trevor Lee, Präsident von Samsung Electronics Austria, auf den Elektrofachhandelstagen.

BEREICHERUNG

Vernetzung wird auch bei den Samsung Hausgeräten großgeschrieben. Im Fokus standen darüber hinaus die Themen (Energie-)Effizienz und Samsung-Bespoke. Hinter „Bespoke“ steckt immer ein bisschen Premium oder wie Samsung sagt: „Hinter Bespoke steht die Idee, unser Leben durch Nachhaltigkeit, Konnektivität und Design zu verändern, indem der Alltag durch mehr Komfort und nachhaltige Innovationen bereichert wird.“

Nachhaltigkeit und Effizienz werden ja am ehesten bei Waschmaschinen sichtbar und solche wurden auf den EFHT auch präsentiert. Es handelte sich um die neuesten Samsung-Modelle, die in ihrer Erscheinung etwas kantiger sind, was dem Umstand geschuldet ist, dass sie nun 11 kg Beladungskapazität aufweisen und das bei gleichen Außenmaßen wie z.B. ein 8 kg Modell.

Die sogenannten 11 kg-„EcoxxxxBig“-Modelle stehen für „smarte Wäschepflege“ und

verfügen u.a. alle über die „Ecobubble"-Technologie. Diese erzeugt einen speziellen Schaumpolster, mit dem die Kleidung bereits ab 15°C „eindrucksvoll" gereinigt wird. Zudem wird der Gewebeabrieb durch feine Schaumblasen verringert. Das Topmodell unter den neuen Samsung 11kg-Geräten (im Bespoke-Design mit schwarzem Glas und schwarzer Bedienblende sowie mit 23 Programmen!) verfügt zudem über „AI-Wash". Mithilfe von vier Sensoren wird hier genau die passende Menge an Wasser und Waschmittel sowie das richtige Programm für die jeweilige Wäsche ermittelt. Ein Trübungssensor überwacht den Verschmutzungsgrad und sorgt bei Bedarf für die Zugabe von zusätzlichem Wachmittel oder eine längere Spülzeit.

Ein weiteres Feature ist „AI Control". Dieses neue Simple Control-Bedienkonzept „denkt mit" und lernt durch künstliche Intelligenz. Dabei werden Programme z.B. anhand der Waschgewohnheiten sortiert oder automatisch der passende Trockengang für die frisch gewaschene Wäsche voreingestellt. Die Samsung „SmartThings App" berät, plant und unterstützt den Benutzer zusätzlich. Auf den Digital Inverter Motor in den Top-Modellen gewährt Samsung zudem 20 Jahre Garantie.

FAMILIÄRER CHARAKTER

Dietmar Rapp, Head of Digital Appliances Austria, sagt in seinem Messe-Resümee: „Ich bin ein sehr großer Fan der EFHT und möchte mich bei den Kooperationszentralen für deren Initiative rund um eine österreichische Fachhandelsmesse bedanken!" Die Qualität der Besucher und Gespräche war großartig. „Es ist wie ein großes Klassentreffen. Neben hochwertigen Geschäftskontakten hatte ich auch viel Spaß bei schnellen Chats im Vorbeigehen", berichtet Rapp, laut dem der Standort und die Größe der Veranstaltung all das zusätzlich fördern würden. Standort und Größe lassen zudem keine „Gigantonomie" zu und so seien alle Ansprechpartner am Messestand greifbar und nicht in Meeting Räumen, was Rapp ebenso gefällt.

Positiv merkt der Head of Digital Appliances darüber hinaus die Konzentration auf Fachbesucher an, gleichzeitig sei das Format offen für alle Vertriebsformen. Lediglich die Parksituation könnte noch verbessert werden, wie Rapp als einziges Manko festhält.

Die neuen 11 kg Waschmaschinen von Samsung.

Abschließend meint er: „Die Elektrofachhandelstage sind wichtig für den Gedankenaustausch, die Dynamik und den Zusammenhalt unserer Branche. Wir freuen uns auf eine Teilnahme im nächsten Jahr!" ■

Die X-trastarken Servicepakete für den Handel garantieren beste Serviceleistung direkt beim Endkunden.
Profitieren Sie vom Mehrwert unserer Serviceleistungen und gewinnen Sie wertvolle Zeit für Ihre Kernaktivitäten!

Profitieren Sie unter anderem davon:
- Terminkoordination mit dem Endkunden
- Abdeckung von saisonalen Personalengpässen
- Full-Service vorort beim Endkunden
- Entfall von umständlichen Anfahrtswegen, Parkplatzsuche und -gebühren
- Kein Aufwand mit der Entsorgung von Verpackungsmaterial oder Altgeräten

Unser Rundum-Sorglos-Paket:
Wählen Sie je nach Bedarf zwischen 22 verschiedenen Servicepaketen. Buchen Sie Ihr "Rundum-Sorglos-Paket" am besten gleich bei Ihrer nächsten Bestellung im SCHÄCKE Webshop oder direkt in Ihrer Niederlassung.

www.schaecke.at/aus/fachhandel-services

SCHÄCKE

REXEL
SCHÄCKE ist eine Marke von REXEL Austria

BAYTRONIC UND LG SETZEN MIT GEMEINSAMEM EFHT-AUFTRITT EIN STATEMENT

Eingespieltes Team

TEXT: Wolfgang Schalko | **FOTOS:** J. Jamy, W. Schalko | **INFO:** www.lg.com/at, www.baytronic.at

Einmal mehr präsentierten sich LG und Baytronic auf den EFHT im „Doppelpack" und sorgten mit dem Gemeinschaftsstand für einen Besuchermagnet. Im Fokus stand neben aktuellen Produkthighlights vor allem der persönliche Austausch.

Baytronic-GF Franz Lang und LG Österreich-CEO Ji Woo Lee vor dem Messehighlight M3 – dem ersten kabellosen Consumer OLED-TV.

Der Messeauftritt bei den Elektrofachhandelstagen machte es ebenso deutlich wie ein Blick auf die Performance am Markt: Wer im heimischen Fachhandel von TV spricht, kommt an Baytronic (und damit den beiden Marken LG und NABO) nicht vorbei. Im ersten Halbjahr 2023 war mehr als jeder dritte Fernseher, der im österreichischen Elektrofachhandel verkauft wurde, ein LG- oder NABO-Gerät, im Segment 30-44 Zoll sogar fast jeder zweite.

Für Baytronic-GF Franz Lang ist das Erfolgsrezept rasch erklärt: „Wir sind Distributionspartner von LG seit der ersten Stunde. Mit seiner Innovationskraft treibt das Unternehmen die Entwicklung voran und setzt in puncto Bildqualität laufend neue Maßstäbe. Diese Stärke ergänzen wir mit unseren Qualitäten als Distributor, d.h. mit einem gesunden ‚Gespür' für die Bedürfnisse unserer Kunden, einem starken Außendienst, der den Fachhandel in allen Bundesländern direkt betreut, sowie einem in der Branche unvergleichlichen Support. Anders gesagt: Wir sind der Ansprechpartner für den Fachhändler bei allen Fragen zu LG." Argjent Iseini, Sales Leader CE bei LG Electronics Österreich, bekräftigt: „Beim Fachhandel ist Baytronic das Gesicht von LG."

SEIT ZEHN JAHREN DIE NUMMER 1

Die nationale Erfolgsgeschichte basiert auf einem anhaltenden internationalen Aufwärtstrend: LG ist seit mittlerweile zehn Jahren die Nummer 1 bei OLED TVs. Laut Berechnungen des Marktforschungsunternehmens Omdia wird LG im Q1/2023 den globalen OLED-TV-Markt mit rund 60 % der Gesamtlieferungen anführen. Insgesamt lieferte LG im Q1 weltweit knapp 5,5 Mio. Fernseher aus, davon 738.000 OLED TVs.

Die weltweiten TV-Auslieferungen lagen im Q1 bei 46,5 Mio. Stück und damit auf dem niedrigsten Wert seit dem Q1/2009. In der zweiten Jahreshälfte 2023 rechnet Omdia jedoch mit einer Erholung und einem Anstieg der Auslieferungen bis zum Jahresende auf 205,5 Mio., was ein leichtes Plus gegenüber 2022 bedeuten würde. Auch für das OLED-TV-Segment wird ein Aufschwung prognostiziert, sodass OLED TVs am Ende des Jahres rund 46 % des Premium-TV-Marktes (Geräte mit einem Verkaufspreis von 1.500 US-Dollar und mehr) nach Umsatz ausmachen werden – ein Anstieg von 10 % gegenüber 2022. LG bedient dieses Segment mit einer immer vielfältigeren Palette an OLED-Fernsehern mit Diagonalen von 42-97 Zoll, 8K- und 4K-Auflösung sowie einzigartigen Designs.

ECHTE EYECATCHER

LG hatte als EFHT-Highlight jenes Gerät mit im Messegepäck, das bereits kurz zuvor auf der IFA für Furore sorgte: Den LG SIGNATURE OLED M (Modell M3), seines Zeichens der weltweit erste Consumer-TV mit einer kabellosen Lösung, die Video- und Audioübertragungen in Echtzeit mit bis zu 4K @ 120Hz ermöglicht. Zentrales Element des in 77, 83 und 97 Zoll erhältlichen Eyecatchers ist die Zero Connect-Box, die eine Vielzahl von Anschlüssen bietet und stets den optimalen Übertragungsweg von Bild und Ton ermittelt.

am Punkt

AUF DEN EFHT
präsentierten sich Baytronic und LG wieder mit dem bewährten Gemeinschaftsstand.

FÜR DEN ERFOLG VON LG IM EFH
spielt neben der Innovationskraft die starke Vertriebs-Partnerschaft mit Baytronic als erste Anlaufstelle eine zentrale Rolle.

Dass LG auch abseits der OLED TVs zu den Technologieführern zählt, stellte man mit dem jüngsten Zugang bei der Premium-Micro-LED-Reihe LG MAGNIT unter Beweis: Das neue Modell LSAL006 bietet dank KI-gestütztem Alpha 9 Intelligent Processor, 4.2 Soundsystem und webOS Smart-TV-Plattform ein beeindruckendes 4K-Home-Entertainment-Erlebnis auf einem 118 Zoll-Bildschirm.

„HEISSE" AKTIONEN

Als Einstimmung auf das bevorstehende Weihnachtsgeschäft hat LG zwei äußerst attraktive Aktionen geschnürt, die ebenfalls auf den EFHT präsentiert wurden. Einmal die Aktion „Perfect Match", bei der Käufer ausgewählter Premium-OLED-Modelle eine hochwertige Dolby Atmos Soundbar DSC9S im Wert von 999 Euro (UVP) als kostenlose Beigabe erhielten.

Daneben wurde die bis Jahresende laufende Herbstaktion in Kooperation mit simpliTV vorgestellt: Dabei gibt es für den Kunden bei Abschluss eines simpli more-Pakets mit 24 Monaten Bindung 200 Euro Sofort-Abzug auf ausgewählte LG TV-Geräte (u.a. OLED-Modelle der Serien C, G und M sowie QNED-TVs der Serien 826 und 866) und für den Händler eine auf 186 Euro erhöhte Provision.

Ein echter Knaller folgt ab 15. Oktober, wenn die erste „Double Cashback"-Aktion von LG startet. Für Produktbundles aus ausgewählten OLED- bzw. QNED-TVs und Soundbars werden Käufern bis zu 3.400 Euro (!) rückerstattet. Und natürlich gilt auch hier: Bei allen Fragen oder Details zur Teilnahme und Abwicklung steht das Team von Baytronic als erster Ansprechpartner zur Verfügung. ■

Auf der IFA zeigte LG mit seinen QNED-TVs. dass man mehr als „nur" OLED beherrscht.

NABO BRINGT TIVO

Eine kleine Revolution

TEXT: Wolfgang Schalko | **FOTOS:** Baytronic, W. Schalko | **INFO:** www.baytronic.at, www.nabo.at

Beim EFHT-Auftritt machte Baytronic deutlich, dass nicht nur die distribuierte A-Marke LG für Innovationen gut ist, sondern auch die Eigenmarke NABO. Ein solches Highlight bildeten die neuen Premium-QLED-TVs QL8600 mit der SmartTV-Plattform TiVo, aber auch die „erhellenden" NABO Leuchten.

Baytronic-VL Roland Hingerl präsentierte die neue QLED-TV-Serie QL8600 mit der innovativen SmartTV-Plattform TiVo an Bord. Die Suche nach Content erfolgt bequem via Spracheingabe über die Fernbedienung.

Wie im Vorfeld angekündigt, präsentierte Baytronic in Linz einen breiten Auszug aus dem aktuellen NABO-Produktprogramm. Darunter befanden sich einerseits zahlreiche Hausgeräte-Neuheiten, mit denen Baytronic die Marktposition insbesondere im EFH weiter ausbauen will: Konnte man im Q2/2023 bei freistehenden Kühlgeräten im Fachhandel die Nummer 1-Position übernehmen (nach Stück), so rangierte man bei freistehenden Gefriergeräten auf solider Position 2 – in Kombination mit der Marktführerschaft bei 30-44 Zoll-TVs im ersten Halbjahr sowie kräftigen Zuwächsen bei großformatigen Fernsehern ein klares Indiz, dass die eingeschlagene Richtung stimmt.

NEUHEITEN MIT PRAXISBEZUG

Mit dem NABO QL8600 wurde eine modifizierte Variante zur bereits erfolgreich eingeführten QLED-TV-Serie QL8500 präsentiert. Die neue Ausführung unterscheidet sich neben dem Rahmen im Dark Inox-Design vor allem durch die Ausstattung mit DTS Play-Fi zur Einbindung des TV-Geräts in Multiroom-Audiosysteme sowie dem SmartTV-Portal TiVo. Dieses soll den TV-Konsum nachhaltig verändern, da damit die Suche nach Content deutlich einfacher und vor allem auf die persönlichen Vorlieben bezogen wird. Beim Druck auf die „TiVo"-Taste auf der Fernbedienung wird zunächst der empfohlene Content gezeigt, wobei die Plattform die Interessen durch Nutzungsverhalten und Bewertungen „mitlernt". Die intelligente Suchfunktion berücksichtigt Aspekte wie hinterlegte Abos und kann auch für einzelne Szenen oder Darsteller durchgeführt werden.

Darüber hinaus zeigte NABO neue praktische Produkte für den Einsatz im Alltag: Tischleuchten in hochwertiger Alu-Ausführung, die in zwei verschiedenen Größen und in vier Farben erhältlich sind. Zudem gibt es mit dem Modell WL 4410 eine Variante, die einfach auf Weinflaschen aufgesteckt werden kann. Alle Modelle sind akkubetrieben, dimmbar und mit Touch-Sensor zur komfortablen Bedienung ausgestattet. ■

Ein praktischer Hingucker von NABO: Die akkubetriebene LED-Leuchte WL 4410 lässt sich auf handelsüblichen Weinflaschen platzieren.

SKE Solar bietet den Huawei Smart PV Optimizer in verschiedenen Varianten von 450-1.300 Watt Leistung an. Alle Ausführungen sind als One-Fits-All-Element konzipiert, d.h. mit diversen Modulen kompatibel, und sehr einfach zu installieren.

SKE SOLAR: HUAWEI SMART PV OPTIMIZER GARANTIEREN MAXIMALEN SOLARERTRAG

Kleines Detail mit großer Wirkung

TEXT: Wolfgang Schalko | **FOTO:** SKE Solar
INFO: www.ske-solar.com

Die Zahl der Photovoltaik-Anlagen steigt rasant und damit auch die Zahl jener Szenarien, in denen die Umsetzung mit gewissen Herausforderungen verbunden ist – etwa durch temporäre Verschattungen. Als ebenso praktische wie erschwingliche Lösung bietet sich der Einsatz von intelligenten Optimierern an, die stets für die bestmögliche Leistung sorgen.

Noch vor zwei Jahren wurde gerade einmal bei jeder zwölften PV-Anlage weltweit ein Optimierer installiert. Im Jahr 2027 soll dieser Wert schon bei 20-30% liegen. Für Alexander Nerat, Produktexperte bei SKE Solar, liegt diese Steigerung auf der Hand: „Mit den installierten Huawei Smart PV Optimizern erzielt jedes PV-Modul den maximalen Ertrag. Die intelligenten Optimierer stellen die volle Leistung, auch von verschatteten oder verschmutzten Modulen, sicher. Der Smart Optimizer misst die Betriebsdaten jedes Moduls in Echtzeit und stellt damit jederzeit die maximale Leistung sicher. Er erkennt die Position etwaiger Unterbrechungen, Lichtbogenfehler sowie defekte Module genau und macht eine Fehlerdiagnose enorm effizient. Wartungs- und Betriebskosten jeder PV-Anlage werden gesenkt und der Bedarf an Vor-Ort-Wartungen minimiert. Die Rapid Shutdown Funktion zum Schutz vor Gefährdung im Gleichstrombereich von PV-Anlagen bei Notfallereignissen ist eine integrierte Huawei-Sicherheitslösung, mit der eine volloptimierte PV-Anlage auf Modulebene die DC-Spannung innerhalb von 30 Sekunden auf unter 30 Volt reduziert.

Die unabhängige Leistungsoptimierung jedes einzelnen PV-Moduls führt somit direkt zu den höchstmöglichen Erträgen:

- Deutlich mehr nutzbare Energie
- Durch den Einsatz von Optimizern können PV-Module mit unterschiedlichen Ausrichtungen an denselben MPP-Tracker angeschlossen werden.
- Dadurch lässt sich die Dachfläche besser nutzen und es können mehr Paneele verbaut werden.
- Alle PV-Module können ihre maximale Ausgangsleistung erreichen.
- Ohne Optimierer: Die Ausgangsleistung eines PV-Strings wird durch das Modul mit dem geringsten Ausgangsstrom begrenzt. Diese Reduktion ergibt sich aus dem sogenannten Missmatch, d.h. Schmutz oder Schatten am Modul reduziert die Leistung eines Moduls und damit aller PV-Module im String.

VOLLE KONTROLLE

Neben der Ertragsoptimierung sorgen Smart Optimizer gleichzeitig aber auch für mehr Kontrolle sowie ein erhöhtes Maß an Sicherheit:

- Optimizer eliminieren im Schadensfall das Risiko hoher Gleichspannung am gesamten PV-Generator bis ins Gebäude zum Wechselrichter und schützen die Sicherheit von Personen und Eigentum.
- Genaue Erkennung von Störlichtbögen durch intelligente Algorithmen. Schnellabschaltung des Wechselrichters in 0,5 Sekunden zum Schutz vor Störlichtbögen.
- Diese Funktion reduziert das Brandrisiko und ist ein weiterer Vorteil des Huawei Systems.
- Optimizer können auch nachträglich in einer bereits existierenden PV-Anlage verbaut werden
- Durch den Einsatz von Optimizern ist es möglich, etwaige Schäden und Störungen über die FusionSolar App zu erkennen. Die notwendige Prüfung bei Auftreten eines Fehlers wird erleichtert. Ein schnelleres Auffinden des Fehlers reduziert Ertragsausfälle sowie O&M Kosten.
- Mit verbauten Optimizern kann über die FusionSolar App exakt die Leistung analysiert werden und Abweichungen sind sofort erkennbar, sodass kurzfristig Maßnahmen getroffen werden können.

Mixe lieber unlimitiert.

Gemeinsam mit deinen Liebsten profitieren, indem du Handy- und Internet-Tarife individuell kombinierst.

Zum Beispiel:

3 x Unlimitierte 5G-Daten & Minuten am Handy
1 x Unlimitiertes Internet für zuhause

4 x 10% sparen*

Drei. Macht's einfach.

***Unlimited Mix:** 10% Rabatt auf die monatlichen Grundentgelte ab zwei Tarifen aus aktuellem Portfolio, die über eine gemeinsame Rechnung abgerechnet werden. Ausgenommen: up³- und Wertkarten-Tarife. Nicht mit anderen Aktionen kombinierbar. Details: drei.at/mix

Compleo Österreich-GF Marcus Fehringer (Mi.) und sein Messeteam mit der innovativen AC-Wallbox eBOX professional und der hochwertigen Aufstelllösung ePOLE duo.

EFHT: FLEXIBEL LADEN MIT COMPLEO

„Wollen voll durchstarten"

TEXT: Wolfgang Schalko | **FOTO:** W. Schalko
INFO: www.compleo.at

Compleo zählte bei den Elektrofachhandelstagen zu jenen Ausstellern, die die Messe mit neuen, „grünen" Themen bereicherten. Der Spezialist für Ladeinfrastruktur zeigte in Linz einen Auszug seiner vielfältigen Lösungen.

Nach der abgeschlossenen Neuorganisation in Österreich will Compleo-GF Marcus Fehringer nun den Turbo zünden und „wieder voll durchstarten". Dafür verstärkt sich das Unternehmen gerade personell: Zu Jahresende soll das Team fünf Köpfe zählen, 2024 will man auf zehn aufstocken. Andererseits setzt Fehringer auf die hohe Verfügbarkeit der Produkte – die Lieferzeiten für die smarte 22KW Wallbox eBOX professional sowie die DC und AC Kombilösung CITO500 betragen gerade einmal vier Wochen.

Daneben feilt Compleo auch laufend an der Ausstattung seiner Produkte und hat beispielsweise die eBOX professional mit den Features anySIM (frei einsetzbare SIM-Karte) sowie Local Load Management (Lade-Lastmanagement) verbessert.

SONDERAKTIONEN

Speziell fürs Herbstgeschäft hatte Compleo zusätzlich zu den guten Verkaufsargumenten wie Eichrechtskonformität oder „Made in Germany" noch einige hochattraktive Herbstaktionen parat: Rund um die Produkte eBOX professional, DUO fleet und CITO500 wurden diverse Packages mit Rabattstaffeln geschnürt. Die Aktionen sind zunächst bis 31. Oktober 2023 gültig.

Neben dem gesenkten Preis hat Compleo die beiden für den öffentlichen Bereich geeigneten Lade-Lösungen DUO ims und CITO500 jetzt auch mit einer Option für Kreditkartenzahlung ausgestattet. Insbesondere die CITO500 verdient sich aus Fehringers Sicht erhöhte Aufmerksamkeit, kombiniert sie doch 50kW AC- und 22kW DC- Laden in einer platzsparenden Lösung, mit der sich auch an kleineren Netzanschlüssen Schnellladen anbieten lässt. ■

Gastbeitrag von Suntastic.Solar-GF Markus König

SCHÜTZEN SIE IHRE KUNDEN VOR UNERFAHRENEN GLÜCKSRITTERN

Dass Photovoltaik-Anlagen voll im Trend liegen, ist nichts Neues. Wie in jedem Markt, wo gutes Geld zu holen ist, tauchen allerdings auch in der PV-Branche zunehmend „Glücksritter"-Betriebe auf, die es mit der Qualität nicht so genau nehmen.

Deshalb ist es wichtig, Ihre Kunden über die vielen Faktoren aufzuklären, die die Qualität und Leistung ihrer zukünftigen PV-Anlage beeinflussen. Weisen Sie sie im Beratungsgespräch darauf hin, wie wichtig eine qualifizierte Planung und fachgerechte Montage ist. Eine falsch konzipierte bzw. mangelhaft montierte Anlage führt im Laufe der Zeit zu erheblichen Risiken (Wasser, Feuer) und damit zu zusätzlichen Kosten.

Darüber hinaus wurde gerade in letzter Zeit immer wieder von in Brand geratenen PV-Anlagen berichtet, die meist auf schlechte Steckverbinder oder fehlerhaft verlegte Kabel zurückzuführen sind. Qualität ist also nicht nur ein Kostenfaktor, sondern auch ein Kriterium der Sicherheit für Leib und Leben.

Wie kann ein Kunde nun vertrauenswürdige Betriebe von Glücksrittern unterscheiden? Ein erster Indikator für die Zuverlässigkeit eines Anbieters ist der Besitz einer E-Konzession, die seine Befugnis zur Durchführung von Elektroinstallationen bestätigt. Auch die Dauer seiner Geschäftstätigkeit ist ein wertvoller Hinweis auf seine Zuverlässigkeit und Erfahrung.

Im Gegenzug können Sie mit dem Vorweisen von Zertifizierungen, die Sie durch Schulungen von diversen Herstellern erhalten haben, sowie dokumentierten Referenzen entsprechend Sicherheit vermitteln und damit dafür sorgen, dass der Kunde Ihnen sein Vertrauen schenkt.

Erfahrungen aus erster Hand sind für viele potenzielle Kunden ebenfalls Gold wert. Ermutigen Sie daher einerseits Ihre bisherigen Kunden dazu, ihre Erfahrungen mit Nachbarn und Bekannten zu teilen, und andererseits Interessenten, PV-Anlagenbesitzer in ihrer Umgebung nach deren Erfahrungen zu fragen. Persönliche Empfehlungen sind für viele wesentlich mehr wert als jeder noch so gute Werbeflyer.

SUNTASTIC.SOLAR
02262 / 22500
OFFICE@SUNTASTIC.SOLAR
WWW.SUNTASTIC.SOLAR

EFHT: KATHREIN EMOBILITY STELLTE SICH VOR

„Sehr positiv aufgenommen"

TEXT: Wolfgang Schalko | FOTO: W. Schalko | INFO: www.kathrein-gmbh.at

Kathrein-GF Matthias Zwifl und sein Team nutzten die Elektrofachhandelstage, um die neue Sparte eMobility vorzustellen. Der Ruf als verlässlicher Industriepartner eilte dem Unternehmen voraus – die Resonanz der Messebesucher stimmte zuversichtlich für die Zukunft.

GF Matthias Zwifl (re.) und sein Team gewährten auf den Elektrofachhandelstagen Einblicke in das Innenleben und den Aufbau der Kathrein Wallboxen.

Das erste Produktionslos liegt auf Lager, d.h. wir können voll loslegen", lautete die vielleicht wichtigste Botschaft von Matthias Zwifl bei der Präsentation des neuen Geschäftsbereichs eMobility in Linz. Mit Oktober startete die Auslieferung der ersten Produkte, die sowohl Hard- wie auch Software-seitig komplett aus Eigenentwicklung stammen und in Deutschland gefertigt werden. „Selbst der Ladecontroller, den viele andere zukaufen, stammt von uns", betonte Zwifl. „Die Entwicklung der neuen Produktsparte ist im Frühjahr 2022 gestartet, d.h. wir haben all das in 1,5 Jahren bewerkstelligt."

STEP BY STEP

Aktuell bietet Kathrein AC-Wallboxen mit 11 und 22 kW Ladeleistung in verschiedenen Ausstattungsvarianten für private, gewerbliche und öffentliche Einsatzszenarien. Mit dem Feedback der Messebesucher zeigte sich Zwifl zufrieden: „In Summe wurde der Start von Kathrein eMobility sehr positiv aufgenommen – sicher auch, weil man uns seit 50 Jahren als qualitativ hochwertigen und verlässlichen Industriepartner kennt und uns gewisse Vorschusslorbeeren entgegenbringt. Das macht uns sehr zuversichtlich für die Zukunft." Denn, so Zwifl weiter, auf Seiten der Elektriker würden sich die Anforderungen ebenfalls ändern: „Kompetenz im Sektorkopplung wird zum Standard-Repertoire des Elektrikers – das wollen alle Kunden." Hier kommen wiederum die Ladelösungen von Kathrein ins Spiel, die mit cleveren Features wie Lastmanagement, PV-Überschussladen, Skalierbarkeit und umfassender Vernetzung punkten. ■

EFHT: UFP SETZT AUF ERNEUERBARE ENERGIE

Zweites Standbein

TEXT: Wolfgang Schalko | FOTO: UFP | INFO: www.ufp.at

Als Marktführer im Bereich Drucker-Hardware und Verbrauchsmaterial ist UFP hierzulande seit vielen Jahren etabliert. Auf den EFHT stellte man den neuen Bereich nachhaltige Stromversorgung vor, für den man die renommierte Marke EcoFlow ins Boot geholt

Bei einem Round-Table-Gespräch diskutierten Stefan Kaineder (OÖ Umweltlandesrat), Florian Niedersüß (Vorstandssprecher eww Gruppe), Andreas Reinhardt (Vorsitzender BEÖ), UFP Austria-GF Ivonne Mayr-Hagn sowie Tobias Kogler (GF nu50 Energy) das Potenzial von PV-Heimlösungen und Balkonkraftwerken für die Energiewende.

Wir sind ein etablierter Großhändler in Österreich, der immer versucht, seinen Fachhändlern den besten Service zu bieten. Die Messe ist auch ein bisschen ein Startschuss für uns, wir möchten einfach mit diesen neuen Produkten ein zweites Standbein für uns aufbauen", betonte UFP Austria-GF Ivonne Mayr-Hagn bei einem Round-Table-Gespräch, das bei den EFHT auf dem Messestand von UFP stattfand. Dabei diskutierten Experten der erneuerbaren Energiebranche, wie die Erzeugung von Sonnenstrom in ausreichendem Maße realisiert werden kann, welche Produkte am besten geeignet sind und warum Unternehmen in diesem Bereich tätig sein sollten.

PASSENDE LÖSUNGEN

Unterstützt von vier Experten des Herstellers EcoFlow präsentierte UFP eine ganze Reihe von PV-Heimlösungen und Balkonkraftwerken. Zu den Highlights zählten das Balkonkraftwerk EcoFlow PowerStream mit optional erweiterbarem Speicher; der EcoFlow PowerOcean, eine 3-Phasen-PV-Anlage bestehend aus Hybridwechselrichter und optionalen LPF-Batterien (Kapazität max. 45 kW; 3-Phasen-Notstromversorgung mit max. 10 kW) sowie der EcoFlow PowerOcean DC Fit, ein PV-gekoppelter Nachrüstspeicher, der sich mit wenigen Handgriffen in bestehende Anlagen integrieren lässt. ■

13. BURGENLÄNDISCHE TAFELRUNDE VON ENERGY3000 SOLAR

Helden am Werk

elektro at VIA STORYLINK: 2310753
TEXT: Wolfgang Schalko | FOTOS: Energy3000/K. Sandri, W. Schalko | INFO: www.energy3000.com

Blaues T-Shirt, rotes Cape – in diesem „Helden-Outfit" hatten die Teilnehmer der Tafelrunde unterhaltsame Aufgaben zu bestehen.

Wie schon im Vorjahr bildete auch heuer das Event-Resort Scalaria in St. Wolfgang den Rahmen für das traditionelle „Familientreffen" der Top-Kunden, Partner und Freunde von Energy3000. „We could be heroes" lautete das Motto, unter dem mehr als 400 Gäste – oder besser gesagt Helden der Energiewende – Anfang September ein energiegeladenes Wochenende mit jeder Menge Information, Spaß und Action am Wolfgangsee verbrachten.

Die passende Einstimmung auf das abwechslungsreiche Programm des Wochenendes bildeten die Energy3000 Powergames: Die Teilnehmer hatten in einer Teamwertung insgesamt 20 Stationen zu meistern, die von den Energy3000 Top-Lieferanten gestaltet wurden – sodass aktuelle Informationen und Produktneuheiten auf spielerische Weise präsentiert werden konnten.

am Punkt

DIE 13. TAFELRUNDE
von Energy3000 solar fand Anfang September in St. Wolfgang statt.

UNTER DEM MOTTO
„We could be heroes" machte sich die Rekordanzahl von mehr als 400 Teilnehmern für die Energiewende stark.

STARKE PARTNER

Beim Gala Dinner am Freitagabend begrüßten Geschäftsführer Christian und Vertriebsleiter Michael Bairhuber sowie Marketingleiterin Anna Schuh die Gäste, ehe der Firmenchef eine ebenso knappe wie klare Botschaft an die Gäste richtete: „Dem Planeten droht der Kollaps und die Frage lautet, wie wir den Wohlstand bewahren und gleichzeitig den Fußabdruck reduzieren können. Unsere Antwort ist erneuerbare Energie in jeglicher Form. Vielfach ist es immer noch ein Kampf gegen Ignoranten und Verhinderer – d.h. es ist ein heldenhafter Einsatz für eine bessere Zukunft, den wir alle gemeinsam leisten. Daher auch das Motto dieser 13. Tafelrunde: ‚We are the heroes'."

Anschließend hatten die Sponsoren die Möglichkeit, sich dem Publikum vorzustellen: Aerocompact, Enphase, Fenecon, Fronius, Goodwe, LONGi, PMT, Risen, SKE Huawei, SL Rack, SMA, SolarEdge, SolaX, Trina, TW Solar und Voestalpine. Gastgeber Energy3000 bedankte sich für die tatkräftige Unterstützung seiner Partner und setzte mit der Siegerehrung der Powergames den Schlusspunkt des ersten Veranstaltungstages.

VORSPRUNG IM BUSINESS

Tag zwei begann mit einer geballten Ladung Information für die Fachpartner: Zunächst gaben die drei Gold-Sponsoren LONGi, SKE Huawei und TW Solar einen näheren Einblick in das aktuelle Sortiment, Produkthighlights und die Strategie für die kommenden Wochen und Monate.

TW Solar, der weltweit führende Hersteller von Polysilizium, hat heuer als erstes Unternehmen der PV-Branche den Sprung in die Global Fortune 500 geschafft (auf Position 476) und seine Produktionskapazität bei PV-Modulen auf 80 GW gesteigert – mit Energy3000 als wichtigem strategischen Partner in Europa. Eine solch enge Partnerschaft verbindet das PV-Systemhaus auch mit LONGi. Der Modulhersteller hat im Frühjahr zum wiederholten Male den Weltrekord für Moduleffizienz (nun 26,81 %) aufgestellt – eine Kernkompetenz, die die Basis für Produkte wie die aktuelle Top-Serie Hi-MO 6 bildet. SKE-Vertriebsleiter Gerald Hotz stellte die Speicherlösungen von Huawei vor, die durch vielfältige Funktionen und den flexiblen Aufbau maßgeschneidert für jede Anwendung

vom privaten über den gewerblichen Einsatz bis hin zur Großanlage verfügbar sind.

Danach ging Energy3000-Experte Martin Seidl auf einen Aspekt ein, der Anlagenerrichter und vor allem -betreiber immer öfter beschäftigt: die Vermarktung des produzierten PV-Stroms. Ergänzend zu den bestehenden Möglichkeiten wie z.B. der Einspeisung hat Energy3000 gemeinsam mit Partner Megawatt Energy eine neue Vermarktungsoption entwickelt: Das Modell basiert auf sog. Power-Purchase-Agreements und erlaubt die Vermarktung der Energie auch an mehrere Abnehmer. Der Startschuss soll 2024 und zunächst in Österreich erfolgen.

ECHTE HELDEN

Im Anschluss an den informativen folgte der „sportliche" Teil des Tages: Wieder galt es gruppenweise, einen Outdoor-Parcours mit Geschicklichkeitsaufgaben zu bewältigen sowie sich im Zehn-Mann- bzw. Frau-Ruderbootrennen und beim Human Soccer mit den anderen Teilnehmern zu messen. All das bei strahlendem Sonnenschein und vor der malerischen Kulisse des Wolfgangsees.

Der zweite Galaabend stand dann traditionell im Zeichen der Premiumpartner: Aus beinahe jedem der 26 Länder, in denen Energy3000 mittlerweile aktiv ist, waren Fachpartner angereist und durften ihre persönliche Auszeichnung entgegennehmen. Die auf eine neue Rekordmarke gestiegene Zahl an Premiumpartnern erfüllte Christian Bairhuber sichtlich mit Freude: „Ich bin begeistert, was aus der Veranstaltung, die vor 14 Jahren mit 80 Leuten in Eisenstadt begonnen hat, geworden ist!" Tradition hat bei der Tafelrunde auch der Dienst an der guten Sache und so wurden heuer einmal mehr zahlreiche große und kleine Tombolapreise verlost, diverse Plüschtiere versteigert und ein exklusives Wochenende beim Nightrace in Schladming feilgeboten – wodurch mehr als 36.000 Euro zusammenkamen, die Energy3000 auf 40.000 Euro aufrundete und als Spendenscheck noch an Ort und Stelle an die Kinderkrebsforschung des St. Anna Kinderspitals übergab.

Den Schlusspunkt des Events markierte am Sonntag eine Wanderung durch die Hänge am Seeufer. Christian Bairhuber zog ein überaus positives Resümee zur 13. Tafelrunde: „Ich bin stolz, dankbar und glücklich, Gastgeber von so vielen tollen Geschäftspartnern und Freunden sein zu dürfen. Alle waren gut drauf, die Stimmung war sensationell – mehr kann man sich nicht wünschen. Dieses Wochenende mit unseren Heroes war einfach nur super!"

Weitere Impressionen sowie das Aftermovie vom Event finden Sie via Storylink 2312753 auf elektro.at. ■

Begrüßung durch Christian und Michael Bairhuber sowie Anna Schuh (li.o.). Der erlesene „13er-Kreis", der an allen bisherigen Tafelrunden teilgenommen hat (re.o.). Martin Seidl stellte die neue Vermarktungslösung für PV-Strom vor (re.u.). Insgesamt stand das Wochenende im Zeichen von Infotainment, Networking und kurzweiligen Wettkämpfen.

ENERGY3000 AUF DEN ELEKTROFACHHANDELSTAGEN

Energy3000 nutzte die Fachmesse in Linz auch in diesem Jahr, um ausgewählte Neuheiten und Highlights zu präsentieren. Wie bei der Messe insgesamt war auch die Frequenz am Energy3000-Stand an beiden Tagen gut, fasste Vice President Michael Bairhuber zusammen. Neben VL Dino Smudla waren regionale Ansprechpartner für die Fachpartner, die man aus fast allen Bundesländern begrüßen durfte, vor Ort – und manch neuen Kontakt konnte man ebenfalls knüpfen.

SUNTASTIC.SOLAR AUF DEN EFHT

„Der Markt steigt massiv“

TEXT: Julia Jamy | FOTO: J. Jamy | INFO: www.suntastic.solar

suntastic.solar präsentierte im Rahmen der Elektrofachhandelstage Highlights aus der Welt der Photovoltaik und Stromspeicher. Neben den Produktneuheiten kündigte der PV-Distributor zudem eine exklusive Aktion für den Herbst an.

am Punkt

SUNTASTIC.SOLAR
hatte auf den EFHT zahlreiche Highlights aus der PV-Welt im Gepäck.

MARKUS KÖNIG
zeigte sich über die Entwicklung des PV-Markts in Österreich erfreut.

DER PV-DISTRIBUTOR
startet mit einer exklusiven Aktion in den Herbst.

Es gab kein Vorbeikommen an suntastic.solar für die Besucher der Elektrofachhandelstage. Denn der PV-Distributor war gleich neben dem Ein- bzw. Ausgangsbereich platziert und hatte Highlights aus der Welt der Photovoltaik und Stromspeicher im Gepäck. So präsentierte suntastic.solar neben den Produktneuheiten von den Marken Huawei, LG, Growatt, Fronius, etc. zahlreiche Aktionen mit attraktiven Angeboten sowie spezielle Angebote auf Wechselrichter, Panels und Batterien. Zudem gab GF Markus König im Rahmen des Ausstellerfrühstücks am Messefreitag alle Insights zur Kraft der Sonne und welche Möglichkeiten sich dadurch für den Elektrofachhandel ergeben. „Die Stimmung auf den Elektrofachhandelstagen ist gut, obwohl die Zeiten gerade schwierig sind. Denn der Großhandel steht im Moment unter Druck. Die Nachfrage hat ein bisschen nachgelassen und viele müssen jetzt wieder anfangen, aktiv Photovoltaik zu verkaufen. Wir entwickeln gemeinsam mit unseren Kunden ein Marketing-Vertriebskonzept und sind ein guter Ansprechpartner. Viele kommen auf uns zu“, so König.

POSITIVE ENTWICKLUNG

Alles in allem zeigte sich König aber über die Entwicklung des Photovoltaik-Markts in Österreich erfreut. Nachdem bereits die beiden vergangenen Jahre außergewöhnlich waren, rechnet suntastic.solar auch heuer wieder mit einem Zuwachs der Ausbauleistung. Als Ursache dafür nennt der PV-Distributor einerseits das hohe Fördervolumen, welches sich im Vergleich zum Vorjahr verdoppelt hat (verglichen mit 2019 ist hier sogar eine Verzwölffachung zu verzeichnen) und andererseits den Umstand, dass der Nutzen einer PV-Anlage in der breiten Bevölkerung angekommen ist. „Im Oktober startet der dritte und letzte Fördercall. Insgesamt werden heuer 130.000 Anlagen gefördert. Der Markt ist massiv gestiegen“, so König. Neben den guten Nachrichten beobachtet der Geschäftsführer einen Qualitätsabfall in der Photovoltaik: „Der Pfusch am Bau geht momentan rum und viele Anlagen werden nicht angeschlossen. Unser Appell lautet daher: Die wichtigsten Qualitätskriterien sind die fachgerechte Planung und Montage.“

EXKLUSIVE AKTION

suntastic.solar startet zudem mit einer exklusiven Aktion in den Herbst: So gibt es eine Auswahl verschiedener PV-Komponenten im Abverkauf. Die Herbstaktion soll Kunden eine einzigartige Gelegenheit bieten, echte Schnäppchen zu ergattern und lockt mit hochwertigen Produkten zu unschlagbaren Preisen – von Modulen über Wechselrichter und Ladestationen, ist für jeden etwas dabei. Noch bis zum 22. Oktober 2023 können Kunden bei den Herbstangeboten sparen. Mehr Informationen finden Sie unter: www.suntastic.solar/aktionen/.

Am eigenen Messestand konnten sich Besucher zudem für die Speicher Roadshow im Oktober anmelden. Besucher haben im Rahmen der Veranstaltung die Möglichkeit, Informationen namhafter Hersteller zu ihren Produkten aus erster Hand zu erfahren. „Auch dieses Jahr findet wieder die suntastic.solar Speicher Roadshow zwei Wochen lang in ganz Österreich und München statt. Die Veranstaltung wird von den Besuchern sehr gut wahrgenommen“, so König abschließend. ■

NEUER SONEPAR STANDORT GRAZ FEIERT ERÖFFNUNG

„Graz wird eins“

TEXT: Julia Jamy | FOTO: J.Jamy | INFO: www.sonepar.at

Nach einer sportlichen Bauzeit von knapp einem Jahr, hat Sonepar seinen neuen Standort in Graz eröffnet. Seit Juli läuft der Betrieb. Nach den ersten erfolgreichen Wochen lud Sonepar nun zur großen Eröffnungsfeier.

Unter dem Motto „Graz wird eins“ feierte Sonepar gemeinsam mit Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern am 29. September die große Eröffnung der neuen Sonepar Niederlassung in Graz. In der Gmeinstraße 6a wurden nämlich die beiden bisherigen Sonepar-Standorte Graz GFI und Graz Puntigam zusammengeführt.

Nach offiziellen Ansprachen durch die österreichischen Sonepar Geschäftsführer Uwe Klingsbigl und Michaela Wambach-Gschaider, VP Thomas Schaffer, sowie Stefan Stegemann, President Sonepar Central & Nordic Europe, und CEO Philippe Delpche erwartete die Gäste ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm mit Führungen, Musik und regionalen Schmankerln. „Wir sind stolz auf das neue Gebäude, das nach modernsten Standards errichtet wurde, und freuen uns, jetzt gemeinsam mit unseren Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern die große Eröffnung zu feiern. Der erfolgreiche Betrieb der letzten Wochen zeigt uns, dass wir mit der Zusammenlegung der beiden Standorte und unseren Investitionen für mehr Innovation und Nachhaltigkeit die richtige Entscheidung getroffen haben“, erklärte Klingsbigl.

UNTERSCHIED

In dieselbe Kerbe schlägt auch Stegemann: „Ich habe noch keinen Tag bei Sonepar erlebt, an dem ich nicht durch mein Verhalten etwas ändern hätte können, und wenn man das sagen kann, ist das toll. Jeder einzelne bei Sonepar macht den Unterschied und kann etwas bewegen. Das zeigt sich jetzt auch bei Sonepar Österreich. Dieser Weg hat unter anderem zu dieser tollen, wunderbaren Niederlassung geführt.“ Ein weiteres Highlight der Eröffnungsfeier war die feierliche Segnung der neuen Niederlassung durch Pfarrer. Edmund Muhrer, Pfarre Feldkirchen.

NACHHALTIGKEIT

Auf 2.400 m2 und 3 Etagen vereint die neue Niederlassung jede Menge Technik, Nachhaltigkeit und Innovation. Im Erdgeschoss erwartet Kunden ein großer Verkaufs- und Ausstellungsraum. Im ersten und zweiten Stock, befinden sich Büroräumlichkeiten für derzeit 68 Mitarbeiter des Standorts.

Besonders großer Wert wurde bei der Errichtung der neuen Niederlassung auf Nachhaltigkeit gelegt. So heizt eine Wärmepumpe das Gebäude im Winter und sorgt bei sommerlichen Temperaturen für Abkühlung in den Büro- und Ausstellungsräumen. Außerdem bedeckt eine Photovoltaikanlage mit 85 kW das Dach des Gebäudes und ermöglicht die Stromversorgung. Ein Teil der Dachfläche ist zusätzlich begrünt und bietet so Lebensraum für Tiere und Pflanzen. Zudem stehen Mitarbeitern und Kunden auf dem Gelände E-Ladestationen zur Verfügung.

GROSSE HOFFNUNG

In den neuen Standort setzt man jedenfalls große Hoffnung: „Wir versuchen die 1 Milliarde Euro Umsatz-Marke in Österreich zu knacken. Wir haben ein großartiges Team bei Sonepar Österreich, das Chancen ergreift. Sonepar wächst schnell. Dieses Jahr werden wir weltweit zwei Milliarden Verkäufe verzeichnen“, so Delpche. ■

Die beiden Österreich-GF, Uwe Klingsbigl und Michaela Wambach-Gschaider eröffneten gemeinsam mit Philipp Delpche, Stefan Stegemann und eine Reihe anderer Manager aus der Führungsriege feierlich den neuen Standort.

STEFANIE BRUCKBAUER

Familientreffen

Eines war von vornherein ziemlich klar: Wenn die diesjährigen EFHT nicht der Kracher werden, dann wäre es voraussichtlich die letzte Auflage dieses Formats gewesen. Die Erwartungen waren nicht unbedingt groß. Immerhin ist man vergangenes Jahr fix von einem Erfolg der EFHT ausgegangen, da zuvor zwei Jahre lang keine Messe stattfinden durfte und man mit einem unbändigen Messehunger rechnete – aber falsch gedacht. Die Besuchermenge auf den EFHT 2022 war eher mau, ebenso die Stimmung und generell die Lust auf Messe, und wenn es im Vorjahr schon so mittelmäßig gelaufen ist, wie sollte es dann erst heuer werden? …

Diese Befürchtung, dass es in diesem Jahr auch so, wenn nicht sogar schlimmer als in 2022 wird, trug mancher in sich; aber auch die Hoffnung, dass dieses Jahr vielleicht eventuell doch alles anders wird. Und die Elektrogötter waren gut gelaunt – also ICH finde, die Messe war der Knaller und wie mittlerweile ja beschlossen wurde, wird es 2024 erfreulicherweise eine Fortsetzung geben. Die Frage ist nur: in welcher Form? So sehr auch Einigkeit darüber herrscht, DASS diese Messe stattfinden muss, weil unsere Branche so ein Event braucht, so uneinig sind sich die einzelnen Branchenplayer, was das Format angeht. Die einen sagen „lasst es wie es ist – es hat ja heuer funktioniert". Andere denken größer – teils viel größer.

Ich bin grundsätzlich der Meinung, dass man funktionierende Dinge nicht kaputt-ändern sollte, nur der Veränderung willen. Andererseits hat sich so ein Veranstaltungsformat auch schnell einmal abgenutzt, der Reiz des Neuen fehlt, und noch viel gewichtiger ist die Tatsache, dass sich unsere Branche gerade wandelt, zu einem neuen großen Ganzen, und dem sollte bei unserem einzigen Branchenevent Rechnung getragen werden. Es gibt auch schon ein paar interessante Ansätze, wie man die EFHT weiterentwickeln könnte (einen lesen Sie auf Seite 20) und es bleibt spannend, was sich da noch tun wird.

Wohin die Reise der EFHT auch gehen wird, das Allerwichtigste ist, wie oben geschrieben, dass sie in welcher Form auch immer weiterhin stattfinden. Die EFHT sind nämlich etwas Besonderes. Und ich bin nicht die Einzige, die das so sieht. In den vielen Gesprächen, die ich mit den Herstellern kleiner und großer Hausgeräte für diese Ausgabe geführt habe, fielen Worte wie „Klassentreffen", „familiäres Miteinander" und „Treffen mit Freunden". Sind das nicht wunderbare Assoziationen, die hier mit einer (der Begriff ist leider so trocken) „Elektrofachhandelsmesse" verbunden werden? Und jeder, der dort war, weiß, was gemeint ist: Man freut sich einfach, alle Kollegen und Partner auf einem Fleck wiederzusehen. Überall wird geplaudert, gescherzt und viel gelacht. Eine Bestätigung (bzw. ein großes Lob) gab es dazu auch von Susanne Harring, der neuen GF von De'Longhi Kenwood Austria. Für sie als Deutsche war es das erste österreichische Fachhandelsevent, das sie besuchte, und sie meinte: „Diese Wertschätzung, diese freundschaftliche Nähe und dieses partnerschaftliche Miteinander, das hier zwischen Herstellern und Händlern gelebt wird, ist etwas Besonderes. Man trifft hier Partner und Freunde und macht nicht bloß Geschäfte." Und das, finde ich, sollten wir uns unbedingt erhalten!

Auszeichnungen für Beurer

Markenikone

Für Beurer gibt es laufend Auszeichnungen und vor kurzem sind wieder zwei eingetrudelt: Zum einen wurde der Gesundheitsspezialist von der Plus X Award Jury zur „Deutsche Marken Ikone" ernannt, die Unternehmen zuteil wird, die ein Vorbild und eine Inspiration für deutsche Marken darstellen und deren Markenführung und Erfolgsgeschichte als Maßstab dienen.

Darüber hinaus wurde Beurer bereits zum neunten Mal in Folge „markt intern" Leistungsspiegelsieger. Der deutsche Fachhandel wählte das Unternehmen zum Gesamtsieger des Leistungsspiegels im Bereich „Personal Care, Rasierer und Zahnpflege".

Von Robovox zu BYD

Fliegender Wechsel

Die Elektroautomarke BYD hat zwar nichts mit Hausgeräten zu tun, aber Christian Löschenkohl (links im Bild) sehr wohl – zumindest bis vor kurzem. Der Vertriebsprofi, der im heimischen Fachhandel vor allem durch seine Tätigkeit bei iRobot und zuletzt Robovox (mit den Marken Zaco und DJIVE) bekannt ist, setzt seine Vertriebs-Expertise künftig für das Autohaus Pichler in Asten ein, das schon bald seinen zweiten BYD Pioneer Store eröffnen wird, und zwar in der PlusCity Pasching. E&W wird weiter berichten …

Aus dem Ruhestand zu Robovox

Back again

Dass Löschenkohl in die Autobranche wechselte, hinterließ klarerweise eine Lücke bei Robovox – doch nicht lange. Ein Branchenurgestein, das eigentlich schon im Ruhestand war, ist zurückgekehrt: Josef Heher (re. im Bild).

Heher machte sich einen Namen durch seine Vertriebstätigkeiten für die verschiedensten Haus- bzw. Kleingerätemarken. Zuletzt arbeitete er etwa für iRobot, Venta und Robovox. Heher wird zwar „nur" zwei bis drei Tage pro Woche in der Handelslandschaft unterwegs sein, aber mit umso mehr Motivation und Lust, „seine" Händler wieder zu betreuen.

Voll des Lobes für die EFHT sind De'Longhi Kenwood Austria GF Susanne Harring und Sales Director Walter Wanke.

DE'LONGHI AUF DEN EFHT: PREMIERE FÜR S. HARRING

Business mit Freunden

elektro.at VIA **STORYLINK: 2310039**
TEXT: Stefanie Bruckbauer | **FOTOS:** S. Bruckbauer, De'Longhi | **INFO:** www.delonghi.com

Die EFHT waren die erste österreichische Fachhandelsmesse für Susanne Harring, und die neue De'Longhi Kenwood Austria-GF war schlichtweg begeistert – von der hohen Qualität und vor allem von der freundschaftlichen Nähe und dem partnerschaftlichen Miteinander, wie sie im Gespräch mit E&W berichtet.

Seit April dieses Jahres hat De'Longhi Kenwood Austria eine neue Geschäftsführerin: Susanne Harring, ihres Zeichens Geschäftsführerin von De'Longhi Deutschland, hat zusätzlich die Leitung des österreichischen Marktes übernommen und damit den langjährigen GF Michael Frank abgelöst. Die EFHT 2023 waren also ihre erste rot-weiß-rote Elektrofachhandelsmesse und auf die Frage, wie es ihr gefallen hat, meinte die sympathische Deutsche: „Es ist mega-mega-toll!" Sie sei ja ein Fachhandelsmesse-Fan und erst kurz davor auf der IFA gewesen und diese habe sie – ganz im Gegensatz zu den EFHT – „überhaupt nicht überzeugt".

WERTSCHÄTZUNG

Harring fasst zusammen: „Die EFHT sind eine tolle Veranstaltung. Die Händler kommen auf unseren Stand, suchen aktiv das Gespräch und sind wirklich interessiert." Auch die geführten Standtouren findet die GF super: „Die Händler nehmen sich dabei richtig Zeit, um sich die Dinge erklären und zeigen zu lassen. Das ist eine große Wertschätzung uns Lieferanten gegenüber." Wie Harring sagt, wird bei den EFHT spürbar großer Wert auf Qualität gelegt und besonders gut gefällt ihr: „Diese – wie ich finde für den österreichischen Markt typische – freundschaftliche Nähe, dieses partnerschaftliche Miteinander, das hier zwischen Herstellern und Händlern gelebt wird. In Österreich ist man – obwohl es sich um Geschäftsbeziehungen handelt – per du, und das mag ich sehr. Alles das wirkt sich natürlich auch auf diese Messe insgesamt aus. Die Stimmung ist hervorragend, man trifft hier Partner und Freunde und macht eben nicht nur Geschäfte."

> „Das ist eine große Wertschätzung uns Lieferanten gegenüber."
>
> SUSANNE HARRING

Was Harring auch gefällt: „Die Händler laden uns Hersteller hier zu ihrer Abendveranstaltung, die ja eigentlich ihre ist, ein. Wir sind herzlichst willkommen und sitzen ganz normal mit ihnen gemeinsam am Tisch. So etwas gibt es in Deutschland schon auch, aber in Österreich herrscht in der Gesamtheit dann doch mehr Nähe und Cosiness." (*Anm.: Behaglichkeit*)

MARKTBETRACHTUNG

Auf die Frage nach dem bisherigen Geschäftsverlauf in 2023, erklärt Harring: „Der Handel achtet in diesem Jahr sehr darauf, dass die Lagerstände gut gemanaged sind und bei der aktuellen Zinslage kann man das auch niemandem übelnehmen." Mit diesem Umfang und Ausmaß habe aber auch sie nicht gerechnet. Für Harring zählt allerdings nicht nur der Rein-, sondern vor allem der Rausverkauf – „denn das ist, was am Ende zählt", so die GF und: „Im Kaffee-Espresso-Bereich sind wir beispielsweise positiv und gewinnen wieder Marktanteile dazu. Daran sehen wir, dass sich der Markt aktuell wieder ins Positive dreht." Auch der Bügelmarkt präsentiere sich recht stabil. „Hier sind wir quasi ‚die Angreifer' und gewinnen jedes Jahr Marktanteile dazu", erklärt Sales Director Walter Wanke. Der schwierigste sei noch immer der Küchenmaschinenmarkt. „Hier gab es ein Minus bis 20 %. Es bessert sich aber. Das Minus liegt nur mehr bei 15 % und jetzt kann man nur hoffen, dass die vorweihnachtliche Backsaison die notwendigen Impulse gibt", erklärt Wanke, der davon ausgeht, dass sich die Situation im kommenden Jahr positiv stabilisieren wird.

Um den Kleingerätemarkt wieder anzukurbeln, gibt es seitens des Unternehmens zahlreiche interessante Neuheiten der Marken De'Longhi, Kenwood, Braun und nutribullet. Diese wurden auf den EFHT vorgestellt und bei uns finden Sie weitere Details dazu auf www.elektro.at ■

De'Longhi, Braun und nutribullet - von den vielen Marken des Konzerns gibt es dieses Jahr zahlreiche Neuheiten.

DICHTES PROGRAMM BEI DER BSH

Nachhaltigkeit und Social Media

TEXT: Dominik Schebach
FOTO: D. Schebach
INFO: www.bsh-group.com

Für BSH Geschäftsführerin Ulrike Pesta ging es bei den EFHT nicht nur um neue Geräte, sondern auch um Schlüsselthemen wie Vernetzung und Social Media.

Ein Drei-Tages-Programm brachten die EFHT für das Team der BSH. Der Hausgerätehersteller hatte bereits am Tag vor der Messe zum Mittelstandskreis-Stammtisch geladen. Auf der Messe in Linz konzentrierte sich das Unternehmen auf Themen wie Nachhaltigkeit, präsentierte viele Neuigkeiten in Sachen Energieeffizienz, ließ mit einem Versprechen bezüglich der Ersatzteilversorgung aufhorchen und redete mit den Fachhändlern viel über Social Media.

am Punkt

MK-STAMMTISCH
fand am Tag vor den EFHT mit 125 Teilnehmern aus ganz Österreich statt

NACHHALTIGKEIT
BSH verlängert die Ersatzteilverfügbarkeit für neue Großgeräte auf 15 Jahre.

BREITE PALETTE AN NEUIGKEITEN
Im Bereich Waschen, Kühlen und Kochen mit neuen Funktionen und verbesserter Energieeffizienz.

Über eine erfolgreiche Messe und MK-Veranstaltung konnte sich Ulrike Pesta freuen. Die Geschäftsführerin der BSH Hausgeräte Österreich wertete den starken Besuch bei der MK-Tagung – insgesamt waren 125 Teilnehmer vor Ort – sowie den Andrang an den beiden Ständen des Unternehmen sehr positiv: „Das ist ein Zeichen des großen Interesses der EFH-Partner an unseren Neuigkeiten. Zudem ist die Stimmung hier auf der Messe und der MK-Veranstaltung sehr gut."

Die BSH konzentrierte sich allerdings nicht nur auf die Herbstneuigkeiten bei den Geräten. So wurden bei der MK-Tagung auch in Form von Expertenvorträgen Zukunftsthemen angesprochen, womit die Partner sich vom Mitbewerb z.B. via Social Media differenzieren können. „Einige Händler machen das schon sehr gut. Aber wir wollen mit diesen Aktivitäten zusätzliche Anstöße und Unterstützung liefern, damit unsere Partner mit wenig Aufwand mehr Kunden in ihr Geschäft bekommen", so Pesta. Dazu verwies die BSH-GF auf die Social Media-Kits für die einzelnen Marken des Unternehmens, welche die Partner bei ihren Aktivitäten unterstützen. Solche Kits sollen auch dabei helfen, eventuelle Berührungsängste beim Thema Social Media abzubauen.

LANGLEBIGKEIT & ENERGIEEFFIZIENZ

Beim Mega-Thema Nachhaltigkeit ließ die BSH Hausgeräte zudem bei der Messe aufhorchen: Der Hersteller weitet die Verfügbarkeit von Ersatzteilen für Großgeräte von bislang zehn auf 15 Jahre aus. Die neue Regelung bezieht sich auf alle funktionsrelevanten und lagerfähigen Teile für Geräte, die nach dem 1. Jänner 2023 produziert wurden.

Neben Themen zur Handelsunterstützung war das große Thema der BSH in Linz die Steigerung der Energieeffizienz. Das zeigte sich u.a. bei Bosch im Bereich Waschen, wo die Marke mit einem überarbeiteten Sortiment aufwartet, wie auch Bosch-Geschäftsleiter Stefan Regel betonte: „Mit Ausnahme

der Einstiegsgeräte haben alle Bosch Waschmaschinen ab Frühjahr 2024 die Energieeffizienzklasse A. Das ist einfach ein wichtiges Thema und die Kunden achten darauf. Deswegen muss man da auch mitspielen." Daneben zeigte Bosch in Linz einen Waschtrockner der Serie 8 mit einer Kapazität von 10,5 kg beim Waschen und 6 kg bei Trocknen sowie i-DOS und inklusive der Funktion Waschmittel-Scan. Gezeigt wurden auch neue Funktionen beim Waschen wie Iron Assist in allen Klassen, womit man bis zu fünf Hemden behandeln kann und sich so nach dem Trocknen das Bügeln erspart.

PUNKTGENAU

Viele Neuigkeiten gab es auch im Segment Kochen. Viel verspricht sich Regel zudem von der neuen Generation von Induktionskochfeldern, welche nun ein punktgenaues Braten auf die gewünschte Temperatur ermöglichen. So lassen sich nicht nur die einzelnen Lebensmittel schonender zubereiten, auch ein Anbrennen der Speisen wird verhindert. Daneben zeigte Bosch auch die neue Backofengeneration mit vergrößertem Display – welcher in drei Größen verfügbar sein wird. „Damit haben wir für den Mittelstandskreis ein Top-Gerät auf dem Flyer – und das auf Augenhöhe mit dem KFH", erklärte dazu der Bosch-Markenleiter mit Blick auf die Herbstkampagne.

FÜNF JAHRE

Besagter Flyer wird wieder mit den Fantastischen Vier produziert und bietet Cashback-Aktionen an. Am Cover findet sich ein absolutes Highlight: Eine Bosch Exclusiv Austria Edition Waschmaschine mit fünf Jahren Herstellergarantie. „Gepaart mit den Reinverkaufsaktionen sieht das nach einem guten Herbst aus", zeigte sich Regel deswegen sehr optimistisch. „Seit Ende der Ferien läuft das Geschäft und wir gehen von einem besseren zweiten Halbjahr aus – auch wenn die Endkunden derzeit preisbewusster kaufen. Andererseits bietet die gegenwärtige Situation auch eine Chance für den EFH, weil nur der Fachhandel auch preisbewusste Kunden nach oben beraten kann."

KOMMUNIKATIONSPLATTFORM

Mit einem neuen Stand präsentierte sich Siemens auf den EFHT. Die Marke war in der Halle „umgezogen" und präsentierte sich gegenüber von Bosch – und das in der neuen CI. Die Konstellation sorgte für ein helleres Ambiente am Stand, was bei den Besuchern offensichtlich gut ankam. Siemens-Geschäftsleiter Erich Scheithauer zeigte sich dann auch sehr zufrieden mit dem neuen Auftritt und der Messe: „Wir sehen die EFHT in erster Linie nicht als Ordermesse: Stattdessen geht es hier darum, Pläne zu besprechen: Wie wir in Zukunft gemeinsam mit dem EFH unser Geschäft machen. Hier können wir Trends besprechen und Wissen vermitteln. Dafür ist die Messe sehr effizient. Es zeigt sich wieder, dass wir zwar vieles digital erledigen können, aber dann doch ganz gern Dinge persönlich besprechen."

Bei der Präsentation am Stand setzte Siemens nach den Worten von Scheithauer einerseits auf den Megatrend Nachhaltigkeit – in Form von energieeffizienteren Geräten – sowie die Themen Arbeitserleichterung durch neue Funktionen wie Iron Assist und „intelligentes Wohnen". Am Stand von Siemens wurden das intelligente Wohnen und Home Connect vor allem auch durch das Siemens Kitchen Dock sichtbar gemacht. „Das Thema ist für die Kunden noch immer schwierig zu erfassen, wird aber für die Branche immer wichtiger. Heutige vernetzte Geräte können mitlernen und sich den Vorlieben ihrer Benutzer anpassen. Außerdem können wir über Home Connect immer wieder Software-Updates einspielen und so über den Lebenszyklus eines Geräts neue Funktionen einführen", so Scheithauer. „Wir wollen hier deswegen den FH dazu animieren, sich verstärkt mit dem Thema Vernetzung der Hausgeräte auseinanderzusetzen. Da geht es nicht um eine Spielerei, sondern um zusätzlichen Nutzen für die Endkunden."

Daneben gab es aber auch bei Siemens eine Range an innovativen Großgeräten für den EFH. Scheithauer lagen dabei zwei Geräte für den Mittelstandskreis am Herzen. So zeigte Siemens eine Waschmaschine mit Dampffunktion sowie einen Herd mit integrierter Dampfunterstützung – auch für den Ersatzbedarf in der 60er-Nische im Einbausegment.

CONSUMER ELECTRONICS

Bodenpflege und Kaffeevollautomaten waren die EFHT-Schwerpunkte der Kleingeräte-Sparte der BSH Hausgeräte. „Das Segment Bodenpflege – ganz besonders die Akku-Sauger – wächst wieder und wir sind hier der zweitgrößte Anbieter im Markt. Solche Geräte sind kein großes Investment und gleichzeitig sieht jeder den Nutzen", erklärt CP-Spartenleiter Peter Pollak. Auf die Mundpropaganda allein will sich Bosch allerdings nicht verlassen, deswegen bietet die Marke allen Partnern im Fachhandel Display-Lösungen für seine Akku-Staubsauger um die Marke im EFH ins rechte Licht zu rücken.

Im Bereich der Kaffeevollautomaten der EQ.-Serie von Siemens kann Pollak auf eine durchgehende Range verweisen. Mit dem „Facelift" der EQ.300 und der EQ.500 könne bereits der Bereich von 400 bis 2.500 Euro abgedeckt werden. „Aber auch da kann man noch nach oben ergänzen, wie die neueste Version der EQ.900 plus zeigt. Hier kann der Kunde alle Parameter nach seinen Wünschen einstellen und sich entfalten. „Dieses Gerät zeigen wir auf den EFHT das erste Mal", so Pollak abschließend. ■

Bosch Geschäftsleiter Stefan Regel mit einem der Highlights für den Herbst: Der Bosch Exclusiv Waschmaschine mit fünf Jahren Herstellergarantie.

Von rechts: Electrolux Austria GF Alfred Janovsky und ML Martin Bekerle vor der AEG Weltneuheit, dem „Saphirmatt"-Kochfeld.

AEG GROSSGERÄTE MIT EINER WELTNEUHEIT

Weltpremiere

elektro.at VIA **STORYLINK: 2310042**
TEXT: Stefanie Bruckbauer | **FOTOS:** Stefanie Bruckbauer; AEG | **INFO:** www.aeg.at

Nach Meinung der Besucher von IFA und EFHT gab es dieses Jahr keine nennenswerten Innovationen unter den Elektrogeräteneuerscheinungen – bis auf ganz wenige Ausnahmen, und eine davon ist von AEG. Es handelt sich im Grunde „bloß" um ein Induktionskochfeld, das allerdings eine Eigenschaft hat, die die Leute mit offenem Mund staunen lässt.

In Schlangen standen sie an, um es selbst einmal ausprobieren zu können: Mit dem Boden einer schweren Pfanne, sehr viel Druck und kreisförmigen Bewegungen auf dem Kochfeld Kristallzucker zu Staubzucker zu zermahlen. Alleine das Geräusch und das Gefühl, das der kratzende Kristallzucker auf der Oberfläche des Kochfeldes erzeugt, ließ die Tester zögern, aber egal wie oft das neue „Saphirmatt"-Kochfeld von AEG dieser Tortur unterzogen wurde, es sah danach (bzw. nach dem Wegwischen des frisch gemahlenen Staubzuckers) aus wie neu. Der Andrang der Besucher, die das „auch mal ausprobieren" wollten, war gigantisch, berichtet Marketingleiter Martin Bekerle von seinen Eindrücken auf der IFA. Und auch auf den EFHT wurde das Kochfeld von zahlreichen Besuchern „malträtiert".

Mit dem innovativen Induktionskochfeld 8000 Bridge XT SaphirMatt aus kratzfestem Glas stellt AEG ein absolutes Novum im Bereich der AEG Kochfeldoberflächen vor. Die exklusive SaphirMatt Glaskeramikoberfläche ist besonders widerstandsfähig gegenüber unschönen Kratzern und der regulären Abnutzung, die beispielsweise durch das Verrücken von Töpfen und Pfannen entstehen kann. „Damit hält es (basierend auf externen Tests) Kratzern im Vergleich zu Standard-Keramikkochfeldern sogar bis zu viermal besser stand", betont AEG.

Das SaphirMatt-Glas ist zudem schmutzabweisend und resistent gegenüber Fingerabdrücken (auch Fettflecken von Butter und Öl), was es besonders pflegeleicht macht. „Im Vergleich zu Standard-Kochfeldern von AEG lässt es sich somit doppelt so schnell reinigen", sagt Bekerle, der sich auf Labortests bezieht. Das SaphirMatt-Glas besticht darüber hinaus durch seine elegante, mattschwarze

Mit dem Boden einer schweren Pfanne und viel Druck auf einem Kochfeld aus Kristallzucker Staubzucker machen? Jedes handelsübliche Kochfeld wäre danach zum Schmeißen. Das neue AEG „Saphirmatt"-Kochfeld steckt solche Aktionen (und mehr) hingegen locker weg und sieht – nachdem man den Staubzucker mit einem feuchten Tuch weggewischt hat – aus wie neu. Das Geheimnis ist die spezielle Beschichtung des Kochfeldes.

Oberfläche, die 80 % weniger reflektiert als eine Standardoberfläche.

SaphirMatt findet sich aktuell auf einer Induktionsfeldtype (eben dem 8000 Bridge XT SaphirMatt). In Folge wird es aber auch einen Muldenlüfter in dieser Art geben, und wie Electrolux sagt, werden in Zukunft verschiedene Kochfeldtypen und -modelle mit SaphirMatt erhältlich sein. Man könnte annehmen, dass so eine Innovation sehr teuer ist – dem ist aber nicht so. Wie Electrolux Österreich GF Alfred Janovsky sagt, hält sich der Preis für die SaphirMatt-Modelle „im Rahmen".

UMDENKEN

Ein weiteres Thema, das einen Schwerpunkt bei den AEG-Herbstmesseauftritten bildete, war die EcoLine. Basierend auf dem Umstand, das etwa 85 % der globalen Klimaauswirkungen eines Geräts während der Nutzung entstehen, stellte AEG diese Gerätekollektion zusammen, die ausschließlich Modelle mit der höchsten Ressourceneffizienz umfasst. Bekerle erklärt: „Die ausgewählten Geräte bieten eine hohe Performance und sind so konzipiert, dass sie jeden Tag mühelos und mit maximaler Effizienz genutzt werden können und gleichzeitig die höchsten Energielabel-Werte der Marke erfüllen." Um den Endkonsumenten die EcoLine noch schmackhafter zu machen, gibt es on top den sogenannten „Umdenkbonus", mit dem zwischen 50 und 130 Euro gespart werden kann. Start der Aktion ist am 15. Oktober und sie läuft bis 31. März 2024.

Die AEG EcoLine umfasst alle wichtigen Produktkategorien – von Waschmaschinen und Wärmepumpentrocknern bis hin zu Backöfen, Staubsaugern und Kühlschränken. Apropos: AEG zeigte auch seine neue Einbau-Kühlgeräterange, zu der u.a. die Kühl-Gefrierkombination 9000 MultiChill 0°C zählt. Auch dieses Modell zählt zur EcoLine und wurde zudem in einer neuen Fertigungsstraße gebaut, aber mehr darüber erfahren Sie demnächst bzw. auf www.elektro.at.

SCHWIERIG

Angesprochen auf die Marktentwicklung, sagt Janovsky: „Der Markt im ersten Halbjahr war schwierig. AEG konnte seine Marktanteile dennoch halten, was aber nicht bedeutet, dass wir happy sind." Soll heißen, dass die selbst gesteckten Ziele heuer nicht erreicht werden können. „Aber nachdem alle mit derselben Marktsituation konfrontiert sind, ist das wahrscheinlich wenig überraschend", so der GF.

Gründe für die Situation gibt es laut Janovsky viele: „Viele Verbraucher sind angesichts der ganzen Inflationsthematik aktuell damit beschäftigt, ihr Leben zu bewältigen. Leute ohne Geldsorgen haben sich ev. schon in der Pandemie neu eingerichtet und haben jetzt mehr Lust auf Urlaub und sonstige Aktivitäten, die während Corona nicht möglich waren." Dazu kommen die Zinspolitik und die gestiegenen Kosten, die sich u.a. enorm auf den Wohnbau auswirken, was in Sachen Erstausstattung – aber auch in anderen Bereichen – stark spürbar sei.

EIN KLARES SIGNAL

Ist Janovsky angesichts der Marktlage nervös? „Ich habe schon öfter gesagt, dass die Situation, die die Pandemie mit sich gebracht hat, sprich Rekordergebnisse trotz Warenknappheit, nicht ewig andauern wird. Keiner hat mit solchen Zuwächsen gerechnet! Aber mit so einem Absturz, wie wir ihn in den vergangenen Monaten erlebten, hat in der gesamten Branche auch niemand gerechnet."

Janovsky geht davon aus, dass sich die Lage normalisieren wird – wann, kann keiner sagen. Aber man merke jetzt schon, dass die hohen Lagerstände bei den Händlern zurückgehen. „Die Elektrohändler bestellen Ware hier auf der Messe, das ist ein klares Signal." Und apropos Signal: Janovsky sagt: „Wir wollen den Händlern hier auf der Messe zeigen, dass wir Gewehr bei Fuß stehen. Wir haben richtig gute Innovationen – inkl. einer Weltneuheit – und wenn die Nachfrage wieder steigt, dann sind wir bereit." ■

AEG KLEINGERÄTE:
NEUE AKKU-SAUGER AM START

Sorglospaket

elektro.at VIA STORYLINK: 2310043
TEXT + FOTO: Stefanie Bruckbauer | INFO: www.aeg.at

Die AEG Kleingerätesparte kam dieses Jahr mit zwei neuen Akkusauger-Modellen auf die EFHT: Zum einen mit der Serie 7000, die mit einem Gesamtgewicht von nur 2,2 kg die leichtesten Modelle im AEG Sortiment darstellen. Die 7000er Akku-Staubsauger sind zudem Teil der AEG EcoLine und gelten somit auch als die effizientesten AEG-Modelle. Sie können im Auto-Modus bis zu 47 % Energie sparen, was gleichzeitig die Laufzeit verlängert. Darüber hinaus sind bis zu 70 % des verwendeten Kunststoffanteils recycelt und der kompakte Akku ist herausnehmbar.

Dann wurde auch der ULTIMATE 8000 Wet&Dry präsentiert, der Saugen und Wischen in einem Arbeitsgang kombiniert. Dieses Modell ist so konzipiert, dass es verschiedene Hartböden einfach und schnell reinigt. Dabei wird dank des Doppeltank-Systems Frischwasser dosiert aufgetragen und das Schmutzwasser in einen separaten Tank abgesaugt. Highlight ist die intelligente Schmutzerkennung, die die Saugleistung und die Wasserdosierung automatisch an die Stärke der Verschmutzung anpasst. Die dazugehörige Mikrofaser-Reinigungsrolle verfügt zudem über eine praktische Selbstreinigungsfunktion, bei der die Rolle mit sauberem Wasser gewaschen wird.

Klaus Guttmann

Zum Launch der neuen Geräte startete AEG die „Sorglos Aktion". Diese läuft seit 1. Oktober und noch bis 30. Juni 2024 und beinhaltet zwei Jahre Garantie (auch auf den Akku) sowie zehn Jahre Motor-Garantie, eine 60 Tage Geld zurück-Garantie sowie – je nach Produktgruppe – einen gratis Wechsel-Akku oder ein Performance Kit im Wert von bis zu 130 Euro.

Neues gibt es auch über die AEG Connect App zu berichten sowie über den Relaunch der Seite menalux.at – dazu aber mehr in der kommenden E&W. ■

Hisense Gorenje Austria GF Andreas Kuzmits arbeitet hart daran, die zwei Marken in Österreich nach vorne zu bringen und er und sein Team (das nun Zuwachs erfahren hat) verzeichnen auch schon schöne Erfolge. Ein Erfolg war auch der EFHT-Auftritt: Am Hisense Gorenje Austria-Messestand herrschte reges Treiben.

HISENSE GORENJE AUF DEN EFHT

Voll ins Schwarze

TEXT: Stefanie Bruckbauer | **FOTOS:** S. Bruckbauer, Hisense Gorenje | **INFO:** www.gorenje.at

Hisense Gorenje Austria legte mit den zwei Marken Gorenje und Hisense einen professionellen Auftritt auf den EFHT hin. GF Andreas Kuzmits spricht von einem „vollen Erfolg". Mit den Geräten und Themen, die dem Fachhandel in Linz präsentiert wurden, traf das Hisense-Gorenje-Team auch absolut ins Schwarze: Nachhaltigkeit.

Hisense Gorenje Austria ist sehr gut unterwegs am Markt und das motiviert das Team rund um GF Andreas Kuzmits natürlich, wie man auch auf den EFHT sehen konnte: Gut gelaunt wurden an beiden Messetagen zahlreiche Fachhandelspartner empfangen, es wurde viel geredet, präsentiert, gelacht, angegriffen (Stichwort Touch & Feel) und probiert – „die Stimmung und die Frequenz hier bei uns am Messe-Stand sind ausgezeichnet", so Kuzmits erfreut.

Kuzmits räumt unserer Branchenmesse einen sehr hohen Stellenwert ein: „Wir haben in kurzer Zeit viele Kontakte und wir können einem breiten Publikum unser Sortiment zeigen. Darunter auch das Highlight, der Hisense Multidoor Kühl-Gefrier-Schrank mit Touch-Display und Metal-Finish im Innenraum, sowie die neuen Gorenje Advanced-Plus-Waschmaschinen, die mit bestmöglicher Energieeffizienz-Klasse, geringer Geräuschentwicklung und hervorragender Schleuderleistung (*Anm.: der Konzern sagt dazu ‚Triple A'*) punkten sollen." Wie man sich auf den EFHT überzeugen konnte, sind die neuen Advanced-Plus Waschmaschinen darüber hinaus im attraktiven Design, sie sind hochwertig verarbeitet (zum Teil aus Voest Alpine-Stahl) und die Bedienung ist übersichtlich und intuitiv. Ab Oktober wird das Advanced-Plus-Line-up mit einem Slim-Modell mit nur 46,5 cm Tiefe verstärkt.

Die Advanced-Plus-Maschinen (sowie die Superior-Linie) sind übrigens Teil einer Marketing-Kooperation mit Vossen. Dabei gibt es beim Kauf eines dieser Geräte ein hochwertiges Handtuch-Set des österreichischen Frottierwaren-Herstellers geschenkt sowie 20 % Ermäßigung im Vossen-Onlineshop als Bonus.

EIN GUTER PARTNER

Kuzmits betont: „Wir sind ein österreichisches Unternehmen und versuchen, dem heimischen Handel ein guter Partner zu sein. Wir haben fantastische Produkte und unser Ziel ist es, weiterhin tolle Innovationen zu entwickeln, über die man auch Geschichten erzählen kann, und die den Alltag der Konsumenten erleichtern. Jetzt müssen wir unsere Sichtbarkeit weiter erhöhen." (*Anm.: Auch im Bereich Kleingeräte, siehe Kasten unten.*)"

Das Hisense Gorenje-Team scheint damit auf dem richtigen Weg zu sein, wie auch die GfK-Marktzahlen zeigen: „Wir sind mit Gorenje im Juli das erste Mal Nr. 1 im Waschmaschinen-Segment geworden und konnten diese Erfolgsstory im August mit einem Marktanteil von 16,5 % fortsetzen. Seit Jahresbeginn betrug das Plus bei der Stückzahl 4,7 Prozentpunkte – der größte Zuwachs in der gesamten Branche", berichtet Kuzmits, laut dem das Unternehmen auch im Bereich der freistehenden Kühlgeräte einen Höhenflug erlebt: „Auch hier übernehmen Gorenje und Hisense mit mehr als 22 % aller in Österreich verkauften Produkte die Führungsposition."

ERFOLGSBAUSTEINE

Über die Messe sagt Kuzmits abschließend: „Fachmessen sind für uns enorm wichtig, um die Verbindung mit dem Fachhandel weiter zu stärken. Ob küchenwohntrends, IFA oder nun die EFHT – überall hat sich gezeigt, dass der direkte Austausch mit Händlern immens wertvoll ist. Und dieser intensive Kontakt ist sicher ein Baustein unseres augenblicklichen Erfolgs." ■

NEU IM TEAM

Vertriebsprofi Herbert Neussner, zuletzt bei WMF tätig, ist seit 1. Oktober 2023 neu im Team von Andreas Kuzmits. Neussner verantwortet als Key Account Manager SDA den Kleingeräte-Bereich, der bisher eher stiefmütterlich behandelt wurde, nun aber forciert werden soll.

Zwei Hisense Gorenje Messehighlights: Der Multidoor Kühl-Gefrier-Schrank und die Advanced-Plus-Waschmaschinen.

LIEBHERR AUF DEN EFHT UND IM GESPRÄCH

Solide unterwegs

elektro.at VIA **STORYLINK: 2310045**
TEXT: Stefanie Bruckbauer | **FOTOS:** Stefanie Bruckbauer, Liebherr | **INFO:** www.liebherr.at

Von links: Thomas Ausserdorfer (Head of Sales Austria & East Europe), Manuel Eder (Regional Communication Manager Austria and East Europe) und Hubert Fölser (Area Sales Manager).

Liebherr Hausgeräte entwickelt sich in Österreich sehr solide, wie Head of Business Area CE & EE Robert Ortner im Gespräch mit E&W auf den EFHT berichtete. Die Geräte des Kühlpros sind weiterhin gefragt, man konnte Marktanteile dazugewinnen und den Händlern gefällt, wie Marke und Mannschaft performen. Das Liebherr-Team ist zufrieden – auch angesichts der positiven Resonanz auf den EFHT-Auftritt des Kühlpros.

Liebherr Hausgeräte geht es gut. Vor allem in Anbetracht der Marktsituation und Stimmung, die sich beide in den ersten Monaten des laufenden Jahres ja eher bescheiden präsentierten. Der Kühlpro konnte seine Stärke in Österreich noch weiter ausbauen, wie Robert Ortner auf den EFHT berichtete: „Wir gehören zu den wenigen Marken, die Marktanteile gewinnen konnten", so der Head of Business Area CE & EE.

Mit Blick zurück meint Ortner: „Wir haben extrem starke Jahre hinter uns. Dass nicht jedes Jahr noch besser sein kann, muss allen klar sein. Aber Liebherr Hausgeräte ist sehr solide unterwegs. Wir konnten den Coronaschwung mitnehmen, sind zwar nicht mehr dort, wo wir zu Corona-Spitzenzeiten waren, aber auch nicht dort, wo wir vor Corona waren. Wir sind zufrieden." Und zufrieden mit Liebherr sind auch die Händler, wie Ortner berichtet und ergänzt: „Und wir sind sehr zufrieden mit den Händlern."

Apropos Handel – über diesen sagt Ortner: „Ich glaube, der Handel ist aktuell in einer Phase der Lagerbestandsbereinigung. Die Händler haben sehr viel Ware bekommen, in einer Menge, mit der sie nicht mehr gerechnet haben. Aber man hört, dass der Hinausverkauf ‚eh ok' läuft, und so gesehen schaut die Zukunft nicht so schlecht aus, wie ich meine." Damit spricht Ortner vor allem Premiummarken an, bei denen weiterhin eine Nachfrage herrscht, wie er sagt. Im Preiseinstieg kann sich der Head of Business hingegen vorstellen, dass die Situation eher recht schwierig ist.

„WIR TUN AUCH ETWAS"

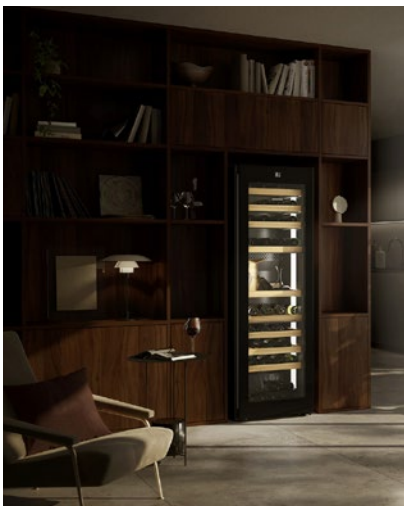
Mit der guten Händlerstruktur und dem Segment, in dem sich Liebherr bewegt, ist der Kühlpro gut aufgestellt. Und laut Thomas Ausserdorfer kommt noch ein Aspekt hinzu: „Wir tun auch etwas für den Handel!" Damit spricht der Head of Sales Austria & East Europe u.a. auch die vielen Innovationen und Themen an, von denen Liebherr auch heuer wieder einige auf den EFHT präsentiert hat. So z.B. der Gefrierschrank FNb 5056, der als erstes Modell teilweise mit der patentierten BluRoX-Technologie ausgestattet ist, und nun – nach einjähriger Verzögerung – im Jänner 2024 auch in Österreich auf den Markt kommt. Darüber hinaus wurden die „10 Jahre Garantie auf freistehende Kühl-Gefrierkombinationen mit EEK A" thematisiert, eine Aktivität, die bei Handel und Endkonsumenten sehr gut ankommt. „Das ist ein riesiges Verkaufsargument, das wir im Vorfeld ehrlich gesagt ein wenig unterschätzt haben", freut sich Ortner.

Thomas Ausserdorfer fasst zusammen: „Es ist nicht so, dass wir bloß dastehen und sagen ‚es passt eh', sondern wir tun auch etwas dafür, dass sich die Händler auch mal über Segmente trauen, mit denen sie in der Vergangenheit bei Liebherr weniger Berührungspunkte hatten, und damit nun erfolgreich sind."

ÜBRIGENS

Dass Liebherr den richtigen Weg geht, wurde auf den EFHT wieder einmal bestätigt. Die Marke wurde nämlich von Euronics Austria mit dem „Zac of the Year" ausgezeichnet. ■

Mehr darüber lesen Sie auf Seite 20.
Und mehr über die neuen Liebherr Vinidor-Weintemperierschränke erfahren Sie auf www.elektro.at



Zwei Themenschwerpunkte beim Liebherr-EFHT-Auftritt waren BluRoX (Foto re.: mit dem Modell FNb 5056) und die neuen Vinidor-Weintemperierschränke (Foto li.).

MIELE AUF DEN EFHT

„Ein Jahr der Normalisierung“

elektro.at VIA **STORYLINK: 2310046**

TEXT + FOTOS: Stefanie Bruckbauer | **INFO:** www.miele.at

Das bisherige Jahr bezeichnet Sandra Kolleth als „spannend“. „Es gibt einen Marktrückgang, der allerdings nicht unerwartet ist“, wie die Miele GF sagt, denn: „Es wurden ja viele Investitionen vorgezogen. Zudem kämpfen viele Menschen mit der Teuerung.“ Dazu komme, dass die Läger der Händler voll sind und diese Ware müsse jetzt erst einmal verkauft werden – „in einen rückläufigen Markt“, betont Kolleth, laut der sich die Situation aber langsam bessere.

Der Hausgeräte-Premiumbereich sei übrigens nicht so stark von den Rückgängen betroffen, da die kaufkraftstärkere Schicht weniger unter der aktuellen Situation leide, wie auch die GF feststellt. Aber Miele sei ja ebenso „Premium für viele“, so Kolleth, also breiter positioniert: „Wir haben auch ein Einstiegssegment und hier merken wir die Kaufzurückhaltung sehr wohl.“

ÜBERRASCHT

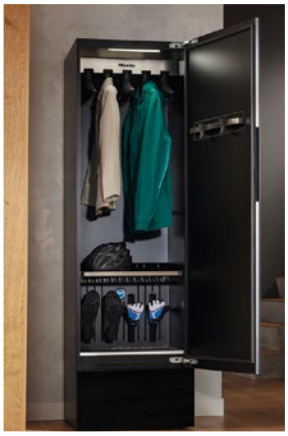
Mit Blick nach vorne sagt Kolleth: „Wir sehen 2023 als ein Jahr der Normalisierung; als ein Jahr, das uns wieder auf ein normales Level führen wird. Die vergangenen drei Jahre waren nicht ‚normal‘, soll heißen, es ist nicht normal, dass in einem gesättigten Markt zweistellige Wachstumsraten verzeichnet werden. Und dass das nicht ewig so weitergehen kann, war auch klar. Vom Ausmaß des Rückganges war – wie ich glaube – aber die gesamte Branche dann doch überrascht.“

ANKURBEL-MASSNAHMEN

Natürlich gibt es seitens Miele Maßnahmen, um den Markt etwas zu beleben. So z.B. die Neuauflage des Bestseller-Bonus‘ mit mehr Produkten als im Q1. „Wir wollen nicht nur reinverkaufen, sondern auch den Rausverkauf, sprich unsere Handelspartner dabei unterstützen, abzubauen, was noch im Lager ist. Wir wollen aber auch neue innovative Produkte in den Markt bringen und insofern ist der Bestseller-Bonus eine gute Sache, was mir übrigens auch schon von Handelspartnern bestätigt wurde, die diese Aktion für gut befinden und sehr gerne nützen“, berichtet Kolleth. (*Mehr über den Miele Bestseller-Bonus erfahren Sie auf www.elektro.at*)

NEUHEITEN AUF DEN EFHT

Apropos „innovative Produkte“ – derer hat Miele auf den EFHT wieder einige vorgestellt. Darunter ein absolutes Novum, genannt „Aerium“. Es handelt sich dabei um einen Wäschepflegeschrank, ein Produkt, das in einigen Ländern Asiens längst erfolgreich ist, in Europa allerdings noch nahezu unbekannt. Im neuen Miele Aerium lassen sich verschiedenste Arten von Textilien schonend auffrischen oder trocknen – zusätzlich auch Schuhe, Helme oder Stofftiere.



In Asien schon weit verbreitet, gibt es für Wäschepflegeschränke hierzulande noch keinen Markt. Aerium soll das ändern.

Ein weiteres Highlight ist der neue Akku-Staubsauger Duoflex HX1. Dieses Gerät im Einstiegsbereich soll nicht nur durch sein ansprechendes Farbkonzept, sondern auch mit ausgeklügelten Features wie z.B. „SpeedLock“, einem Verriegelungssystem mit darauf abgestimmter Wandhalterung, überzeugen.

Wird die PowerUnit (bestehend aus Motor, Akku, Staubbox) aus der Wandhalterung nach oben gezogen, ist sie sofort einsatzbereit, während das Saugrohr in der Halterung bleibt. Für das Saugen MIT Saugrohr wird das Gerät mit einem Handgriff nach vorne aus der Wandhalterung gezogen (*siehe Bild unten*). Auch sonst kann der Nutzer mit nur einem Handgriff vom Komplett- zum Hand-Gerät wechseln. Ein Herunterziehen des Schiebe-rings genügt, um die PowerUnit vom Saugrohr zu entriegeln.

Auch im Bereich „Kochen mit KI“ zeigte Miele einige interessante Funktionen, so z.B. „MealSync“ oder „Smart Food ID“. ■

Mehr darüber erfahren Sie auf www.elektro.at.

Duoflex HX1: Der neue Miele Akku-Sauger im Preiseinstieg überzeugt durch innovative Features wie z.B. das SpeedLock-Verriegelungssystem.

EFHT: GROUPE SEB ZEIGT OPTIGRILL 4IN1

Ein Multitalent

TEXT: S. Bruckbauer | **FOTO:** S. Bruckbauer, Tefal | **INFO:** www.tefal.at.

Zur Groupe SEB gehören viele Marken und noch viel mehr Produkte. Eines davon war der große Star beim EFHT-Auftritt des Unternehmens: Der neue, „intelligente", multifunktionale OptiGrill 4in1.

Mit dem neuen OptiGrill-Modell kann man, wie Tefal sagt, komplette Mahlzeiten zubereiten, der multifunktionale Grill kann nämlich kochen, backen, braten und grillen. Neben der bewährten, von Tefal patentierten, „intelligenten" Zubereitung von Fleisch, Fisch und Gemüse verfügt das Gerät nun auch über einen BBQ-Modus, eine Ofen-Funktion sowie die Möglichkeit, unterschiedliche Zutaten für ganze Mahlzeiten gleichzeitig zu garen. Insgesamt finden bis zu vier Portionen auf dem Kontaktgrill Platz.

Daniel Cipriano, Country Manager der Groupe SEB in Österreich, hat sich zum Ziel gesetzt, den OptiGrill hierzulande noch bekannter zu machen.

Mit der mitgelieferten Backschale gelingt die Zubereitung von Ofengerichten wie Pizza, Aufläufen, Lasagne, Pommes Frites und Kuchen. Da der OptiGrill 4in1 schneller aufheizt und auf einer kleineren Fläche gebacken wird, geht das laut Tefal sogar schneller als mit einem herkömmlichen Ofen.

Wenn man den OptiGrill 4in1 auf dem Esstisch aufklappt, spricht Tefal vom sogenannten „BBQ-Modus". Das heißt: Auf der nun insgesamt 1.200 cm² großen Fläche kann jedes Grillgut – nachdem über das integrierte Thermostat eine der vier Temperaturen eingestellt wurde – vor sich hin brutzeln. Im aufgeklappten Zustand können mit dem OptiGrill auch ganze Mahlzeiten zubereitet bzw. Hauptgerichte und Beilagen gleichzeitig durchgegart werden. Wer auf der Suche nach Ideen für Gerichte ist, der wird in der neuen Tefal App fündig. Alle Koch-, Back- und Grill-Rezepte werden dabei Schritt für Schritt beschrieben.

EINE ERFOLGSGESCHICHTE

Mit dem OptiGrill schrieb Tefal eine Erfolgsgeschichte. Mit diesem Gerät (dessen Erstversion ja schon vor Jahren auf den Markt kam und seitdem ständig verbessert wurde) ist Tefal – mit Marktanteilen jenseits der 90 % – Marktführer bei Kontaktgrills in Deutschland. „Die Fanbase ist gigantisch", berichtet der österreichische Country Manager Daniel Cipriano. In Österreich ist man noch nicht soweit – hier herrscht noch Aufholbedarf. Aber Cipriano sieht am rot-weiß-roten Markt ähnlich großes Potenzial wie bei unseren Nachbarn. „Unsere Aufgabe ist es nun, den OptiGrill hierzulande noch präsenter zu machen, und nachdem die Österreicher auch sehr gerne grillen, bin ich optimistisch, dass uns das gelingen wird."

Um die Leute vom OptiGrill überzeugen zu können, muss man die vielfältigen Funktionen dieses Kontaktgrills unbedingt zeigen. Aufgrund der innovativen Technologien werden die Zutaten tat-sächlich perfekt auf den Punkt gegart – ob Steaks, Käsekrainer, Meeresfrüchte, Burger, Toast oder auch Gemüse. Vor allem Letzteres bereitet Cipriano (der ja italienische Wurzeln hat) bei sich Zuhause nur noch im OptiGrill zu. „Das werden die besten Antipasti! Mit den signifikanten Grillstreifen, außen weich und innen dennoch mit Biss – wenn man das einmal erlebt bzw. gekostet hat, bereitet man Gemüse-Antipasti nie wieder anders zu."

Übrigens: Der Tefal OptiGrill 4in1 (GC774D) ist seit September 2023 zum UVP von 429,99 Euro erhältlich. ■

Sehr viel erwartet sich Jura Österreich-GF Andreas Hechenblaikner – hier bei der Präsentation in Berlin: „Die J8 twin mit ihren zwei Bohnenbehältern ist ein Riesenschritt zu mehr Vielfalt."

JURA PRÄSENTIERT J8 TWIN

Kompaktklasse rüstet auf

TEXT: Dominik Schebach | **FOTO:** D. Schebach | **INFO:** at.jura.com

Viele Neuigkeiten hatte Jura bei den EFHT im Gepäck. Besonders angetan hatte es Jura Österreich-GF Andreas Hechenblaikner die J8 twin. Sie ist das erste Modell in der Kompaktklasse, das über zwei Bohnenbehälter und zwei Mahlwerke verfügt. Das war allerdings nicht die einzige Neuheit frisch von der IFA, welche Jura in Linz präsentierte.

am Punkt

WEIT AUFGEFÄCHERTE RANGE
Aufsteigend von der E8 bis zur Z10 kann der Handel jedem Kunden das passende Jura-Modell anbieten.

KOMPAKTKLASSE
Mit der J8 twin bringt Jura viele Highend-Funktionen in die Kompaktklasse.

Die J8 twin besetzt einen attraktiven Punkt im Sortiment: Erstmals erlaubt Jura mit diesem Modell in der Kompaktklasse ein schnelles Umschalten zwischen unterschiedlichen Kaffeesorten. Ermöglicht wurde die neue Bauform durch die Integration eines neuen Mahlwerks. Dieses ist nicht nur kleiner, sondern auch langlebiger. Außerdem entleert sich das Mahlwerk nach jedem Arbeitsschritt vollständig, sodass eine „Geschmacksübertragung" vermieden wird, wenn eine neue Kaffeesorte nachgefüllt wird. Schließlich könne der Benutzer einer J8 twin aber auch die unterschiedlichen Kaffeesorten verschneiden und so seine eigenen Geschmackssorten kreieren.

„Die J8 twin mit ihren zwei Bohnenbehältern ist ein Riesenschritt zu mehr Vielfalt", so Hechenblaikner. „Ohne große Vorbereitung kann ich mehr Wünsche erfüllen und das bei gleicher Baugröße im Vergleich zu bisherigen Vollautomaten in der Kompaktklasse. Mit der Möglichkeit, Kaffeesorten auf Haushaltsgröße zu cuvetieren, bietet die J8 twin schließlich eine wirkliche Bereicherung für besonders leidenschaftliche Kaffeefans. So ein Thema ist natürlich für den stationären Fachhandel aufgelegt. Das kann man zeigen, und das versteht der Kunde."

VOLLSTÄNDIGE PALETTE

Damit fügt sich die J8 twin nach Ansicht von Hechenblaikner perfekt unter der Z10 ins Sortiment ein. Mit ihrer Positionierung und ihren Innovationen stieß die J8 twin auf den EFHT auch auf großes Interesse bei den besuchenden Fachhändlern, wie der Jura-GF bestätigte.

Die Lücke zur E8, dem „ewigen Bestseller" in der Mittelklasse, schließt die neue Generation der S8. Die Variante S8 Black Inox (EB) sieht nicht nur gut aus, sie erweitert mit der neu eingeführten Sweet-Foam-Funktion für gesüßten Milchschaum das Spektrum an Kaffeespezialitäten um eine zusätzliche Dimension. Nicht nur neue Farbvarianten (Varianten Piano White (EC) und Dark Inox (EC)) gibt es schließlich bei der E8. Diesem bewährten Modell hat Jura zusätzlich ein Update in Form eines größeren Farbdisplays (3,5 Zoll) sowie das neue P.A.G. 2 Mahlwerk spendiert. Besonders edel präsentiert sich die neueste Variante der Z10. Inspiriert vom Sternenhimmel gibt es dieses Modell in Zukunft auch im Farbton Midnight Blue. Begleitet werden die Launches von der neuen Herbstkampagne, wobei die neue Farbvariante der Z10 und die neue Generation der S8 sofort verfügbar sind. Die Jura J8 twin soll im Dezember auf den Markt kommen.

VOLLER ERFOLG

Hechenblaikner war aber nicht nur wegen der Neuigkeiten guter Stimmung. Der Jura-GF zeigte sich auch von der Messe begeistert: „Besonders am ersten Tag hatten wir eine sensationelle Frequenz. So intensiv haben sich die Händler schon lange nicht mehr informiert. Löblich finde ich auch, dass die Großfläche wieder an dem Branchenevent teilnimmt. Das ist ein sehr positives Signal." ■

BEKO GRUNDIG MIT DEUTLICHEM BESUCHERPLUS

Wichtige Plattform

elektro.at VIA STORYLINK: 2310049
TEXT: Dominik Schebach | FOTO: D. Schebach
INFO: www.elektrabregenz.at, www.beko.com

Beko Grundig Österreich hat die EFHT dazu genutzt, seinen Nachhaltigkeitsschwerpunkt eindrucksvoll darzulegen. Für die Heimmarke elektrabregenz wurde derweil die neue Marketingkampagne „So kocht Österreich" präsentiert. Passend dazu gab es an beiden Tagen Kochshows mit Teilnehmern der elektrabregenz-Koch-Challenge „Austria's next Küchenchef:in".

Senior Expert Trade Marketing Markus Beck, Beko Grundig Österreich-GF Evren Aksoy, Head of Marketing and Communications sowie Sales Director Harald Kasperowski rückten auf den EFHT den Österreichbezug von elektrabregenz mit viel Einsatz in den Mittelpunkt.

Am positiven Effekt der EFHT für den Hersteller ließ Evren Aksoy, Geschäftsführer der Beko Grundig Österreich AG, keinen Zweifel: „Die Elektrofachhandelstage waren für uns ein voller Erfolg. Auch wir konnten ein deutliches Besucherplus verzeichnen", so Evren Aksoy, Geschäftsführer der Beko Grundig Österreich AG. „Für uns ist die Messe eine wichtige Kommunikationsplattform mit dem Handel und hier konnten wir unsere Themen, für die unsere Marken und unser Unternehmen stehen, in den Gesprächen transportieren. Ebenso wie die Energieeffizienz und Nachhaltigkeit unserer Produkte. So konnten wir die Besucherinnen und Besucher davon überzeugen, dass wir nicht nur über Nachhaltigkeit sprechen, sondern diese auch leben."

Produktseitig war dabei einiges bei den drei Marken elektrabregenz, Beko und Grundig zu sehen. Bei elektrabregenz schreitet die Neuaufstellung der Marke weiter voran. Nach dem Sortimentswechsel im Bereich Kochen / Herde werde dieser nun laut Aksoy auch im Bereich Waschen vollzogen. Bei Beko wird dafür weiterhin das Thema Nachhaltigkeit forciert.

MADE FOR AUSTRIA

„Die neuen elektrabregenz-Modelle sind alle ‚made for Austria'. Das ist der zweite Schritt der Neuaufstellung von elektrabregenz mit verstärktem Österreichbezug der Marke", so Aksoy. „Bei Beko zeigen wir unsere Innovationsstärke in Sachen Nachhaltigkeit. So zeigen wir hier neben unserer FiberCatcher-Waschmaschine auch ein Modell der Energieeffizienzklasse A-30 %. Und da wollen wir im nächsten Quartal noch etwas draufsetzen."

Wichtig bei neuen Geräten ist natürlich die Verfügbarkeit und da ließ Sales Director Harald Kasperowski aufhorchen: „Hier auf der Messe zeigen wir bei elektrabregenz und Beko nur Geräte, die auch verfügbar sind. Die Partner können diese sofort bestellen. Die Ausnahme ist die SaveWater-Serie, welche ebenfalls im kommenden Jahr gelauncht wird."

Die SaveWater-Linie ist in erster Linie eine Waschmaschinen / Wäschetrockner-Kombination, welche Wasser spart, indem der Wäschetrockner bis zu 5,2 Liter Kondenswasser je Trockenzyklus speichert und dieses in die Waschmaschine zurückspeist. Die Technologie wurde speziell entwickelt, um das Problem des sauberen, wiederverwendbaren Wassers zu lösen, das in den Tanks der Wäschetrockner gesammelt wird. Als zusätzlicher Vorteil wird dabei das Waschwasser weicher, womit nochmals Waschmittel gespart wird.

SO KOCHT ÖSTERREICH-SPECIAL

Und dann gab es für die Besucher des Standes ein besonderes Messespecial: Teilnehmer der Koch-Challenge elektrabregenz Austria's next Küchenchef:in zeigten ihr Können am Messestand. Am Freitag schwang Teilnehmer Alp Ruben den Kochlöffel. Groß aufgekocht wurde auch am Samstag von TV-Koch Robert Letz gemeinsam mit Austria's next Küchenchef:in-Siegerin Claudia Danner. „elektrabregenz Austria's next Küchenchef:in ist Teil der Kampagne „So kocht Österreich". Damit wollen wir die Customer Experience von elektrabregenz erlebbar machen und dazu werden wir auch die FH-Partner in die Kampagne integrieren", so Margit Anglmair, Head of Marketing and Communications. „So können sich die Partner an uns wenden, wenn sie ein Event mit einem der Teilnehmer bzw. Teilnehmerin der Show sowie elektrabregenz in ihrer Region machen wollen." ■

am Punkt

INNOVATIONSPIPELINE
stützt Nachhaltigkeitsschwerpunkt von Beko bei den Hausgeräten.

HEIMATBEZUG
von elektrabregenz wird mit vorgestellter Kampagne „So kocht Österreich" weiter gestärkt.

V. li.: Nivona Gründer Peter Wildner und Michael Maier, Mario Bauer sowie Daniela Bayer von der M. Bauer ElektovertriebsgmbH.

NIVONA AUF DEN EFHT: DER GRÜNDER ERKLÄRT

Die nächste Stufe

TEXT: Stefanie Bruckbauer | **FOTOS:** S. Bruckbauer, Nivona | **INFO:** www.nivona.at

Das Team der M. Bauer Elektrovertriebsgmbh (Exklusivdistributor von Nivona in Österreich) rund um GF Mario Bauer kam dieses Jahr mit den zwei Neuheiten „Nivo 8“ und „Cube 4‘“ im Gepäck sowie in Begleitung von Nivona-Gründer und -Mastermind Peter Wildner auf die EFHT. E&W nutzte diese Gelegenheit und ließ sich die Neuheiten der Kaffee-Fachhandelsmarke vom Erfinder persönlich zeigen und erklären.

Nivo 8“ und „Cube 4‘“ – so die Namen der zwei Neuheiten von Nivona, die das Team rund um Mario Bauer auf den EFHT vorstellte. Mit der neuen Vollautomatenserie „Nivo 8“ bringt Nivona die Technik eines Vollautomaten laut eigenen Angaben „auf ein neues Level“. Was dahinter steckt, erklärte Nivona Gründer Peter Wildner im Gespräch mit E&W auf den EFHT.

MEHR EFFIZIENZ & HYGIENE

Die augenscheinlichste Veränderung der neuen 8er-Serie im Vergleich zu den bisherigen Nivona-Vollautomatenserien betrifft das Design. Wie Wildner sagt, wurde die Optik der bisherigen Nivona-Modelle von vielen als zu „altbacken“ bezeichnet. Nun präsentieren sich die Geräte edel, schlicht und modern – wahlweise in Schwarz (NIVO 8‘101, UVP: 1.199 Euro) oder Titan (NIVO 8‘103, UVP 1.249 Euro). Auffallend sind auch der sehr elegante Auslauf und das große TFT Farbdisplay. „Wir haben in punkto Design nun die nächste Stufe erreicht“, sagt Wildner.

Komplett neu konzipiert (und erstmals auch designt) wurde auch das Herzstück der Maschinen: die Brüheinheit „Romatica-Plus“. Wildner beschreibt: „Wir erhöhten die Effizienz und bekommen nun noch mehr Geschmack aus der Bohne. Zum Vergleich: Ein Siebträger schafft eine Extraktion von rund 23 %. Unsere neuen Maschinen schaffen rund 21 % und sind somit schon nahe am Siebträger dran.“ Und nicht nur das – die neu entwickelte Brüheinheit sorgt zudem für mehr Sauberkeit im Inneren des Geräts. Wie, das erklärt Wildner: „Unsere Brühgruppe ist nun ein komplett geschlossenes System, wodurch kein Schmutz bzw. Kaffeepulver mehr ins Innere der Maschine gelangen kann.“ Die Brühgruppe ist entnehmbar und kann unter fließendem Wasser gereinigt werden. Das Programm „Brüheinheit spülen“ sorgt ebenso für ein hohes Maß an Hygiene. „Kaffeemaschinen gehören gepflegt, wenn man lange Freude damit haben möchte“, sagt Wildner. „Unsere NIVO 8 ist nun so konzipiert, dass sie eine problemlose Reinigung und Wartung ermöglichen.“

WELTNEUHEIT

„Voll eingeschlagen“, wie Mario Bauer sagt, hat die zweite Nivona-Neuheit – der „Cube 4‘“. Die Idee zu diesem völlig neuartigen Gerät kam seitens des Handels, wie Peter Wildner erzählt: „Man wollte etwas, das nur guten Kaffee macht – ohne Schnickschnack und aufs Wesentliche reduziert.“ Herausgekommen ist eben der Cube 4‘, mit Technologien von Vollautomaten, Kapselmaschinen und Siebträgern in seinem Inneren, und mit dem „Click Cup“, der eine komplett neue Art Kaffee zu machen ermöglicht. Der Click Cup ist ein kleiner Becher, der sich auf der linken Seite des Geräts für das Mahlen des Kaffeepulvers einsetzen lässt und auf der rechten Seite fürs Brühen. Danach wird der Click Cup entnommen und mit einem Dreh fällt der Puck mit dem verbrauchten Kaffeesatz heraus. Die Getränkerange reicht von Ristretto bis Café Grande. Den Cube gibt es in Cremeweiß (CUBE 4‘102) und Mattschwarz (CUBE 4‘106). Die UVP beträgt 479 Euro.

RESÜMEE

Mario Bauer zieht ein sehr positives EFHT-Resümee: „Es war toll. Es herrschte eine sehr gute Stimmung auf unserem Stand sowie eine Besucherfrequenz wie nie zuvor! Am Freitag hätten wir ohne die Unterstützung unseres Peter Wildner nicht bestanden.“ Das Ergebnis: „Einige Interessierte, die Nivona-Händler werden wollen, sowie ein volles Auftragsbücherl. Händlerseitig haben unsere Neuheiten voll eingeschlagen!“ ■

Von links: Die neue NIVO 8‘103 (in Titan). Das Herzstück der Maschine, die neue Brüheinheit „RomaticaPlus“. Der neue „Cube“, der quasi Vollautomat, Siebträger und Kapselmaschine in einem Gerät vereint, und „Kaffee ohne Schnickschnack“ mit einer wunderbaren Kaffeecrema zaubert.

IROBOT AUF DEN EFHT

Geniale Synergie

elektro.at VIA STORYLINK: 2310051
TEXT + FOTOS: Stefanie Bruckbauer | INFO: www.irobot.at

iRobot trat heuer mit Hama erstmals auf einem gemeinsamen Messestand auf. Der Hintergrund: „In den vergangenen Jahren stellten Hama und auch wir, also iRobot, immer als geduldete Mitaussteller bei den Kooperationen aus. Der zur Verfügung stehende Ausstellungsraum betrug ein bis zwei Meter und dementsprechend begrenzt war auch das präsentierte Sortiment. Das Problem – speziell für uns – dabei war, dass uns Händler anders gefärbter Kooperationen nicht besuchten“, erklärt iRobot Austria GF Christoph Lang (Bild Mitte).

Dieses Jahr sollte alles anders werden. iRobot und Hama bespielten einen Stand gemeinsam und: „Das war die beste Entscheidung“, freut sich Lang. Denn: „Wir können gegenseitig von unseren Kontakten profitieren und uns Kunden gegenseitig zuspielen. Soll heißen, Hama stellte uns Kunden vor und umgekehrt. Zudem können wir uns bei der Standbetreuung gegenseitig unterstützen. Das ist eine geniale Synergie!“

MESSEPREMIERE

Das Highlight beim iRobot Messeauftritt war der Roomba Combo® j9+ Saug- und Wischroboter, der auf den EFHT erstmals gezeigt wurde. Der j9+ ist massiver als die Vorgänger-Combos und verfügt zudem über zwei neue Ausstattungsdetails: Die neue Clean Base® Automatische Absaugstation entleert automatisch Schmutz (von bis zu 60 Reinigungstagen) und füllt den Roboter automatisch mit Frischwasser (für bis zu 30 Tage autonome Reinigung) auf. Dank der Funktion „Smart-Scrub“ schrubbt der Roboter mit gleichmäßigem Druck zudem hin und her und beseitigt so selbst hartnäckige Verschmutzungen. Darüber hinaus sorgt die Dirt Detective-Intelligenz dafür, dass die Roboter aus vergangenen Reinigungseinsätzen lernen und schmutzigere Räume automatisch priorisieren und Einstellungen wie Saugleistung, Reinigungsdurchgänge und Schrubben anpassen. Laut iRobot ist der j9+ derzeit das „intelligenteste und leistungsstärkste“ Modell im Sortiment. Mehr darüber erfahren Sie auf www.elektro.at. ■

Der neue Roomba Combo® j9+.

Technik fürs Leben

BOSCH

Volle Power. Leichte Handhabung. Win-Win: Für Sie & Ihre Kund:innen.

Jetzt können Ihre Kund:innen unsere Bosch Unlimited Akkusauger 100 Tage kostenlos testen. Und Sie haben ohne Aufwand 1 Top-Verkaufsargument mehr.

Die Geld-zurück-Garantie läuft direkt über Bosch. Ohne dass Sie sich um etwas kümmern müssen. Saubere Leistung.

Ihre Kund:innen kaufen im Aktionszeitraum vom 13.02.2023 bis 31.01.2024 und testen 100 Tage ohne Risiko. Falls sie nicht zufrieden sind, können sie den Staubsauger ganz einfach über Bosch retournieren und bekommen ihr Geld zurück. Mehr Details unter bosch-home.at/unlimited-gzg erfahren.

WMF AUF DEN EFHT: MIT ALLEN SINNEN

Fühlen, Sehen, Hören, Riechen & Schmecken

TEXT: Stefanie Bruckbauer | **FOTOS:** S. Bruckbauer, wmf | **INFO:** www.wmf.at

Seit knapp 100 Jahren beschäftigt sich WMF mit Kaffeemaschinen. Zunächst nur für den professionellen Bereich – also Hotellerie und Gastronomie – produziert, gibt es seit vergangenem Jahr auch Kaffeevollautomaten für die eigenen vier Wände – genannt Perfection-Serie – und diese wurde auf den EFHT ins Rampenlicht gestellt.

Bereits seit 1927 produziert WMF Kaffeemaschinen, die den hohen Ansprüchen in Hotellerie und Gastronomie entsprechen. Seit 2022 bringt WMF auch Kaffeevollautomaten für das Konsumgeschäft auf den Markt, in denen die gesamte Kaffee-Expertise der vergangenen Jahrzehnte steckt. Die Perfection-Reihe liefert einen „Kaffeegenuss für alle Sinne: Fühlen, Schmecken, Sehen, Riechen und Hören“, wie WMF sagt.

PERFECTION

Die Perfection-Reihe umfasst die Vollautomaten-Serien 600, 700 und 800, wobei mit aufsteigender Zahl auch die Ausstattung der Geräte zulegt. Mit der 800er-Serie (die 2022 übrigens mit einem Red Dot Product Design Award ausgezeichnet wurde und die Modelle 840, 860 und 890 – im mattschwarzen Edelstahl-Gehäuse – umfasst) richtet sich WMF laut eigenen Angaben an Kaffeeliebhaber, „die auf der Suche nach Kaffeegenuss auf höchstem Niveau sind“.

Die WMF Perfection 800 bietet zahlreiche Individualisierungsoptionen: Unter anderem bis zu 18 voreingestellte Getränke-Optionen sowie bis zu 16 anpassbare Nutzer-Profile. Voreingestellt stehen je nach Maschine Espresso, Ristretto, Lungo, Café Creme, Americano, Cappuccino, Latte Macchiato, Flat White, Rezepte für gemahlenen Kaffee, aufgeschäumte und heiße Milch, heißes Wasser, Tee (Schwarztee, Weißer Tee und Grüner Tee) u.v.m. zur Auswahl. Individualisierungs-Möglichkeiten in puncto Aromastärke, Mahlgrad (fünf Stufen), Wassermenge, etc. ermöglichen noch mehr Persönlichkeit in Sachen Geschmack.

Ein Herzstück der Vollautomaten ist die WMF Doppel-Thermoblock-Technologie. Hier ist der zweite Thermoblock für die Erwärmung von Milch und Tee optimiert. Das soll für eine hohe Temperaturgenauigkeit, eine optimale Verteilung des erwärmten Wassers und perfekten Milchschaum sorgen. Das Milchsystem ist übrigens automatisch selbstreinigend, was für mehr Hygiene sorgt. Apropos: Die WMF Perfection Kaffeevollautomaten wurden vom unabhängigen Zertifizierungsinstitut des TÜV Rheinland als „mikrobiologisch unbedenklich“ ausgezeichnet und erhielten das renommierte TÜV-Hygienezertifikat.

Neben dem besonderen Geschmacks-, bieten die Geräte dank Aroma-Perfection-System auch ein hervorragendes Geruchs-Erlebnis. Dabei sind Thermoblock und Brüheinheit kombiniert, was sicherstellt, dass der Brühvorgang ohne Wärmeverlust direkt mit erhitztem Wasser beginnt. In einem patentierten Verfahren wird die optimale Bohnen-Menge gemahlen und unter hohem Druck in die Brühkammer gepresst. Dann wird das Kaffeemehl mit etwas Wasser vorgebrüht und im Anschluss erfolgt der Brühvorgang mit heißem Wasser. Aufgrund des vielen Metalls und der hohen Temperaturen kommt es im Inneren des Gerätes übrigens zu keiner Feuchtigkeitsbildung mehr, was den Reinigungsaufwand stark reduziert.

Damit die Automaten auch gut klingen, wurden sie on top mit einer zusätzlichen Dämpfertechnologie an der Pumpe ausgestattet. Eine solide Wabenstruktur der Innenkonstruktion und das doppellagige, mit dämpfendem Material verbundene Sandwich-Gehäuse vervollständigen das Klangbild.

Auch optisch überzeugen die Kaffeevollautomaten mit ihrem hochwertigen WMF-Design in Cromargan mit Anti-Fingerprint, das durch das LED-Ambient-Light gut in Szene gesetzt wird. Intuitiv zu bedienen ist das Gerät über einen hochauflösenden TFT-Touchscreen. Zu den Maschinen gibt es bei WMF übrigens auch den passenden Kaffee dazu, der in vier Stärken angeboten wird. ■

Reges Treiben herrschte am Messestand von WMF. Im Fokus des Auftrittes standen die hochwertigen Kaffee-Vollautomaten der Perfection-Reihe (im Bild das Model 760).

CREMESSO AUF DEN EFHT

Optimistisch in den Herbst

TEXT + FOTO: Stefanie Bruckbauer | INFO: www.cremesso.at

Maschinen-Neuheiten hatte das Cremesso-Team rund um Geschäftsleiter Martin Maurer (re. im Bild) dieses Jahr keine im Messe-Gepäck, dafür aber eine neue, sehr köstliche Kaffeevarietät, genannt „World's Finest Coffees India", sowie die Ankündigung einer neuen Auflage der beliebten Cremesso Herbstpromotion.

RESÜMEE

Martin Maurer resümiert: „Wir sind grundsätzlich zufrieden mit dem Messeverlauf. Der Freitag war gut bis sehr gut besucht. Am Samstag nahm die Frequenz sukzessive ab. Aber insgesamt betrachtet war das Event sehr gut." Auch mit der Auftragslage zeigt sich Maurer zufrieden: „Gar nicht so wenige Händler orderten direkt auf der Messe und wir konnten auch die eine oder andere X-Mas-Aktivität mit einzelnen Händlern vereinbaren."

Angesprochen auf die Stimmung im Handel, sagt Maurer: „Die Händler, die unseren Stand besucht haben, waren eigentlich alle recht gut aufgelegt. Die Stimmung im Handel ist eher positiv, wie ich meine, und es herrscht auch so etwas wie Optimismus das kommende Herbst- und Weihnachtsgeschäft betreffend."

HERBST- & X-MAS-PROMOTION

Apropos Herbst- und Weihnachtsgeschäft: Wie erwähnt startete Cremesso Anfang Oktober mit seiner „Herbstpromotion". Diese läuft bis Mitte Jänner 2024 und es gibt einen Preisvorteil von 50 Euro auf die Maschinen-Modelle Viva Elegante, Brava, Compact One II sowie Una Automatic. On Top kommen die bekannten Cremesso-Vorteile dazu, nämlich „30 Tage testen – Genuss oder Geld zurück" und fünf Jahre Garantie bei Anmeldung zum kostenlosen Premium Programm. Wie Maurer berichtet, kommen diese Cremesso-Promotions, die ja immer im Frühjahr und Herbst gestartet werden, sehr gut an im Handel und bei den Konsumenten. ■

gorenje
Life Simplified

SMARTES ENERGIESPAREN

WASCHERLEBNIS „MADE IN EUROPE"

Wir kümmern uns um Ihre Wäsche.

Mit Gorenje überlassen Sie uns Ihre Wäsche und wir kümmern uns um den Rest. Die modernen Waschmaschinen und Wäschetrocknern mit energiesparender Technologie, wie DoseAid für die richtige Waschmittel-dosierung und ExtraHygiene für Sauberkeit, sowie die ConnectLife-App für Fernsteuerung bieten höchsten Komfort. Unsere Wäschetrockner mit NatureDry-Funktion trocknen schonend und energieeffizient. Vertrauen Sie Gorenje für umweltfreundliche Wäschepflege, während Sie sich auf das Wesentliche konzentrieren.

Beim Kauf einer Gorenje Waschmaschine oder eines Wäschetrockners aus der Advanced+ oder Superior Linie gibt es ein flauschiges Handtuch-Set dazu!

- Triple A Effizienz
- DoseAid
- ExtraHygiene
- ConnectLife
- AdaptTech
- AutoDose
- NatureDry
- SteamTech

gorenje
MADE IN EUROPE
DESIGNED, DEVELOPED & PRODUCED IN EUROPE

gorenje.at

NESPRESSO

RELOVE

Nespresso startet das sogenannte RELOVE Programm und schenkt gebrauchten Kaffeemaschinen damit ab sofort ein zweites Leben. Zum Start werden zunächst drei VERTUO Next Modelle wiederaufbereitet. Dabei werden die gebrauchten Geräte zunächst von einem Experten-Team überprüft, ist eine Wiederaufbereitung möglich, werden die Maschinen sorgfältig gewartet, gereinigt und getestet. Die Grundlage für RELOVE bilden beschädigte Bestände, Rücksendungen, nicht angenommene Lieferungen sowie ausgetauschte, geliehene oder defekte Geräte.

CLUB WEISS

„Es läuft“

Wer nicht auf einer Fachhandelsmesse fehlen darf, ist Horst Neuböck mit seinem Elektro-Geräte-mieten-Konzept Club Weiss, und der Oberösterreicher war auch sehr zufrieden mit der Messe an sich, wie er im E&W-Gespräch berichtete. Zufrieden ist Neuböck auch mit der Entwicklung des Club Weiss. „Das vergangene Jahr mit der hohen Teuerung spielt uns in die Hände. Wir erzielten ein kräftiges Plus im vergangenen Jahr.“ Die Kunden suchen Sicherheit und mieten hochwertiger, wie Neuböck feststellt. „Das gute Umfeld merken wir auch am Interesse aus dem Fachhandel. Wir erhalten derzeit viele Anfragen von Händlern aus Regionen, in denen Club Weiss-Mitglieder aktiv sind. Ich schließe daraus, dass diese Händler von ihren Kunden mit dem Thema konfrontiert werden.“ Zusammenfassend sagt der Club Weiss-Chef: „Unsere Mitgliederzahl steigt, aber nicht parallel zu unserem Umsatz. D.h. die einzelnen Mitglieder erzielen derzeit mehr Umsatz mit uns.“

TRISA AUF DEN EFHT

Ein Aizerl mehr

TEXT + FOTOS: Stefanie Bruckbauer
| INFO: www.trisaelectronics.ch

Es läuft sehr gut“, so Trisa Country Manager Heribert Liendl auf die Frage, wie ihm die EFHT gefallen. „Und ich sehe eine große Steigerung zum Event im Vorjahr – sowohl in punkto Aussteller als auch Fachbesucher und Stimmung.“

Ein Highlight beim Trisa EFHT-Auftritt war die kleine, handliche und edel designte Trisa Gewürzwaage.

Liendl freut sich jedes Jahr aufs Neue beim Branchenevent Freunde und Kollegen wieder zu treffen – „und Spaß zu haben“, betont der Kärntner. „Unser Messestand steht ja auch für Spaß.“ Liendl spricht damit u.a. die Gewinnspiele an, die er sich Jahr für Jahr für die Trisa Messeauftritt ausdenkt. Heuer war „Fridge-Pong“ an der Reihe, ein Geschicklichkeitsspiel, bei dem die Teilnehmer mindestens einen von drei Ping-Pong-Bällen in eine Kühlschrankgemüselade treffen mussten. Ist das gelungen, wurde eine Gewinnkarte ausgefüllt und mit etwas Glück im Anschluss an die Messe auch gezogen. Der Gewinner des diesjährigen Trisa-Gewinnspiels steht bereits fest. Es handelt sich um Raphael Pircher von Expert Plankensteiner aus Villach. Er hat einen Trisa Frescolino Retro Kühlschrank gewonnen.

Heribert Liendl zeigt die neuen Pfeffer- und Salzmühlen, die lediglich durchs Auf-den-Kopf-Drehen automatisch zu mahlen beginnen.

NEUHEITEN & DAUERBRENNER

Am Trisa-Messestand wurden erneut Kleingeräte präsentiert, „die ein Aizerl mehr drauf haben als Vergleichbare vom Mitbewerb“, wie Heribert Liendl sagt. Der Schwerpunkt lag saison-bedingt auf dem Thema Raclette, wobei „unsere Raclettes nicht bloß für eine Saison gemacht sind, sondern für mehrere Jahre“, so der Sales Manager und: „Sie verbiegen sich nämlich nicht bei der ersten Anwendung, wie viele Mitbewerber-Geräte, sondern behalten ihre Form, da sie aus stabilem Aludruckguss sind.“ Gezeigt wurde auch das, wie Liendl sagt, „Mini-Black-out-Raclette“, das mit Kerzen oder Zündwürfel betrieben wird und Platz für ein bis zwei Portionen birgt. „So etwas findet man bei anderen Marken auch nicht“, sagt Liendl.

Eine stylische, kleine, handliche Gewürzwaage, ein elektrisches Salz- und Pfeffermühlen-Set, das automatisch zu mahlen beginnt, wenn man es auf den Kopf dreht, ein Eierkocher, in dem man auch Rühr- und pochierte Eier zubereiten kann, ein kabelloser Haarglätter und viele weitere interessante Kleingeräte rundeten den Trisa-Messeauftritt ab. ■

Dieses Jahr konnte man sich am Trisa-Messestand im „Fridge-Pong“ versuchen.

Peter Kubicek von ECaffee Dotter demonstriert das Können von „Date“.

ECAFFE DOTTER AUF DEN EFHT

Coffee-Date

elektro.at VIA STORYLINK: 2310055
TEXT + FOTOS: Stefanie Bruckbauer | INFO: www.ecaffe.at

Auf der Suche nach Innovationen auf den EFHT führte kein Weg am Stand von ECaffee Dotter vorbei. Das Team des Kaffeekomplettanbieters hatte nämlich ein kleines Gerät im Messegepäck, das das Potenzial zum Lieblingsteil hat und das Herz von Kaffeeliebhabern höherschlagen lässt.

Es handelte sich um „Date“, die tragbare Espressomaschine für unterwegs. Das kleine, handliche Gerät wird mit heißem oder kaltem Wasser befüllt. Mittels Keramikheizung wird dieses dann in kurzer Zeit auf die optimale Temperatur gebracht. Dann braucht man noch eine Kaffeekapsel, im Idealfall eine von Caffitaly, aber auch alle anderen Nespresso-System-kompatiblen Kapseln können verwendet werden. Wer keine Kapseln mag, hat auch die Möglichkeit, gemahlenen Kaffee einzufüllen. Mit 20 Bar Druck wird dann der Kaffee gebrüht, wobei dieser entweder in eine Tasse oder in den Unterteil des Gerätes, der gleichzeitig als Trinkgefäß fungiert, gefüllt werden kann.

„Date“ ist akkubetrieben und wird via USB-Kabel aufgeladen. Einmal zur Gänze geladen können (je nach Temperatur des eingefüllten Wassers) bis zu 100 Tassen Kaffee zubereitet werden, wie der Hersteller angibt. Optional erhältlich ist ein handlicher Aufbewahrungskoffer, der Platz für „Date“, ein paar Kapseln und kleineres Zubehör birgt. Die Zielgruppe für „Date“ ist riesig: von LKW-Fahrern, Reisenden, Wanderern und Sportlern bis hin zu Büroangestellten und vielen mehr. Die tragbare, kabellose Espressomaschine ist im Grunde das ideale Gerät für alle Kaffeeliebhaber, die ihren Kaffee sowohl Zuhause als auch unterwegs genießen wollen. Der UVP für „Date“ wird rund um die 150 Euro liegen. Ein Video über die vielen anderen Highlights, die das ECaffee-Team auf den EFHT zeigte, finden Sie auf www.elektro.at ■

KITCHENAID

Ein Schwergewicht

Das KitchenAid Österreich-Team rund um Sales Manager Lukas Pelikan war auch wieder unter den Ausstellern auf den EFHT. Im Fokus des Auftrittes stand u.a. „ein Schwergewicht“.

Genauer gesagt wurde die neue Artisan Küchenmaschine mit Schüsselheber (Bowl Lift) vorgestellt, die vor allem durch ihre robuste Konstruktion und das große Fassungsvermögen von 6,6 Litern besticht. Das Schüsselheber-Design bietet eine 3-Punkt-Verriegelung für maximale Stabilität. Mit dem Hebel kann die Rührschüssel abgesenkt bzw. angehoben werden. Insgesamt elf Geschwindigkeitsstufen stehen zur Verfügung. Dabei sorgt der „Soft Start“ – eine langsame Beschleunigung auf die gewünschte Geschwindigkeit – dafür, dass die Zutaten beim Vermengen in der Schüssel nicht herausspritzen. Darüber hinaus ahmt eine neue Stufe das langsame Unterheben mit der Hand nach, wodurch die Luft in der Masse erhalten bleibt, was zu einem fluffigeren Ergebnis führt.

„Hibiscus“ ist die KitchenAid Farbe des Jahres 2023.

Die Küchenmaschine enthält eine Vielzahl von Standardzubehör. Auch die verschiedenen Vorsätze von KitchenAid können verwendet werden. Das Modell hat einen UVP von 999 Euro.

Thematisiert wurde auch die Farbe des Jahres 2023. Lebendige Farben sind ja das Markenzeichen der Kultmarke, die bereits 1955 als erste weltweit eine Küchenmaschine in einem leuchtenden Kolorit angeboten hat. Seither kürt KitchenAid jährlich einen neuen Farbton, „der von globalen Trends und kulturellen Entwicklungen beeinflusst wird und Menschen in der Küche sowie darüber hinaus inspirieren soll“, wie das Unternehmen sagt. Heuer ist es der Fuchsia-Ton „Hibiscus“. ■

Lukas Pelikan, Sales Manager für KitchenAid in Österreich, und die neue, robuste Artisan Küchenmaschine mit Schüsselheber.

Zu viel Geld ist auch schlecht

Es war eine interessante Aussendung von der Internetoffensive Österreich, welche da in meiner In-Box aufschlug. Da forderten die Vertreter jenes Branchenverbandes, welcher sich die Digitalisierung Österreichs auf die Fahnen geschrieben hat, einen sofortigen Stopp bei der Förderung des Breitbandausbaus. Konkret waren es die Vertreter der großen Netzbetreiber, welche dies forderten. Offensichtlich kann der Markt die Mengen an Fördermitteln nicht mehr aufnehmen, weswegen sich die Geschwindigkeit beim Breitbandausbau trotz des zusätzlich aufgewendeten Kapitals nicht mehr erhöht. Stattdessen werden nur die Komponenten knapp und die Baukosten schießen in die Höhe. Das zeigt, zu viel Geld auf ein Problem zu schütten, ist auch schlecht. Wer sich in diesem Zusammenhang nicht gemeldet hat, ist interessanterweise die öGIG. Jener Betreiber, welcher derzeit mit viel Investorenkapital in der Hinterhand den Glasfaserausbau vor allem im ländlichen Raum vorantreibt. In manchen Fällen mit solchem Nachdruck, dass lokale Betreiber vor Ort sich allein auf das Vermarkten der Glasfaser verlegt haben, wie mir ein Betreiber in Niederösterreich geschildert hat. Trotzdem stellt sich die Frage: Wird der Breitbandausbau ohne Fördermittel versiegen? Laut Aussage der Netzbetreiber wird dies nicht der Fall sein. Denn der Bremsklotz beim Breitbandausbau ist derzeit nicht das fehlende Kapital, sondern die Bürokratie – besonders auf Landes- und Gemeindeebene fehle noch immer eine One-Stop-Shop, welcher die Verfahrenslänge auf ein vernünftiges Maß abkürzt. Stattdessen warten Netzbetreiber nach eigenen Angaben auf einfache Baugenehmigungen noch immer bis zu 18 Monate. Wenn dies zutrifft, und als gelernter Österreicher ist man geneigt, dies zu glauben, dann verpufft die Breitbandoffensive der Bundesregierung in den Amtsstuben der nachgeordneten Gebietskörperschaften. Offensichtlich sind hier Gemeinden und Länder von den Anforderungen des Ausbaus überfordert oder desinteressiert oder sie haben dem Breitbandausbau eine Priorität irgendwo zwischen Dorfbehübschung und Feuerwehrfest zugewiesen. Ich erspare Ihnen, dass ich mich nun über eines meiner Lieblingsthemen – die himmelschreienden Schwächen des österreichischen Föderalismus' – auslasse.

Interessant ist indessen, wofür die Betreiber jene 400 Mio. Euro verwenden wollen, die für die Breitbandausbauförderung 2023 vorgesehen sind: Anstatt die Millionen in die Infrastruktur zu investieren, wollen die Betreiber dieses Geld in die Digitalisierung der Bürger und Unternehmen investieren. Sprich die Nachfrage nach Breitbandprodukten ankurbeln, indem man z.B. den Hausanschluss sponsert. Das macht durchaus Sinn. Wenn die Glasfaser zwar an der Grundstücksgrenze vorbeiführt, der Anschluss aber für den einzelnen Endkunden zu teuer ist, bleibt der Effekt der Breitband-Versorgung vernachlässigbar. Wenn es allerdings gelingt, mehr Kunden in diese leistungsfähigen Netze zu bringen, dann entsteht ein Pull-Effekt. Denn sobald Endkunden den Komfort und die Vorteile wirklich leistungsfähiger Breitbandverbindungen erleben, werden sie dies nicht mehr missen wollen – denn verfügbare Bandbreite zum Internetsurfen, für TV oder Videokonferenzen kann man de facto niemals genug haben.

Gigaset produziert in seinem Werk in Deutschland nicht nur DECT-Schnurlosgeräte, sondern auch Smartphones wie das GX6.

Sanierungsverfahren

Gigaset AG in Insolvenz

Am 22. September hat die deutsche Gigaset AG beim zuständigen Amtsgericht in Münster einen Antrag auf die Eröffnung eines Regelinsolvenzverfahrens eingebracht. Das Unternehmen ist aus der Kommunikationssparte von Siemens hervorgegangen und blickt damit auf eine 175-jährige Geschichte im Kommunikationsbereich zurück. Der Hintergrund für den Insolvenzantrag sei laut Unternehmen ein unerwarteter und erheblicher Umsatzrückgang im 2. Halbjahr 2023 und somit eine deutlich unter den Planungen liegende Geschäftsentwicklung. Die sich abschwächende Nachfrage nach Gigaset-Produkten – wofür das Unternehmen eine allgemeine Kauf- und Konsumzurückhaltung in Deutschland und Europa verantwortlich macht – habe entsprechende Auswirkungen auf die Unternehmensliquidität.

In dem nun beginnenden Insolvenzverfahren werden laut Gigaset die Entwicklungs-, Produktions- und Vertriebstätigkeiten von Europas Marktführer für DECT-Schnurlostelefone unverändert fortgeführt. So hat die Tochtergesellschaft Gigaset Communications Austria GmbH mit Sitz in Wien keinen Insolvenzantrag gestellt. Damit bleiben die betrieblichen Abläufe in Österreich uneingeschränkt bestehen und alle Dienstleistungen von Gigaset werden unverändert fortgesetzt.

Internetoffensive Österreich

Breitband: Ausbauförderung stoppen

Zum diesjährigen IKT-Konvent des Branchenverbandes Internetoffensive Österreich forderten die Vertreter der Netzbetreiber ein sofortiges Ende der bisherigen Breitband-Ausbauförderung. Stattdessen sollen die vorgesehenen 400 Mio. Euro in eine Digitalisierungsoffensive für die österreichischen Bürger und Unternehmen fließen, damit diese die vorhandenen Breitbandzugänge auch nutzen. Die IOÖ-Netzbetreiber begründen ihre Forderung mit dem Umstand, dass die im Vorjahr ausgeschüttete Förderung bisher kaum abgerufen wurde.

Einblick

60 „Wir haben dieses Jahr an die 85 Aussteller und liegen auch bei den Besuchern über Vorjahr."

61 „Bea-fon ist Spezialist für die Entwicklung leichter Lösungen."

Ein großes Danekschön an die Partner und Verkäufer im Telekom-Fachhandel und die Chance vor dem Weihnachtgeschäft nochmals gemeinsam zu feiern. Die TopSellers-Roadshow ist nach der Pandemiepause wieder unterwegs. Jahren Pause wieder unterwegs.

MAGENTA: ROADSHOW LÄUTET DAS WEIHNACHTGESCHÄFT EIN

TopSellers unterwegs

TEXT: Dominik Schebach | **FOTO:** Magenta | **INFO:** www.magenta.at

Bis 2019 war die TopSellers-Roadshow ein Fixpunkt im Telekom-Jahr von Magenta. Nach der erzwungenen Pandemie-Pause werden dieses Jahr die vier Events in Innsbruck, Linz, Graz und Wien wieder stattfinden, um gemeinsam mit den Partnern und Verkäufern im Fachhandel die Weihnachtssaison zu eröffnen.

Nach vier Jahren Pause ist die Freude im Magenta-Team groß, gemeinsam mit den FH-Partnern wieder durchzustarten. Auf dem Programm stehen wieder österreichweit vier Termine, bei denen die Magenta Family die Weihnachtssaison einläuten will.

VIER STATIONEN

Ausgangspunkt der Roadshow ist wieder Innsbruck, wo am 6. November das erste TopSellers-Event stattfinden wird. Als weitere Stationen folgen Linz am 7. November und Graz am 8.November, bevor sich die Magenta Family am 9. November zum großen Finale in Wien trifft.

Auf dem Programm steht die Präsentation der Top-Geräte durch die Hardware-Partner Samsung und Xiaomi sowie die Vorstellung der Magenta Xmas-Kampagne für das Weihnachtsgeschäft. Und natürlich wird wieder gemeinsam gefeiert. Aber auch der Erfahrungsaustausch und das Netzwerken soll an den vier Stationen der TopSellers Roadshow nicht zu kurz kommen. Von Magenta wird das Sales Team unter SVP Consumer Sales Michael Noichl und Handels-VL Dietmar Hametner vor Ort sein. Geplant ist allerdings, dass auch wieder Vertreter der Geschäftsführung an dem Event teilnehmen werden. ■

„2023 ist für uns ein sehr starkes Jahr, da ist es mir und meinem Team persönlich sehr wichtig, unseren Magenta Verkäufern und Partnern ein großes Dankeschön für ihre starke Leistung auszusprechen. Passend zur Jahreszeit stimmen wir uns bei den vier Veranstaltungen auf das bevorstehende Weihnachtsgeschäft ein und haben noch jede Menge Spaß dabei – das ist DER gelebte Magenta Spirit“, erklärt dazu Michael Noichl, SVP Consumer Sales.

am Punkt

ERSTMALS SEIT 2019
Nach vier Jahren veranstaltet Magenta wieder eine TopSellers-Roadshow.

SPONSOREN
sind Samsung und Xiaomi.

VIER STATIONEN
in Innsbruck, Linz, Graz und Wien, am 6., 7., 8. und 9. November 2023.

TFK-CEO Alexander Meisriemel konnte sich über starken Besuch auf den EFHT freuen.

TFK-CEO ALEXANDER MEISRIEMEL AUF DEN EFHT

„Mir taugt die Messe“

TEXT: Dominik Schebach | FOTO: D. Schebach | INFO: www.tfk-austria.at

Über eine überraschend hohe Frequenz berichtete TFK-CEO Alexander Meisriemel auf den EFHT. Der Distributor hatte dieses Jahr neben dem üblichen Sortiment aus der Telekommunikation und der UE auch neue Bereiche wie Solar oder Elektromobilität in Linz mit dabei – und stieß damit bei den Fachhändlern offensichtlich auf großes Interesse.

Das Konzept der TFK zu ihrem Auftritt auf den Elektrofachhandelstagen war einfach. Der Distributor wollte in Linz – grob – die gesamte Bandbreite seines Sortiments an Produkten für den Fachhandel darstellen. Deswegen fanden sich bei den Henndorfern nicht nur die klassischen Telekommunikationsprodukte und die bekannten UE-Marken am Stand, sondern auch neue Produktkategorien. „Wir sind davon überzeugt, dass man den Fachhandel für neue Themen wie Solar oder Elektromobilität mitnehmen muss. Dazu muss man diese Produkte allerdings auch herzeigen und ihre Stärken vermitteln, weswegen nicht nur unser gesamter Außendienst, sondern auch alle Produktmanager hier auf der Messe vor Ort sind“, erklärte TFK-CEO Alexander Meisriemel.

FREUDE AM VERKAUF

Dabei hätte TFK laut Meisriemel solche Produkte im Visier, mit denen der Fachhandel einerseits Zusatzverkauf generieren könne, andererseits solche, mit denen die Partner auch in Zukunft „Freude am Verkaufen“ haben. So zeigte TFK in Linz seine E-Scooter-Flotte von Sharp oder unter dem Motto „Solar to go“ das neue PV-Sortiment wie Produkte von Flexpanels. TFK kooperiert hier mit österreichischen Partnern, die aber gleichzeitig einen interessanten Preispunkt besetzen, sodass hier der Fachhandel mit anderen Anbietern mithalten könne. Zudem seien alle Produkte entsprechend zertifiziert und auf der TOR-Liste wie Meisriemel versichert.

Ganz ohne Telekommunikationsprodukte geht es dann auf den EFHT aber auch nicht: So hatte die TFK in Linz u.a. das soeben gelaunchte iPhone 15 samt Zubehör sowie die neue Apple Watch S9 mit auf dem Stand. Ebenfalls schon zu sehen war bei TFK das neue emporia.SMART 5 mini+ sowie die emporia.Watch, welche beide erst im Oktober gelauncht werden sollen.

Andere Highlights am Stand von TFK waren aus der UE das 3D-Bluetooth-Lautsprecherset von Sony (HT-AX7) oder der 75 Zoll Mini LED TX75NXW954 von Panasonic, aber auch das Ökosystem von Xiaomi – das so viel größer als Smartphones ist, oder die FH-Garmin und das Sortiment der Smart Home-Kameras von Bea-fon.

IN DER DNA VON TFK

Aber auch die ureigenen Themen von TFK wie die eigene Shop-in-Shop-Lösung oder die eigenen Logistik-Services wurden auf den EFHT besprochen, wie Meisriemel erklärte: „Über all diese Dinge können wir hier mit unseren Partnern reden. Aber die Produkte muss man zeigen und dafür sind die EFHT ideal – und deswegen taugt mir auch die Messe. Ich bin ein Fan von Face-to-Face-Kommunikation. Und wenn man sich hier so umsieht, dann war der Fachhandel ebenfalls hungrig nach einer Veranstaltung wie dieser, wo er Neuigkeiten direkt sieht und mit den Partnern in Industrie und Distribution sich austauschen kann. Wir hatten deswegen bereits am ersten Tag eine überraschend hohe Frequenz, gute Gespräche. Es sind genau die Fachhändler hier, die wir ansprechen wollen. Die Zielgruppe haben wir damit genau getroffen. Damit ist die Messe eine Möglichkeit, auf sehr effiziente Art und Weise die gesamte Branche zu treffen.“ ■

Bluetooth-Lautsprecher fürs Wohnzimmer mit 3D-Effekt – dazu präsentierte TFK von Sony den HT-AX7 mit seinen beiden abnehmbaren Satelliten.

MLINE-VL Herbert Seidl (hier auf der IFA) mit der neuen Präsentationslösung von Cellularline mit integriertem Video-Display.

MLINE AUF IFA UND EFHT

„Es geht um die Kernfrage“

TEXT: Dominik Schebach | FOTO: D. Schebach | INFO: www.mline.at

MLINE war dieses Jahr nicht nur auf den Elektrofachhandelstagen, sondern auch – am Stand von Partner Cellularline – auf der IFA in Berlin präsent. Auf den Messen sprachen wir mit VL Herbert Seidl über die Herausforderung für den Handel aus Sicht des Zubehörspezialisten und wie man gemeinsam den Kunden erreichen kann.

Im Zubehörgeschäft spielt die Präsentation eine entscheidende Rolle. Auf der IFA zeigte deswegen MLINE-Partner Cellularline ein interessantes Konzept, um die Zubehörverkäufe anzukurbeln. „Es geht für uns um die Kernfrage, wie können Fachhandel und MLINE bzw. Cellularline gemeinsam den Endkunden für das Thema Zubehör begeistern“, erklärt MLINE-VL Herbert Seidl. „Wir haben deswegen die Präsentationsmöbel weiterentwickelt. Diese neuen Gondeln lassen sich nicht nur mit Ware bestücken, sie bieten auch eine stilvolle Warenpräsentation mittels Displays sowie integrierte Video-Screens.“

Damit hat Seidl schon die wichtigste Besonderheit der neuen Präsentationsmöbel angesprochen. Diese stehen in unterschiedlichen Größen zur Verfügung, wobei in Linz die größte Variante gezeigt wurde. Die „Gondeln“ verfügen über mehrere Monitore für Werbe-Videos bzw. Erklärung der Cellularline-Produkte. Außerdem können die Präsentationsinseln vom Tischler an die Bedürfnisse des Händlers angepasst werden. Eine kleinere Präsentationslösung für die Integration in die Blisterwand wurde ebenfalls in Berlin und Linz vorgestellt.

THEMA NUMMER EINS

Bei den Zubehörprodukten spielte das gegenwärtige Thema Nummer eins Charging eine Schlüsselrolle. Mit dem Charger Magnus 100W von Cellularline bringt MLINE eine Ladelösung auf der Basis von Gallium Nitrid mit einer Ladeleistung von bis zu 100 Watt auf den Markt. Damit eignet sich das neue Flaggschiff im Charging-Segement nicht nur für Smartphones, sondern kann als Ladegerät für alle tragbaren Geräte einschließlich Notebooks dienen – womit sich der Endkunde eine ganze Reihe zusätzlicher Ladegeräte erspart.

NEUE MARKEN

Auch der Zubehörbereich kann sich dem Thema Nachhaltigkeit nicht entziehen. Deswegen hat MLINE eine neue Zubehörmarke vorgestellt: becom. Für die Herstellung dieser Produkte wird u.a. auch recyceltes Material eingesetzt. Interessant wird allerdings, ob die Kunden auch den etwas höheren Preis zahlen werden.

Eine logische Erweiterung des Sortiments ist nach Ansicht von Seidl die neue Marke Newbran, welche in Linz einen eigenen Stand im E-Mobility-Bereich der Messe hatte. Dieses Zubehör für E-Scooter und E-Bikes umfasst ein breites Spektrum an Produkten, vom modischen Helm bis zur Smartphone-Halterung für die Lenkstange – womit für den TK-Handel auch die Brücke zum Telekom-Zubehör geschlagen ist. Daneben gibt es in dieser Kategorie z.B. auch hochwertige Schlösser für die schnittigen Gefährte. Dazu gibt es passende Displays für die Präsentation im Geschäft.

Zur Elektromobilität gehören aber auch die Wallboxen von TeltoCharge. Diese Wallboxen „Made in EU“ stellen nach Ansicht von Seidl eine interessante Ergänzung für den Fachhandel dar und sind in ihrer Holzoptik individualisierbar. ■

am Punkt

NEUE MÖBEL
vereinen Multimedia- und Produktpräsentation in einer anpassbaren Lösung.

FORTSCHRITTE
bei der Ladetechnologie ermöglichen immer leistungsstärkere Charger.

NEUE BEREICHE
Scooter- und E-Bike-Zubehör als logische Ergänzung des Sortiments.

Für die 20. Ausgabe seiner Hausmesse hat sich Ingram Micro eine neue Location gesucht: die Marx Halle in Wien.

IM.TOP: 20. AUFLAGE IN NEUER LOCATION

Vorstoß in neue Bereiche

elektro.at VIA STORYLINK:2310060
TEXT: Dominik Schebach | FOTO: Ingram Micro | INFO: www.ingrammicro.com

Sie ist wieder ihrem Ruf als größte ITK-Messe in Österreich gerecht geworden. Die Hausmesse von Ingram Micro fand am 21. September unter dem Motto „Tradition X Innovation" in der Marx Halle Wien statt. Neben dem Distributor präsentierten sich mehr als 80 Aussteller aus der IT- und der TK-Branche. Neben den traditionellen Schwerpunkten wurden aber auch neue Produktbereiche präsentiert.

am Punkt

GRÖSSTE ITK-MESSE ÖSTERREICHS
zählte dieses Jahr 80 Aussteller.

SERVICES
entlang der Wertschöpfungskette sowie das neue Partner2Partner-Portal.

STARK VERTRETEN
waren dieses Jahr wieder die TK-Aussteller.

Die 8000 Quadratmeter des neuen Messestandortes Marx Halle waren gut gefüllt, wie auch GF Adolf Markones anmerkte: „Wir haben dieses Jahr 85 Aussteller und liegen bei den Besuchern über dem Vorjahr. Damit haben wir auch dieses Jahr wieder ganz klar die größte IT- und TK-Messe in Österreich. Gleichzeitig stoßen wir in neue Bereiche vor. So geht es im IT-Bereich immer mehr in Richtung Solutions- und Cloud, gleichzeitig greifen wir auch auf Wunsch unserer Partner im Channel neue Bereiche an – wie E-Mobility. So haben wir jetzt z.B. E-Scooter."

Ingram Micro nutzte die Veranstaltung, um seine Services entlang der „Value Chain" für die Reseller zu präsentieren. Dabei könne der Distributor laut Markones seinen Partnern alles bieten, über deren Finanzierung bis zum Rückkauf der Altgeräte im IT- oder TK-Segment, samt der zertifizierten Datenlösung bei den zurückgenommenen Geräten. Ebenfalls auf der Messe wurde auch die Plattform Xvantage präsentiert, welche alle Prozesse im Kontakt zwischen Hersteller, Distributor und Reseller abbildet. Österreich war das vierte Land, wo Ingram Micro diese Plattform gelauncht hat. Seit März sind alle Kunden erfolgreich auf die Plattform migriert, wie auch Projektverantwortlicher Alexander Döring berichtete.

Eine weitere Initiative war die offizielle Vorstellung des Partner2Partner-Portals. Mit diesem Service sollen Partner zukünftig in ihrem Daily Business noch besser unterstützt werden und haben dadurch u. a. die Möglichkeit, Kompetenzen untereinander auszutauschen und gemeinsam davon zu profitieren.

ALLE TK-PARTNER DABEI

Aus Telekom-Perspektive fiel auf, dass wieder alle TK-Partner des Distributors dabei waren. Und diese hatten auch einige interessante Neuigkeiten mit dabei. So zeigte TCL seine Smartphones und Tablets mit der neuesten Version des TCL NXTPAPER-Displays. „Diese Displaytechnologie vermittelt ein Leseerlebnis wie auf Papier. Damit gibt es weniger Reflexionen und die Augen ermüden nicht so schnell. Gleichzeitig ist dieses Display sehr energiesparend", erklärte Martin Gaitzenauer, Regional Manager DACH & CE, TCL Communication. Vertreter dieser Geräte ist das Tablet NEXTPAPER 11, mit einem 11 Zoll Display, welches bei 90 Hz eine 2k-Auflösung bietet. Das Tablet soll im Q4 gelauncht werden. ■

NXTPAPER ist eine neue, augenschonende Displaytechnologie von TCL und wurde in Tablets wie dem NXTPAPER 11 verbaut.

BEA-FON SMART HOME-STRATEGIE

„Plug & play“

TEXT: Dominik Schebach | FOTO: Bea-fon | INFO: www.beafon.at

Einfach und sicher, das ist der Anspruch, den bea-fon an seine Produkte stellt. Die Oberösterreicher beschränken sich dabei nicht nur auf Mobiltelefone, sondern haben auch ein umfangreiches Smart Home-Angebot im Sortiment. So bietet das Unternehmen eine Range von Sicherheitskameras für den Innen- und Außenbereich, die sich durch besonders leichte Installation auszeichnen.

Kameras wie die Safer 3S Pro bilden das Rückgrat des Smart Home-Angebots von bea-fon. Diese werden über WLAN an das Netz angebunden und benötigen keinerlei Zusatzgeräte. Bedient werden die Kameras wie die Safer 3S Pro über die „Beafon Home App“, welche sowohl mit iOS als auch Android-Geräten kompatibel ist. Die Anmeldedaten werden auf einem deutschen Server sicher verschlüsselt und anonymisiert gespeichert.

„Smart Home ist ein aktuell stark wachsendes Segment. Die leichte Bedienbarkeit aber ist nach wie vor die Achillesferse vieler Anbieter. Bea-fon ist Spezialist für die Entwicklung „leichter Lösungen“ für den Endkonsumenten“, erklärt COO Reinhard Handlgruber die Philosophie hinter den Produkten. „Die Bea-fon Smart Home Produkte sind einfach in Betrieb zu nehmen, nämlich plug & play, und mit der Bea-fon Home App (gratis downloadbar vom Playstore und Appstore) für jedermann problemlos zu bedienen. Damit sind Bea-Fon-Kameralösungen die idealen Produkte für ein sicheres Zuhause.“

AUSDAUERND

Die Produkte sind aber nicht nur einfach zu bedienen, sondern auch robust und standfest. So ist die Outdoor Kamera Safer S3 Pro von Bea-fon nach IP 65 gegen Spritzwasser geschützt und ermöglicht mit ihrem 9600 mAh Akku bis zu zehn Monate Standby-Betrieb. Zudem lässt sich die Kamera mit dem Bea-fon Solarpanel SOLAR 4 kombinieren. Ein schaltbarer akustischer Alarm sorgt für zusätzliche Sicherheit. Für den Türbereich bietet Bea-fon die kabellose Türklingel Visitor 1V. Sie verfügt über eine externe 95 db Glocke. Dank der PIR-Bewegungserkennung erhalten die Benutzer eine Alarmbenachrichtigung auf ihre Bea-fon Smart Home App, sobald der Infrarot-Sensor anschlägt. Ein Zwei-Wege-Lautsprecher ermöglicht zusätzlich die direkte Kommunikation mit dem Besucher an der Tür.

Die Kameras von Bea-fon verfügen alle über die Möglichkeit eines Livestreams via Web-Browser am PC. Die Verifizierung erfolgt mittels QR Code am Smartphone über die Beafon Home App. Zudem ist die Beafon Home App kompatibel mit Sprachassistenten wie Amazon Alexa oder Google Assistant. So können die Benutzer mit einem simplen Sprachbefehl direkt die Bilder auf ihr Endgerät streamen.

VERTRIEBSUNTERSTÜTZUNG

Laut Handlgruber will Bea-fon mit seinem Smart Home-Sortiment eine breite Zielgruppe ansprechen: „Unsere Beafon Smart Home Produkte sind für den Endkonsumenten, der in einer Wohnung lebt, gleich wie für die Bewohner eines Einfamilienhauses, aber auch für den Besitzer eines Geschäftes oder für Hotels interessant. Deswegen sehen wir unser Smart Home Sortiment als ideal für den Elektrofachhandel, der genau diese Kundengruppen bedient. Dazu bieten wir neben den Einzelprodukten und kleinen Starterpaketen auch ein fertiges POS Display, mit dem der Händler in seinem Shop das Sortiment ideal vermarkten kann. Mit der monatlichen Teams Produktschulung kann der Partnerhändler sich damit ideal selbst schulen oder neue Mitarbeiter schulen lassen.“ Wie alle Bea-fon-Produkte wird auch die Kamera-Range der Oberösterreicher über TFK sowie Smart Mobile distribuiert. ■

Von der Türklingel mit Kamera bis zur Outdoor-Überwachung: Für die stilgerechte Präsentation seines Kamera-Sortiments hat bea-fon ein eigenes Display für den Fachhandel entwickelt.

Think big or go home

Das war er also: Der Messeherbst. Während der IFA und den Elektrofachhandelstagen habe ich jede Menge spannende Gespräche geführt und viele Menschen getroffen. Das hat mich sehr gefreut und damit war ich nicht allein – viele Fachbesucher und Aussteller haben mir das bestätigt. Bestimmte Dinge lassen sich einfach besser in Persona erzählen. Es kommen plötzlich Themen auf den Tisch, die man gar nicht auf dem Schirm hatte. Ich glaube, viele stellten sich dennoch im Vorfeld die Frage, ob sich der Besuch auf einer Messe überhaupt lohnt. Meine Antwort: Ja, es hat sich für mich auf jeden Fall gelohnt! Wir alle spüren noch die Nachwirkungen der Pandemie. Am Ende des Tages haben die Messen aber viele Leute aus der Branche wieder zusammengeführt. Viele konnten Kontakte reaktivieren, sich über aktuelle Entwicklungen austauschen und neue Ansprechpartner kennenlernen.

Apropos aktuelle Entwicklungen: Wie ich auf den Messen festgestellt habe, lautet das neue Motto anscheinend: Je größer, desto besser. Soll heißen: Mehr Diagonale, mehr Leuchtkraft, mehr Buchstaben im Pixelnamen bei den Fernsehern. So gibt es bei LG QNEDs, Hisense hat ULEDs, außerdem gibt es selbstverständlich die Micro-LEDs und TCL hat QD-Mini LED TV. Letzterer präsentierte auf der IFA seinen übergroßen LCD-TV mit knapp drei Meter Diagonale und Mini-LED-Hintergrundbeleuchtung. Hisense schaffte es sogar, dass zwei Laserprojektoren so zusammenzubringen, dass ein extrem breites 200"-Bild herauskam.

Ebenfalls vermehrt haben sich die Betriebssysteme. Am gängigsten ist seit Jahren zwar das TV-Betriebssystem Android TV, das hat in den letzten Jahren jedoch zahlreiche „Ableger" bekommen, etwa in Form von Google TV oder Fire OS. Darüber hinaus haben auch Hersteller wie Samsung, LG, Metz und Panasonic inzwischen eigene Betriebssysteme installiert und als wäre das nicht schon genug, führen einzelne Hersteller gleich mehrere Betriebssysteme in ihrem TV-Sortiment.

An Innovationen mangelte es also in Linz und Berlin nicht. Dennoch drängt sich die Frage auf, was aus Messen wie der IFA in Zukunft wird? Es gibt noch einige große und zugkräftige Aussteller wie Samsung oder LG auf der Messe. Mehr Unternehmen aus dem Unterhaltungselektronikumfeld würden der IFA vielleicht guttun. Umso mehr hat es mich gefreut, dass auf den Elektrofachhandelstagen tatsächlich mehr Besucher waren, als ich erwartet hatte. Insgesamt wurden 1903 Fachbesucher an den beiden Tagen gezählt.

Wohin die Reise gehen wird, werden wir spätestens nächstes Jahr sehen, wenn die IFA ihren 100. Geburtstag feiert und eine Fortsetzung der Elektrofachhandelstage wurde auch schon beschlossen...

AVM

Verkauf?

AVM steht vor einem Generationswechsel. Die Gründer nähern sich ihrem 70. Lebensjahr und denken über die Zukunft des Unternehmens nach. Wie AVM gegenüber E&W bestätigte, laufen bereits seit einiger Zeit intensive Planungen für diesen Übergang: „Seit knapp 40 Jahren ist die Entwicklung des Unternehmens AVM eine große Erfolgsgeschichte. Inzwischen gehen die Gründer und geschäftsführenden Gesellschafter von AVM bereits auf die 70 zu. Ihnen ist wichtig, dass der Erfolg von AVM weitergeht, auch wenn sie eines Tages nicht mehr im Unternehmen sind. Diesen Übergang planen sie seit geraumer Zeit aktiv und diskutieren ohne Zeitdruck verschiedene Möglichkeiten."

ORS

Neuer Auftrag

Die Livestreams der ARD-Rundfunkanstalten werden ab sofort von ORS und Insys VT verantwortet. Der Westdeutsche Rundfunk (WDR) erteilte den Zuschlag für eine vierjährige Rahmenvereinbarung zur Beschaffung von AWS Elemental-Live-Encodern. Damit sollen namhafte Rundfunkanstalten die Videoqualität ihrer Livestreams und ihre Streamingperformance weiterhin bestmöglich anbieten. „Ich freue mich sehr, dass Insys VT und ORS sich nun auch am deutschen Rundfunkmarkt als starke Partner von großen Aufträgen im Bereich Encoding und OTT positionieren können", sagt ORS Geschäftsführer Michael Wagenhofer.

ORF

HD-Switch

Viele Jahre hat der ORF seine Programme im Parallelbetrieb ausgestrahlt. Da aber die meisten österreichischen Haushalte die Programme bereits in HD empfangen, lässt nun auch der ORF die Übertragung in SD (Standard Definition) ab 4. Dezember 2023 schrittweise auslaufen. Beginnend mit ORF SPORT + beendet der ORF daher nunmehr den jahrelangen Parallelbetrieb der SD- und HD-Ausstrahlung. Den HD-Switch haben bereits zahlreiche Sender in Europa vollzogen oder werden ihn demnächst vollziehen. Im Laufe des Jahres 2024 werden auch ORF III, ORF 1 und ORF 2 folgen.

LG

10 Jahre OLED. Ein Jahrzehnt an der Spitze.

DOUBLE-CASHBACK

Sichern Sie sich jetzt
bis zu €3400,– Double-Cashback*

SO FUNKTIONIERT'S

1. Eines der Aktionsmodelle bis zum 31.12.2023 kaufen.

2. Das Aktionsmodell bis zum 15.01.2024 online auf www.lg.com/at/promotions/doublecashback registrieren.

3. Erstattung des Cashbacks auf das angegebene Konto innerhalb von 60 Werktagen.

*Aktion gültig vom 15.10. – 31.12.2023 beim Kauf eines der Aktionsgeräte. Teilnahmebedingungen und Online Formular unter www.lg.com/at/promotions/doublecashback. Pro Endkunde und Haushalt ist die Inanspruchnahme des Cashbacks nur einmalig möglich. Im Falle einer Retoure ist der Cashback-Betrag innerhalb von 14 Tagen nach Rückgabe des Gerätes rückzuerstatten. Druck- & Satzfehler vorbehalten

TRENDTHEMA „KI" BEI DEN 30. ÖSTERREICHISCHEN MEDIENTAGEN

„Fürchtet euch nicht!"

TEXT: Wolfgang Schalko | **FOTOS:** Markus Wache /HORIZONT, W. Schalko | **INFO:** www.ors.at

Die Österreichischen Medientage standen heuer im Zeichen der Künstlichen Intelligenz und deren Auswirkungen auf die Medienbranche. Im Panel „Tech 4 Media" mit ORS-GF Michael Wagenhofer wurde die Perspektive der Distribution beleuchtet.

Moderiert von Medienmanager Hans Mahr gingen Dominique Hoffmann (Produktions- und Technikdirektorin beim WDR), Sabine Theresia Köszegi (Professorin für Arbeitswissenschaft und Organisation, TU Wien), Harald Kräuter (ORF Direktor für Technik und Digitalisierung) und ORS Geschäftsführer Michael Wagenhofer der Frage nach, „wie künstliche Intelligenz und Automatisierung die Distribution von Medieninhalten als auch den Journalismus an sich radikal verändern."

KENNENLERNPHASE

Einig zeigten sich die vier Experten, dass das Thema KI gerade erst am Anfang stehe und dass die zukünftigen Veränderungen der Medienbranche durch KI dramatisch sein würden. Hoffmann erklärte, dass KI kein rein technisches Thema sei, sondern sämtliche Prozesse von der Redaktion über die Produktion bis hin zur Distribution umkrempeln werde. Kräuter ortete einen wesentlichen Aspekt darin, die Mitarbeiter „vom Zustand der Angst wegzubringen, damit sie sich aktiv mit dieser neuen Technologie auseinandersetzen". Nur so könnten sie die Vorteile der KI erkennen. Er gab sich überzeugt, dass die KI am Ende einen Mehrwert bedeuten werde, u.a. deshalb, weil die Kreativität steigen werde.

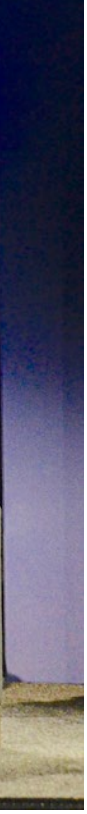
Köszegi brachte Fake News und Deep Fakes als ein wichtiges Thema bei KI ein, dem es aus journalistischer Sicht mit dem Redaktionsprinzip entgegenzuwirken gelte, wo es aber auch einen institutionellen Rahmen brauche (Stichwort Regulierung) – ähnlich wie bei Cyber Security sei auch der Kampf gegen Deep Fakes ein ständiges „Wettrüsten". Wagenhofer hielt fest, dass die digitale Transformation „die Macht extrem zu den Konsumenten" verschoben habe, was für Sender „User Centricity in allen Ausprägungen" erfordere – und entsprechend gut müsse jeder TouchPoint durchdacht sein. Für den

DER GROSSE PITCH DER MARKTVERTRETER

„Visionen und Innovationen für einen florierenden Medien- und Werbemarkt" – unter diesem Aufhänger präsentierten Vertreter von Gewista, kronehit, OÖ Nachrichten sowie Vertreter der österreichischen TV-Sender ihre Ideen. Diese wurden von einer Jury sowie dem Saalpublikum bewertet. Moderiert wurde die Session von Michael Weber.

Mario Frühauf (GF kronehit) skizzierte die Funktionsweise von Data Driven Advertising; Franz Solta (GF Gewista) sprach über die Kraft der Außenwerbung; Bernd Kirisits (VL OÖ Nachrichten) plädierte für den Zusammenhalt der heimischen Medienbranche, damit der Werbemarkt Österreich erhalten bleibe. Ein solches Konzept des Zusammenschlusses wurde gleich darauf von der gemeinsamen Arbeitsgruppe von IP Österreich, ORF Enterprise, Red Bull Media House, Goldbach Media und Pro7Sat1PULS4 unter dem Stichwort „Austria Ads" präsentiert. Dieser innovative Schritt bedeutete den Sieg – der Preis (ein 5.000 Euro Gutschein) wurde an das St. Anna Kinderspital gespendet.

Die gemeinsame Initiative der TV-Sendervermarkter erhielt von Michael Weber den Siegerscheck.



Michael Wagenhofer, Sabine Theresia Köszegi, Dominique Hoffmann, Harald Kräuter und Moderator Hans Mahr (v.l.n.r.) diskutierten beim Panel „Tech 4 Media".

Konsumenten bedeute der Einsatz von KI z.B. durch Empfehlungssysteme besser auf die eigenen Vorlieben und Bedürfnisse zugeschnittenen Content.

DATEN IM FOKUS

Ein besonders sensibler Bereich sind auch bei KI-Anwendungen die Daten – wobei das Panel vor allem auf den Aspekt Datenregulierung vs. offene Nutzung einging. Beim ORF passe man bei KI-Anwendungen noch genauer auf, wie man mit Daten und Infos umgehe – etwa, indem man nur verbriefte Inhalte in eine KI einspeise, erläuterte Kräuter und verwies auf eine selbst entwickelte Software, die man bereits einsetze: „Die KI wird mit zuvor geprüften APA-Texten ‚gefüttert' und erstellt daraus u.a. fertige Beiträge für Social Media, die dann nochmals kontrolliert werden. Dieser Weg ist für die heutige Zeit zugeschnitten." Und er plädierte dafür, sich „erst einmal wirklich mit KI zu beschäftigen, und das Thema nicht von Vorhinein ‚zu Tode' zu regulieren."

Köszegi warf ein, dass „ein Großteil der KI-Anwendungen überhaupt keine personenbezogenen Daten verarbeitet" und daher für Regulative wie die DSGVO irrelevant sei. Als Problem für Wettbewerb und Innovation wertete sie den Umstand, dass die US-amerikanischen „Big 5" für eine enorme Konzentration von Daten gesorgt hätten und zeigte sich zuversichtlich, dass die EU „die Weichen richtig stellen" werde. In diese Kerbe schlug auch Wagenhofer: „Europa setzt globale Standards für KI. Mit der Gründung des European Centre for Algorithmic Transparency geht die EU-Kommission einen sehr guten Weg – man möchte erst verstehen, was hier überhaupt passiert, und dann die ethischen Regeln entsprechend darüber setzen." Wie auf dieser Ebene im Großen gehe es auch im Kleinen, d.h. innerhalb der Unternehmen, darum, entsprechende „Safe Spaces" zu kreieren.

KI IN DER PRAXIS

Die ORS arbeite gerade an einer Guideline, welche KI-Module im beruflichen Kontext erlaubt sind, führte Wagenhofer weiter aus: „Das ist ein erster Schritt, weitere werden sich aus den Anwendungsfällen ergeben – die jetzt vielleicht noch gar nicht erkenntlich sind." Ein konkretes Beispiel für den Einsatz von KI hatte der ORS-GF ebenfalls parat: Als Proof of Concept wird KI heute schon bei Speech-to-Text Übersetzungen (mit Untertitel in Echtzeit) für das Österreichische Parlament verwendet. Als nächstes seien z.B. Anwendungen mit Objekterkennung denkbar.

Hoffmann wies darauf hin, dass KI enorm bei „Fleißarbeit" unterstützen könne, sodass letztlich Freiraum für die menschliche Kreativität geschaffen werde – denn der Mensch bleibe nach „wie vor der wichtigste Faktor, bevor KI die Allgemeinheit erreicht." Auch Kräuter unterstrich, dass KI die Medienunternehmen in puncto Effektivität weiterbringen solle und hier – Stichwort Upscaling – Mitarbeiter aus allen Bereichen mitgenommen werden müssen, d.h. nicht nur die Journalisten, sondern Produktion, Buchhaltung uvm. Fehlerkultur werde diesbezüglich in nächster Zeit ein zentraler Punkt sein. Wie Köszegi anmerkte, hätten sich die Menschen auch vor den Auswirkungen gefürchtet, als das Fernsehen ins Wohnzimmer kam, es habe weitreichende Diskussionen gegeben, als Wikipedia aufkam, und genauso werde es bei KI sein: Wir alle würden damit umzugehen lernen und es würden Spielregeln entwickelt werden, um KI sicher und sinnvoll zu nutzen. „Gleichzeitig werden wir die Angst verlieren, weil wir besser verstehen, was KI kann und was nicht."

„Fürchtet euch nicht", lautete daher das treffende „biblische" Schlusswort von Hans Mahr – die Medienbranche werde auch diese Herausforderung zu meistern wissen. ■

SIMPLITV, ORS UND ORF DIGITAL AUF DEN EFHT

Auch heuer präsentierten sich simpliTV, ORS und ORF DIGITAL mit einem Gemeinschaftsstand und entsprechend großem Team auf den Elektrofachhandelstagen in Linz. Für simpliTV-Geschäftsführer Philipp Dainese hat die Messe einen hohen Stellenwert: „Die Messe war grundsätzlich gut besucht und auf unserem Stand war die Besucherfrequenz ebenfalls sehr hoch. Für uns sind die Elektrofachhandelstage insbesondere als Plattform wichtig, um uns mit unseren Partnern direkt auszutauschen – einerseits natürlich mit den Händlern, andereseits aber auch mit den Herstellern, Distributoren sowie den Kooperationen. Diese Möglichkeit wissen wir sehr zu schätzen."

Als Messehighlight wurde die neue simpliTV Herbstaktion in Zusammenarbeit mit LG vorgestellt: Dabei gibt es für den Kunden bei Abschluss eines simpli more-Pakets mit 24 Monaten Bindung satte 200 Euro Sofort-Abzug beim Kauf eines ausgewählten LG TV-Geräts (u.a. diverse OLED-Modelle der Serien C, G und M sowie QNED-TVs der Serien 826 und 866 – eine vollständige Liste ist im simpliTV Händlerportal zu finden). Besonders praktisch: Die simpliTV App funktioniert auch direkt auf den neuen LG TV-Geräten. Die Aktion läuft von 25. September bis 31. Dezember 2023 und umfasst auch eine erhöhte Provision von 186 Euro (!) für den Händler.

Auf den EFHT standen die Teams von ORF, ORS und simpliTV den Händlern Rede und Antwort und präsentierten die ersten Aktionen fürs Weihnachtsgeschäft.

STRONG AUF IFA & EFHT

Für Groß und Klein

TEXT: Julia Jamy | FOTO: J.Jamy | INFO: www.strong.tv

Strong durfte natürlich nicht fehlen unter den Ausstellern auf den EFHT. Das Unternehmen präsentierte dort auf dem kleinen, aber feinen Stand die neuesten Highlights, darunter eine neue Serie an QLED TVs und Android- und Google TV-Streaming-Boxen und Sticks. Auch der Auftritt auf der IFA konnte sich sehen lassen. Da war - ob Groß oder Klein - für jeden etwas mit dabei..

am Punkt

STRONG
präsentierte sich mit einem eigenen Stand auf der IFA & EFHT.

MIT NEX PLAYGROUND
stellte der Hersteller in Berlin eine neue innovative Plattform vor.

IN LINZ
konnten sich die Besucher auch ein Bild vom neuen Geschäftsbereich machen.

Mit Nex Playground präsentierte Strong auf der IFA eine neue, innovative Plattform, die aktive Familienunterhaltung und körperliche Betätigung zu Hause bietet. Die enthaltenen 20 Spiele eignen sich für Familien mit Kindern, um gemeinsam zu spielen, körperliche Herausforderungen und Aktivitäten zu genießen und immersive Spiele ohne Controller oder Headsets zu spielen. Nex Playground eignet sich auch für Erwachsene, um gemeinsam mit Freunden zu spielen.

VIEL NEUES

Auch im Segment Netzwerktechnik gab es bei Strong viel Neues. Das Unternehmen präsentierte auf seinem Stand mobile 5G Router, neue 4G Router, zwei neue akkubetriebene, mobile 4G Router, neue Generationen an Powerline- und Repeater-Produkten sowie Netzwerk-Switches. So stellte das Unternehmen mit der STRONG LEAP-S3 eine kleine, kompakte, intelligente Google TV-Box für den Fernseher vor. Diese Google TV-Box ist mit der neuesten Version von Android 11 ausgestattet und soll durch ein hervorragendes Benutzererlebnis bestechen. Die TV Box ist von Google zertifiziert und ermöglicht den Zugriff auf zahlreiche Apps, Streaming Dienste und vieles mehr.

Ein weiteres Highlight war der 4G Portable Hotspot 150. Mit dem 4G-Hotspot 150 tragen Kunden ihre Internetverbindung in der Tasche. Auszeichnen soll sich das Modell durch sein kompaktes und elegantes Design. Nutzer müssen nur eine SIM-Karte von einem beliebigen Betreiber einlegen und können sofort ihre Internetverbindung mit Geschwindigkeiten von bis zu 150 Mbit/s genießen. Das Strong Portfolio für die IFA umfasste auch zahlreiche Projektoren, darunter Home Projektoren mit eingebautem GoogleTV und direkter Streaming-Möglichkeit sowie kleine Beamer für mobile Präsentationen.

NEUER GESCHÄFTSBEREICH

In Linz konnte sich die Messebesucher auch ein Bild vom neuen Geschäftsbereich Energielösungen machen. Strong hat hier als Photovoltaik- Komplettanbieter kürzlich ein neues Kapitel aufgeschlagen. Hierzulande konzentrierte man sich allerdings auf die tragbaren Stromspeicher, die Strong in mehreren Varianten von 300 Wh bis 3kWh anbietet, darunter den STRONG CP05ST-3000W Mit seiner hohen Leistung von bis zu 3000 W kann er fast alles zu Hause und im Freien mit Strom versorgen. Auszeichnen soll sich das Modell durch seine lange Batterielebensdauer und Zykluslebensdauer. ■

Die neue innovative Plattform Nex Playground sorgt für Spiel und Spaß für die ganze Familie.

VARTA CONSUMER AUF DEN EFHT

Butter & Brot

TEXT + FOTO: S. Bruckbauer | INFO + FOTO: www.varta-consumer.at

Wir sind zufrieden. Wir haben viele gute Gespräche geführt, vorwiegend mit Handelspartnern, die wir endlich wieder persönlich treffen konnten, aber auch mit Kollegen aus der Industrie – man kennt sich ja in der Branche. Die Stimmung war sehr gut und man merkte, die Familie ist wieder zusammengekommen", so Varta Consumer Austria GF Karl Strobl in seinem EFHT-Resümee.

Jetzt gilt es, das Weihnachtsgeschäft („unser Butter- & Brotgeschäft", wie Strobl sagt) anzukurbeln und das tat Varta auf den EFHT. Es wurden die neuesten Produkte des Energiespezialisten (z.B. die kleine, handliche, klappbare Work Flex Multifunction Light F20R) präsentiert. Es gab attraktive Messeangebote und darüber hinaus wurden Zweitplatzierungen für den Handel ausgestellt, in denen die wichtigsten Produkte zusammengefasst sind, die ein Fachhändler braucht, um 95% der Batterieanforderungen der Konsumenten abzudecken.

Die kleine, handliche und klappbare „Work Flex Multifunction Light F20R".

Abseits der Neuheitenschau wurden auch verschiedene Themen präsentiert, so z.B. das allgegenwärtige Blackout-Thema oder – jetzt neu – „Microabenteuer". Ob ein Tag auf dem Berg oder eine Nacht im Zelt im Garten – „unsere Produkte, wie Laternen, Kopfleuchten, Taschenlampen, Powerbanks, etc. passen sehr gut zu solch kleinen Abenteuern", erklärt TMM Christl Kruiswijk. „Wir wollen den Händlern Themen an die Hand geben, über die sie mit ihren Kunden ins Gespräch kommen und reden können."

„Die Familie ist wieder zusammengekommen." Varta Consumer Austria-GF Karl Strobl und TMM Christl Kruiswijk sind Fans der EFHT.

Strobl ergänzt: „Wir wollen generell ein Bewusstsein dafür schaffen, in wie vielen Bereichen des täglichen Lebens man die vielen unterschiedlichen Produkte von Varta brauchen kann." ■

ElectronicPartner
Handeln. Für Mensch und Erfolg.

So fulminant waren die
Elektrofachhandelstage 2023

Wir durften uns über zahlreichen Besuch an unserem Stand B-201 freuen! Neben beeindruckenden Produktausstellungen versorgten wir unsere BesucherInnen, passend zur Oktoberfestzeit, mit kulinarischen Schmankerln. Der ElectronicPartner-Stand avancierte zum Treffpunkt für Industrie und Mitglieder. In entspannter Atmosphäre wurden, im Rahmen der Abendveranstaltung von ElectronicPartner im prunkvollen Schloss Steyregg, Gedanken und Erfahrungen geteilt. Wir verwöhnten unsere Gäste mit delikaten Cocktailkreationen und DJ Andy White sorgte mit seinem musikalischen Repertoire für Schwung und ausgelassene Stimmung!

Ein herzliches Dankeschön an alle Industriepartner und Mitglieder, die diese Veranstaltung zu einem unvergesslichen Ereignis gemacht haben!

METZ: JUBILÄUMSAUFTRITT AUF DER IFA UND DEN EFHT

Großes Fest

TEXT: Julia Jamy | FOTO: J. Jamy | INFO: www.metz-ce.de

Metz feiert heuer ein ganz besonderes Jubiläum: Der Hersteller wird 85 Jahre. Das wurde natürlich auf den Elektrofachhandelstagen und auf der IFA gebührend gefeiert.

Metz ließ auf der IFA alle wissen, wie lange man schon am Markt ist. Das Unternehmen feierte dort nämlich seinen 85. Geburtstag. In mehreren Retro-Ecken zeigte Metz einige Highlights aus seiner Firmengeschichte. „Metz steht seit 85 Jahren für Zuverlässigkeit, Qualität, Kontinuität und Verlässlichkeit. Wir stehen gut im Markt, sind gute Partner und wer möchte, findet bei uns immer ein offenes Ohr“, erklärte Hermann Dresen, Marketing & Presse.

Anlässlich seines Firmenjubiläums hat Metz auf der IFA ein besonderes Jubiläumsmodell vorgestellt. Das Sondermodell Metz CUBUS edition (UVP: 1.499 Euro) verfügt über eine schwarze Soundleiste, einen drehbaren Stand-Drehfuß aus schwarz eloxiertem Aluminium und eine hochwertige Fernbedienung. Der 43 Zoll Direct-LED-Display in UHD-Auflösung mit lokal abschaltbaren Dimmzonen soll laut Hersteller für bemerkenswert scharfe Bilder mit leuchtenden Farben sorgen. Über einen Twin-Multi-Tuner und zwei CI+ Schnittstellen ist er für den Free- und Pay-TV-Empfang auf allen Empfangswegen gerüstet. Für den Sound sorgt ein 2-Wege-System mit Bassreflex-Kanal und MetzSoundPro. Darüber hinaus unterstützt das Gerät USB-Recording und bietet damit umfangreiche Timeshift- und Aufzeichnungsfunktionen. Als besonderes Highlight wurde der Metz CUBUS edition mit einer exklusiven Jubiläumsgarantie für Deutschland und Österreich ausgestattet. Diese beträgt 85 Monate – also ganze sieben Jahre.

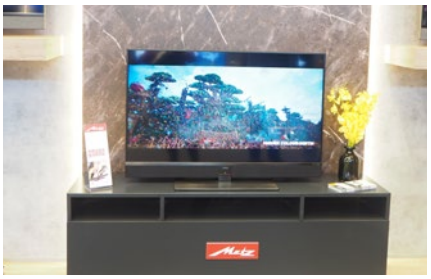
KOMPAKT

Ein weiteres Highlight war der neue Metz Classic CALEA compact 40 (UVP: 1.199 Euro). Mit dem Modell schließt Metz bei seinen Full HD-Fernsehern die Lücke zwischen 32 und 43 Zoll. Der Fernseher soll vor allem durch seine intuitive Bedienung sowie durch seine ausgezeichnete Bild- und Klangqualität bestechen. Ausgestattet mit der Paneltechnologie mit LED-Backlight in Full-HD-Auflösung soll der Metz Classic CALEA compact 40 für ein scharfes und detailgetreues TV-Erlebnis sorgen, wie der Hersteller verspricht. Mittels integriertem Triple-Tuner empfängt das Modell Fernsehen über Sat, Kabel und Antenne ohne zusätzlichen Receiver und unterstützt zeitversetztes Fernsehen via USB. Über drei HDMI-Ports lassen sich externe Geräte und Streaming-Sticks mit dem Full HD-Fernseher verbinden.

Natürlich kam auch METZ blue nicht zu kurz und so wurde die OLED- Serie MOD9001 um ein Gerät in 42“(UVP: 1199 Euro) ergänzt. Das 120-Hz-Panel in OLED-Bildtechnologie mit Ultra HD-Auflösung steuert mehr als 8 Millionen Bildpunkte einzeln an. Dabei werden mit HDR10, HDR 10+, HLG und Dolby Vision IQ alle gängigen HDR-Formate unterstützt. Zudem steht klangseitig ein 2-Wege Stereo-Bassreflexsystem mit integriertem Subwoofer bereit, das von zwei zusätzlichen Effekt-Lautsprechern unterstützt wird. Über seinen integrierten Triple-Tuner empfängt der MOD9001 klassisches Fernsehen über Satellit, Kabel und Antenne. Darüber hinaus ist er mit Google TV und bequemer Sprachsteuerung ausgestattet.

GELUNGENER AUFTRITT

Auch hierzulande legte Metz einen gelungenen Auftritt auf den Elektrofachhandelstagen hin. So war heuer die vertraute Vertriebsmannschaft mit Walter Grusetchi, Michael Bauer und Karin Nadler vor Ort (siehe Bild). Auch Ullrich Sinner, Metz Vertriebsleiter DACH, stand den Besuchern Rede und Antwort und zeigte sich sehr zufrieden mit der aktuellen Geschäftsentwicklung bei Metz: „Wir stellen uns besser dar und blicken positiv in die Zukunft. Wir setzen auf eine stabile Vermarktung, auch bei Metz blue. Händler können bei uns ihre Marge halten und viele honorieren das. Wir werden auch weiter gemeinsam mit dem Handel zusammenarbeiten und wollen weiter sukzessive wachsen.“ ■



Auf der IFA präsentierte Metz sein besonderes Jubiläumsmodell: CUBUS edition.

TP VISION MIT PHILIPS TV & SOUND AUF DEN EFHT

Langsam, aber sicher

elektro.at VIA **STORYLINK: 2310069**
TEXT: Stefanie Bruckbauer | **FOTOS:** S. Bruckbauer, TP Vision | **INFO:** www.philips.de/tv, www. philips.de/sound

Im Gegensatz zum vergangenen Jahr zeigte sich das TP Vision-Team rund um DACH-Chef Murat Yatkin mit dem diesjährigen EFHT-Auftritt von Philips TV & Sound richtig zufrieden. „Wir durften sehr viele Händler auf unserem Stand begrüßen. Wir werden wieder wahrgenommen und die Stimmung wandelt sich zunehmend ‚pro Philips TV & Sound'", berichtet Senior KAM Robert Petrin.

Bild oben: Großes Interesse zeigten viele Händler am Auftritt von TP Vision mit Philips TV & Sound. Bild links (v.li.): Senior KAM Robert Petrin, DACH-Chef Murat Yatkin und der neue Sales Director Levent Güngör sind mit dem EFHT-Auftritt mehr als zufrieden.

Senior KAM Robert Petrin war von den diesjährigen EFHT richtig begeistert, wie er sagt. Letztes Jahr war der TP Vision-Stand ja in einem abgelegenen Seitenarm des Linzer Design Centers platziert, was sich sowohl auf die Besucherfrequenz als auch auf die Stimmung des Teams auswirkte. Heuer war alles anders: „Unser Messestand war an einem sehr guten Platz, der Zustrom aus dem gesamten Fachhandel war groß und das Interesse bzw. die Stimmung gegenüber Philips TV & Sound war sehr positiv – speziell am Freitag waren wir bis Messeschluss durchgehend in Gesprächen." Vor allem viele RED ZAC-, aber auch EP:Händler (die jetzt über die Warenversorgung über die Zentrale hinaus wieder mit Philips TV & Audio durchstarten möchten) besuchten den TP Vision-Stand, um dort die Highlightprodukte zu besichtigen und sich über die sogenannte „Mehrwert-Strategie für den Fachhandel" zu informieren. Informiert wurde dann auch die junge Generation, genauer gesagt durfte das TP Vision Trainerteam die Teilnehmer des RED ZAC Lehrlingsseminars schulen. „Die Jungen waren angesichts unserer Geräte richtig on fire. Das freut mich besonders, denn das sind die Händler von morgen", sagt Petrin.

HIGHLIGHTS

Produktseitig stand im Fokus des Messeauftrittes zum einen der OLED+908 (**Bild re. unten**), der als das Flaggschiff mit Ambilight Next Generation gilt. Laut TP Vision kombiniert er „die bemerkenswerten Eigenschaften des neuesten META OLED-Panels mit der überragenden Rechenleistung des P5 AI-Prozessors der 7. Generation, einem integrierten Bowers & Wilkins-Soundsystem und dem dreiseitigen ‚Next Gen'-Ambilight."

Zweites Highlight war der EISA Award-Träger Fidelio L4. Dieser Kopfhörer soll durch die Kombination aus hervorragender Audio-Performance, langer Akkulaufzeit, außergewöhnlich effizienter, aktiver Geräuschunterdrückung sowie exzellenter Passform und hohem Tragekomfort überzeugen.

MEHRWERT-TRAINING

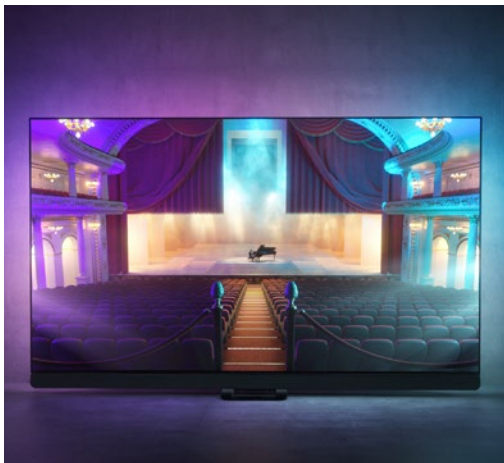
Kurz nach den EFHT fand ja an zwei Terminen in Wien und Graz das sogenannte „Mehrwert-Training für Philips TV & Sound" statt. Im Zuge dessen wurden den Handelspartnern die Produkte und Konzepte von TP Vision im Detail vorgestellt und der Zulauf war großartig, wie Petrin berichtet. „Alleine in Graz durften wir 30 Fachhändler begrüßen!" Das komplette TP Vision-Trainerteam war vor Ort, präsentierte die Highlights aus dem kommenden Produktportfolio, erläuterte technische Hintergründe, beantwortete Fragen und trainierte mit den Teilnehmern direkt an den Geräten. „Ich denke, dass wir mit diesen Veranstaltungen den einen oder anderen Vorbehalt uns gegenüber ausräumen konnten", freut sich Petrin.

Die „Mehrwert"-Strategie, die TP Vision mit Murat Yatkin am Ruder verfolgt, zielt ja darauf ab, langfristige, nachhaltige Beziehungen zum Fachhandel aufzubauen und wachsen zu lassen – und genau das passiere jetzt auch, wie Petrin berichtet. „Die Stimmung uns gegenüber ist sehr positiv. Die harte Arbeit der letzten Monate trägt langsam, aber sicher Früchte." ■

NEU IM TEAM

Levent Güngör ist seit August Sales Director bei TP Vision DACH. Er führt nun die Vertriebsmannschaft für Philips TV & Sound in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Neu im Team ist auch Kathrin Havel. Sie verantwortet seit September die Region Ost, also Wien, NÖ, Bgld und Stmk, und betreut dort den Fachhandel.



PANASONIC AUF IFA & EFHT

Vorsichtig optimistisch

TEXT: Julia Jamy | FOTO: J. Jamy | INFO: www.panasonic.at

Im Rahmen der IFA bot Panasonic umfassenden Überblick über die aktuellen Highlights. Das Sortiment wurde dann auch auszugsweise auf den EFHT präsentiert.

Ich bin sehr zufrieden mit der Messe und komme kaum weg vom Stand. Wir bekommen positives Feedback von den Händlern auf unsere Herbstaktion und decken uns gerade ein. Ich bin optimistisch, dass sich das Herbstgeschäft gut entwickeln wird und blicke vorsichtig positiv auf das Weihnachtsgeschäft", so Panasonic Österreich-VL Georg Kink gegenüber E&W.

Am eigenen Messestand wurden so gut wie alle TV- Neuheiten für 2023/24 gezeigt – allen voran die neue MXW834-Serie. Der 4K Ultra HD-TV-Fernseher ist in den Größen von 43 Zoll bis hin zu 85 Zoll erhältlich: „Das Feedback der Händler zur MXW834-Serie ist extrem gut, was uns natürlich sehr freut. Denn wir setzen große Stücke drauf", so Kink.

STREAMING MIT FIRE-TV

Ausgestattet mit dem HDR Cinema Display-Panel sollen die Fernseher für eine breite Farbpalette und eine natürliche Bildwiedergabe sorgen. Für die Signalverarbeitung ist der etwas einfachere HCX-Prozessor verantwortlich. An Bord ist auch der Filmmaker Mode und hier kommt bei den dynamischen HDR-Formaten auch wieder sowohl Dolby Vision als auch HDR10+ zum Zug.

Klanglich soll ein Dolby Atmos-Soundsystem ein eindrucksvolles Surround-Erlebnis schaffen – beim Film- und Seriengenuss, aber auch beim Gaming. Alle Modelle der MXW834-Serie sind mit HDMI 2.1 bestückt und unterstützen ALLM für ein weitgehend verzögerungsfreies Gaming-Erlebnis. Das Fire-TV Betriebssystem kommt in den neuen Modellen erstmals bei Panasonic zum Einsatz. Damit will der Hersteller ein komfortables und für den Benutzer sehr einfach zu bedienendes Streaming-Erlebnis ermöglichen. Ausgestattet mit Fire-TV und Zugriff auf Alexa können Kunden zwischen Live-TV und Streaming-Apps wie Prime Video, Netflix und Disney+ auswählen.

Aber nicht nur die Kunden, sondern auch die Händler sollen von der MXW834-Serie profitieren: „Es ist für jeden Händler eine große Chance, seinem Kunden das richtige Fernsehgerät zu verkaufen. Wir haben für jede Zielgruppe das richtige Sortiment. Der Fachhändler hat es in der Hand, ob der Kunde mit FireTV oder My Home Screen nach Hause geht. Das neue Betriebssystem war aber natürlich auch für uns eine Umstellung", erklärt Kink.

WEITERE HIGHLIGHTS

Aber nicht nur in Linz, sondern auch in Berlin legte Panasonic einen gelungenen Auftritt hin. So präsentierte der Hersteller auf der IFA neben seinem TV Line-up für 2023 unter anderem vier neue Geräte für sein „Experience Fresh"-Küchenkleingeräteprogramm: die zwei neuen Mikrowellen-Kombigeräte NN-DF38P und NN-DF37P und – erstmals auf dem europäischen Markt – zwei Heißluftfritteusen NF-CC600 und NF-CC500, welche im Frühjahr 2024 auch auf den österreichischen Markt kommen sollen. ■

PANASONIC LÄDT ZU DEN MEHRWERTTAGEN

Panasonic bietet seinen Fachhandelspartnern wieder die aktuellen Neuheiten und Informationen aus erster Hand. Im Rahmen der MehrWertTage haben Besucher die Gelegenheit, die neuen Betriebssysteme nicht nur kennenzulernen, sondern auch live und in Aktion zu erleben. Die Teilnahme an einem TV-Seminar ist für die Autorisierung als Panasonic Reference Vertriebspartner obligatorisch. Die Seminare finden mit einer fixen Obergrenze an Teilnehmern statt sowie einer Mindestteilnehmeranzahl von zwölf Personen, jeweils von 10 bis 16 Uhr 30 (Salzburg von 19 bis 21 Uhr).

Los geht es am 16. 10. in Salzburg, gefolgt von Oberösterreich (18. & 19. 10.), Wien (7. & 8. 11.) und Steiermark (14. & 15. 11.).

BENQ SETZT AUF ZUBEHÖR

Mehr Marge

TEXT: Dominik Schebach | FOTO: D. Schebach | INFO: www.benq.com

Auf der IM.Top zeigte BenQ nicht nur einige der neuesten Monitore und einen LED-Projektor, das Unternehmen präsentierte auch einige interessante Zubehörartikel, welche dem Benutzer die Arbeit erleichtern und dem Fachhandel zusätzliche Marge versprechen.

Matthias Grumbir, Sales Director Austria BenQ, mit einigen der Highlights von der IM.Top. Besonders viel verspricht er sich von der BenQ ScreenBar-Arbeitsplatzleuchte sowie dem neuen LED-Beamer LH 730.

Vollkommen neu auf der IM.Top war die BenQ ScreenBar. Die Arbeitsplatzleuchte wird über dem Monitor montiert und leuchtet vor dem Bildschirm nach unten. „Der Lichtkegel beginnt dort, wo der Monitor endet. Damit vermeiden wir störende Reflexionen und leuchten gleichzeitig den Arbeitsbereich perfekt aus“, erklärte dazu Matthias Grumbir, Sales Director Austria bei BenQ.

Die BenQScreenBar gibt es in drei Ausführungen, wobei die Spitzenausführung, die ScreenBar Halo, über eine Bluetooth-Fernbedienung verfügt. Über diese kann man die ScreenBar dimmen, oder auch die Lichttemperatur den eigenen Wünschen von Warm-weiß bis Kaltweiß anpassen. Außerdem stimmt der Lichtsensor der ScreenBar automatisch die Helligkeit auf das Umgebungslicht ab. Ein Backlight erzeugt zudem einen Halo-Effekt. Alle drei Modelle der Leuchte sind blaulicht-reduziert, womit das Produkt auch sehr augenschonend ist. Dank des BenQ-Clips kann die ScreenBar auch an Curved Displays verwendet werden. Der UVP der ScreenBar liegt je nach Modell zwischen 120 und 160 Euro.

Daneben feierte die Benq Multicam IdeaCam S1 Pro ihre Österreichpremiere auf der IM.Top. Diese vereint eine Webcam, einen Dokumentenscanner und eine Makrokamera in einem Gerät. Gesteuert wird die IdeaCam S1 Pro über eine Fernbedienung. Der „Puck“ erlaubt die Auswahl der Funktionen sowie die Steuerung des Lichtringes. Die Multicam soll im November in Österreich auf den Markt kommen.

„Jedem Kunden, der einen Monitor kauft, muss man solch ein Zubehör-Produkt wie die ScreenBar oder IdeaCam S1 Pro anbieten“, ist Grumbir überzeugt. „Damit tut man den Kunden etwas Gutes und als Händler erwirtschaftet man eine deutlich höhere Marge.“

LED-PROJEKTOR

Neben dem Zubehör präsentierte BenQ auch neue Arbeitsplatzmonitore und den neuen Projekt LH730. Dieser LED-Projektor erzielt eine Helligkeit von bis zu 4000 Ansi Lumen und bietet den Benutzern zwei Vorteile: Durch den Umstieg auf LED entfällt die empfindliche Projektor-Lampe, womit das Gerät laut BenQ eine Lebenszeit von bis zu 30.000 Betriebsstunden erreicht. Außerdem – und das ist der zweite Vorteil – bietet der Projektor eine volle Konnektivität. D.h. das Gerät lässt sich mit einem einfachen Dongle ins WLAN einbinden. Mit einer Projektionsgröße von 1 bis 3 Metern bietet sich der LH730 für kleine Konferenzräume und Unterrichtsräume an. Der UVP des Geräts liegt bei 1.399 Euro.

„Das ist ein äußerst robustes Gerät zu einem interessanten Preispunkt“, erklärt dann auch Grumbir. „Der Projektor läuft und läuft und läuft. Außerdem nehmen wir damit den von der EU für 2026 vorgegebenen Umstieg bei Projektoren auf LED vorweg.“

WEITERE TRENDS

Damit hat Grumbir einen der wichtigsten Trends für die kommenden Jahre präsentiert. Für ein beständiges Geschäft im Bereich der Monitore sollten zudem die wachsenden Ansprüche der Nutzer sorgen. Höherwertige Features wie Eyecare (reduziertes Blaulicht) oder Monitore mit schmalen Rahmen werden vermehrt nachgefragt. Ein Hoffnungsgebiet macht Grumbir schließlich im Bereich der Large Format Displays aus: „Die sind für alle User interessant, die sich nicht mehr mit einem Beamer zufriedengeben. Das ist natürlich ein anderer Preispunkt – gleichzeitig bieten solche Lösungen auch mehr Möglichkeiten bei der Präsentation.“ ■

am Punkt

SCREENBAR
leuchtet optimal den Arbeitsbereich aus und vermeidet störende Reflexionen am Monitor.

IDEACAM S1 PRO
Webcam, Dokumentenkamera und Makrofunktion für Co-Working vor dem Bildschirm.

LH 730
Robuster LED-Beamer besetzt einen interessanten Preispunkt für den Handel.

TCL: SPEKTAKULÄRER AUFTRITT AUF DER IFA

Auf die Größe kommt es an

TEXT: Julia Jamy | **FOTO:** J. Jamy | **INFO:** www.tcl.com

Das Team von TCL um David Chun (links), GF für TCL DACH, präsentierte auf der IFA den X955 mit 115 Bilddiagonale.

Auch TCL war mit einem Stand auf der IFA vertreten. Denn längst ist der Hersteller zu einem führenden Unternehmen für innovative Display-Technologien geworden. In Berlin zeigte TCL, dass man auch vor wirklich großen Bildschirmdiagonalen nicht zurückschreckt.

Unter dem Markenzeichen „Inspire Greatness“ präsentierte TCL auf der IFA eine Reihe von Weltneuheiten, unter anderem seinen übergroßen LCD-TV mit knapp drei Metern Diagonale und Mini-LED-Hintergrundbeleuchtung. Für den X955 mit 115 Zoll Diagonale hat TCL modernste Technik im Gepäck. Der LCD-Fernseher mit Mini-LED-Hintergrundbeleuchtung soll 20.000 Dimming-Zonen bieten. Obendrein könne eine maximale Helligkeit von 5.000 Nits erreicht werden. Über Quantum Dots verbessert man zudem die Farbdarstellung. Ebenfalls beherrscht der übergroße Smart-TV natürlich auch HDMI 2.1. Somit sind nicht nur eARC und 4K bei 120 Hz, sondern auch ALLM (Auto Low Latency Mode) plus VRR (Variable Refresh Rate) an Bord.

Generell setzt TCL ganz auf Mini-LED und stellte zur IFA 2023 zudem die Serien C955 und C805 vor. Der C955 soll in der größten Ausführung mit 98 Zoll Bildschirmdiagonale rund 2.000 Dimming-Zonen und 2.000 Nits Spitzenhelligkeit erreichen. In den kleineren Größen 65, 75 und 85 Zoll fallen die Zahlen geringer aus. Die dritte neue Reihe heißt in Europa C805. Diesen Fernseher wird es in den Größen 50, 55, 65, 75, 85, und 98 Zoll geben. Das LCD-Panel unterstützt eine Bildwiederholrate von 144 Hz und kommt auf bis zu 1.300 Nits Spitzenhelligkeit. Das Modell mit 65 Zoll Diagonale soll 500 Dimmingzonen haben. Dass es noch größer geht, zeigte TCL mit dem Micro LED TV „Cinema Wall“ mit einer Bilddiagonale von 163“.

NEUE MASSSTÄBE

Aber nicht nur im TV-Bereich, sondern auch im Audio-Segment möchte TCL neue Maßstäbe setzen und verkündete zur IFA die neue Partnerschaft mit Dolby. Dolby Laboratories hat nämlich seine neueste Innovation im Bereich Immersive Audio vorgestellt – Dolby Atmos FlexConnect. TCL wird die Technologie als erstes Unternehmen in seiner TV-Produktreihe 2024 implementieren und eine Reihe von kabellosen Zubehör-Lautsprechern auf den Markt bringen. Dolby Atmos FlexConnect ist eine neue Funktion, die Soundsysteme nahtlos mit kabellosen Zusatzlautsprechern verbindet, um ein noch umfassenderes und immersives Dolby Atmos-Klangerlebnis zu ermöglichen. Anschließend wird der Klang für jedes Raumlayout und jede Lautsprecherkonfiguration optimiert. Die Installation ist laut Hersteller einfach und schnell und erfordert keine zusätzlichen Geräte oder Kabel.

SPORTENTHUSIASTEN

Als langjähriger Sportförderer hat TCL sein Engagement in der Welt des Sports zu einem wichtigen Teil seiner globalen Strategie gemacht. Der Hersteller engagiert sich sehr für den Sport und hat zahlreiche Partnerschaften mit Sportwettbewerben und -Teams sowie mit berühmten Sportbotschaftern. So gaben TCL und der Deutsche Fußball-Bund (DFB) erst kürzlich die gemeinsame

am Punkt

TCL
präsentierte auf der IFA eine Reihe von Weltneuheiten.

DER HERSTELLER
setzt große Stücke auf Mini-LED und präsentierte in Berlin seine neue TV-Serie.

AUCH IM AUDIO-BEREICH
möchte TCL neue Maßstäbe setzen und verkündet die neue Partnerschaft mit Dolby.

Partnerschaft für die kommenden vier Jahre bekannt. Mit der gemeinsamen Sportpartnerschaft erhofft TCL, ein breites Spektrum von Fans ansprechen zu können. „Wir, TCL, freuen uns riesig die Nationalmannschaft zu unterstützen. Wir leben im mobilen Zeitalter und erledigen unsere Aufgaben unterwegs. Wenn wir jedoch mit Freunden und Familie vor dem Fernseher beim Spiel der Nationalmannschaft mitfiebern wollen, ist der Wunsch nach einem großen Fernseher groß“, sagt David Chun, Geschäftsführer für TCL DACH. „Für ein Erlebnis wie live im Stadion bietet TCL Verbrauchern ein immersives und realitätsnahes Fernseherlebnis an. Die spannendsten Momente des DFB-Teams können mit der ultimativen TCL Big-Inch TV-Serie und der branchenführenden 144Hz ultraschnellen Bildwiederholfrequenz hautnah miterlebt werden. Alle Tormomente können mit einem größeren Bildschirm ideal wiedergegeben werden. “

NEUE INNOVATIONEN

TCL stellte in Berlin zudem die neuesten Innovationen in den Bereichen Klimaanlagen, Waschmaschinen, Smartphones, Tablets, AR-Brillen und Smart-Home-Lösungen, sowie die neuesten dezentralen Photovoltaik-Technologien (PV) vor.

Zudem präsentierte der Hersteller die RayNeo X2, die Vollfarb- MicroLED-Brille mit optischem Wellenleiter, auf der IFA. Darüber hinaus stellte TCL neue Anwendungsmöglichkeiten für seine NXTPAPER-Displaytechnologie vor, die zum ersten Mal in der Smartphone-Kategorie ein hochwertiges, farbiges, papierähnliches Erlebnis bieten soll. ■

TCL präsentierte auf der IFA die Cinema Wall mit einer Bilddiagonale von 163''.

HZ ELECTRONICS MIT NEUEN MARKEN UND FIRST CLASS-KONZEPT

Immer erste Klasse

TEXT: Wolfgang Schalko | **FOTO:** W. Schalko | **INFO:** www.audio-vertrieb.at

HZ Electronics hielt auf den Elektrofachhandelstagen die Flagge für den Audio-Sektor hoch und machte deutlich, dass in diesem Bereich noch jede Menge Potenzial schlummert. Nicht nur, was die Produkte betrifft, sondern insbesondere auch hinsichtlich deren Vermarktung.

Nachdem es im Audio-Bereich in den letzten Wochen und Monaten nicht allzu rosig gelaufen ist, war die Stimmung der Händler auf den EFHT „überraschend gut”, wie HZ Electronics-GF Klaus Szapacs berichtete. „Es ist zwar schon eine gewisse Zurückhaltung spürbar, aber im Grunde gehen alle positiv in den Herbst. Und genau dafür brauchen wir auch die Messe – als Plattform, um weiter positive Stimmung zu machen.”

HZ Electronics-GF Klaus Szapacs stellte auf den EFHT den First-Class Presenter von Audioblock vor, mit dem sich am POS auf kompakte Weise HiFi-Kompetenz demonstrieren lässt.

Diesbezüglich konnte Szapacs mit einigen guten Nachrichten aufwarten. Etwa, dass man das Sortiment um zwei neue Marken ergänzt hat: Einerseits die hochwertigen Lautsprecher des schottischen Herstellers Fyne Audio, andererseits mit dem italienischen Hersteller, aus dessen Schmiede u.a. exquisite Röhrenverstärker stammen. „Wir wollen uns mit unserer Produktpalette als Vollsortimenter für den Bereich Audio-HiFi und Zubehör etablieren. Gemeinsam mit unserer Vertriebsphilosophie ‚Vertrieb nur über den Fachhandel‘ möchten wir der erste Ansprechpartner für den Fachhändler sein”, erklärte Szapacs und verwies auf das umfangreiche Produktportfolio, das mittlerweile folgende Kategorien umfasst: Einstiegsradio, Smart-Radio, Soundsysteme, HiFi-Anlagen, hochwertige HiFi-Komponenten, Plattenspieler sowie eine breite Auswahl an Zubehör (Kabel, TV-Wandhalter, Pflegeprodukte für Plattenliebhaber, uvm.).

AUSGEKLÜGELTES KONZEPT

Als konkrete Umsetzung des fachhandelsorientierten Vertriebs wurde auf den EFHT das First-Class Fachhändler-Konzept von Audioblock präsentiert. „Wir wollen mit diesem Konzept die HiFi-Kompetenz beim Fachhändler stärken und durch den vorführbereiten First-Class Presenter seinen Kunden ein packendes Einkaufserlebnis bieten”, beschrieb Szapacs. Neben der Möglichkeit, mit dem Presenter auf 1m Regalfläche am POS eine Vielzahl von HiFi-Produkten hochwertig zu präsentieren, ohne dass der Verkäufer ein ausgewiesener Audio-Experte sein muss, spielt das First-Class insbesondere durch die „Verlängerung” ins Internet seine großen Stärken aus: Über die Website von Audioblock wird dem Händler eine Plattform geboten, die ihn beim Verkauf unterstützt (Beratung, Versand, Abwicklung, 14-tägiges Widerrufsrecht, etc.) und über ein Provisionsmodell direkt von jedem Online-Kauf profitieren lässt. Durch die Optionen Click & Collect sowie Click & Deliver wird außerdem der klassische Online-Kunde wieder zum stationären Händler gebracht. ■

LOEWE IN LINZ UND BERLIN

„Das Vertrauen ist wieder da“

TEXT: Julia Jamy | FOTO: J. Jamy | INFO: www.loewe.tv

Loewe präsentierte sowohl auf der IFA als auch auf den EFHT seine neuen TV-Modelle – allen voran den Loewe iconic. GF Christian Alber zeigte sich jedenfalls über die aktuelle Geschäftsentwicklung hierzulande sehr erfreut.

am Punkt

IN LINZ UND BERLIN
stellte Loewe seine aktuellen Highlights vor, u.a. den Loewe iconic.

ZUR IFA
wurde für den Loewe iconic ein neues Konzept zur Individualisierung präsentiert.

GF CHRISTIAN ALBER
ist mit der aktuellen Geschäftsentwicklung in Österreich sehr zufrieden.

Für die Präsentation der Loewe-Produkte auf den EFHT durfte sich BTM-Chef Christian Blumberger über Unterstützung aus Kronach freuen: So war Geschäftsführer Christian Alber vor Ort und zeigte sich voller Freude über die aktuelle Geschäftsentwicklung bei Loewe: „Wir sind mit der Entwicklung in Österreich sehr zufrieden. Das Vertrauen ist wieder da. Wir sind auf Wachstumskurs und erledigen weiter unsere Aufgaben.“

ALL WHITE

Zu den Produkthightlights auf den EFHT zählte unter anderem der Loewe iconic. Der Fernseher ist in den Bildschirmgrößen 55 und 65 Zoll verfügbar. Ausgestattet mit HLG, HDR10 und Dolby Vision sollen die OLED-Fernseher für ein natürliches, harmonisches Bild sorgen, wie der Hersteller verspricht. Für den Loewe iconic stehen zwei Chassis-Varianten zur Auswahl: SL5 und SL7. Sie sollen sich durch Langlebigkeit und Reparierbarkeit auszeichnen. Der Loewe iconic mit SL 5 Chassis verfügt über eine 1 Terabyte große, integrierte dr+ Festplatte. Ausgestattet mit einem Zweikanal-System und Doppel-Tuner für alle Empfangswege können gleichzeitig zwei TV-Sendungen aufgenommen oder ein Programm angesehen und ein weiteres aufgezeichnet werden. Ein Amazon Fire TV Stick 4K Max gehört zum Lieferumfang. Das Chassis SL7 hingegen ist ideal für Video on Demand und verfügt ebenfalls über den integrierten Festplattenrekorder Loewe dr+ und einen 1 TB Festplattenspeicher. Das in die Iconic-Modelle integrierte Soundsystem besteht aus einer 3.1 Soundbar mit drei nach vorne abstrahlenden Lautsprechern und zwei Subwoofern. Es unterstützt die Audioformate Dolby Virtual Atmos, DTS X, beherrscht Multiroom-Audio via Play-Fi und WDAL 2.0 und besitzt AVR-Anschlüsse.

NEUES KONZEPT

Zur IFA 2023 präsentierte Loewe für den Loewe iconic ein vielseitiges Konzept zur Individualisierung. Ab sofort können Kunden aus drei Grundfarben wählen: Zusätzlich zur Lackierung in graphit grey sind jetzt auch die Varianten pure white und bronze erhältlich. Darüber hinaus stehen die neuen Steinausführungen in midnight marble, diamond dust und ivory sands zur Auswahl. Auch für die Farben des Akustikstoffs der Lautsprecherbespannung stehen mit graphite grey und black jetzt zwei Varianten zur Auswahl. Zudem kann die Aufstell-Lösung des Loewe iconic noch mit optionalen seitlichen Inlays in verschiedenen Farben, Materialien und Ausführungen gestaltet werden. Die Loewe iconic collection ist ab November im Fachhandel bestellbar.

POSITIVER AUSBLICK

Um am POS vor Ort die Kombinations- und Individualisierungsmöglichkeiten erlebbar zu machen, stellt das Unternehmen seinen Fachhandelspartnern ein Musterset zur Verfügung, das mit Stoffmustern und Farbbeispielen ausgestattet ist. „Wir erfinden uns immer wieder neu und bleiben trotzdem uns und unseren Wurzeln treu. Mit unseren Produkten stellen wir den Kunden in den Mittelpunkt. Für das Weihnachtsgeschäft rollen wir daher am POS weiter aus. Wir blicken sehr positiv in die Zukunft“, so Madeleine Mahr, Marketing bei Loewe Technologies. ■

REGER ZUSPRUCH FÜR AVM BEI IFA UND EFHT

„Starke Verbindungen“

TEXT: Julia Jamy | FOTO: J. Jamy | INFO: www.avm.de/at

AVM stellte auf der IFA 2023 unter dem Motto „Starke Verbindungen“ zahlreiche Produktneuheiten für schnellen Internetzugang, starkes WLAN und ein smartes Zuhause vor, die kurz darauf auch in Linz bei den Elektrofachhandelstagen präsentiert wurden.

am Punkt

AVM
legte sowohl in Berlin als auch in Linz einen gelungenen Auftritt hin.

IM MITTELPUNKT
stand das neue Premium-Modell FRITZ!Box 5690 Pro.

EIN WEITERER FOKUS
lag auf den Themen Smart Home und Energieeffizienz.

Nach dem erfolgreichen Auftritt in Berlin waren die Erwartungen für die EFHT natürlich hoch und wurden nicht enttäuscht: „Das Feedback von den Besuchern ist sehr positiv und wir freuen uns über den großen Ansturm bei uns am Stand. Die Elektrofachhandelstage haben sich als Schwerpunkt entwickelt. Wir bemerken auch ein großes Interesse an unseren neuen Produkten“, so Klaus Stumptner, B2B Sales Manager.

Am eigenen Messestand präsentierte der Netzwerkspezialist seine FRITZ!-Highlights zu den Themen Glasfaser, Wi-Fi 7 und Smart Home. Im Rampenlicht der EFHT stand das neue Premium-Modell FRITZ!Box 5690 Pro, das Glasfaser und DSL in einem Gerät vereint. Außerdem ist es ein leistungsstarker Triband-WLAN-Router, der bereits auf das schnelle Wi-Fi 7 setzt. Der Smart-Home-Standard Zigbee ist integriert und macht aus der Highend-FRITZ!Box gemeinsam mit DECT ULE eine äußerst vielseitige Smart-Home-Zentrale.

Auch der neue, auf das Mesh der FRITZ!Box zugeschnittene FRITZ!Powerline 1240 AX für die schnelle Datenübertragung über die Stromleitung war in Linz zu sehen.

SMART HOME

Ein weiterer Fokus lag auf den Themen Smart Home und Energieeffizienz. So präsentierte der Netzwerkspezialist das FRITZ!Smart Gateway. Dieses unterstützt neben DECT ULE erstmals die Funktechnologie Zigbee und ist für Matter vorbereitet. Damit können Nutzer nun Zigbee-LED-Lampen unterschiedlicher Hersteller nahtlos in ein bestehendes FRITZ!-Heimnetz integrieren. Außerdem lassen sich über das neue FRITZ!Smart Gateway noch mehr DECT-Geräte wie Heizkörperregler, Steckdosen und Funktaster ins smarte Zuhause einbinden. Für die Kommunikation mit der FRITZ!Box verfügt das smarte Gateway über eine WLAN- und eine LAN-Schnittstelle, die ausschließlich für diese Verbindung konfiguriert sind. Außerdem präsentierte AVM den neuen Tür-/Fensterkontakt FRITZ!DECT 350, der beim kostensparenden Heizen helfen soll.

GROSSE NACHFRAGE

Ein weiteres Highlight war das neue Fritz FonX6. Das Festnetztelefon verfügt über ein neues Design, einen leistungsstarken Akku, ein 2,4-Zoll-Farbdisplay, erweiterte Smart-Home-Steuerung und eine neue, frei belegbare Favoritentaste an der Seite. „Festnetztelefone werden vor allem im KMU-Sektor immer stärker nachgefragt, z.B. in einer Arztpraxis, im Friseursalon oder im Büro“, erklärt Stumptner. ■

Klaus Stumptner präsentierte in Linz das neue Premium-Modell FRITZ!Box 5690 Pro, das Glasfaser und DSL in einem Gerät vereint.

NEDIS AUF DEN EFHT

Smarte Topseller

TEXT: Stefanie Bruckbauer | **FOTOS:** S. Bruckbauer, Nedis
INFO: www.nedis.at

Ein Besuch bei Nedis am Messestand gleicht einem Spaziergang durch eine große, bunte Produktewunderwelt. Man kommt aus dem Staunen nicht mehr raus, entdeckt immer wieder einmal Dinge, die am österreichischen Markt bis jetzt noch nicht so stark verbreitet sind, und möchte öfters nur eines: Haben!

Wie schon im Vorfeld angekündigt, stellte das Nedis-Team rund um GF Mario Knapp auf den Herbstmessen erstmals smarte Artikel aus dem Bereich Gesundheit vor. Dieses neue Smart Health Segment umfasst derzeit einen Blutdruckmesser, ein Fieberthermometer und ein Pulsoximeter – alles natürlich smart, also via App steuerbar. „Der Vorteil ist, dass verschiedene Benutzer angelegt, alle Werte in der App protokolliert und mit einem Klick als File an den Arzt weitergeleitet werden können. Hier macht die Smart-Thematik richtig Sinn, denn der Kunde hat einen Mehrwert“, erklärt Knapp und er ergänzt: „Diese Produkte haben wir schon lagernd.“

ALLES IM BLICK

Das Zeug zum Top-Seller hat laut Mario Knapp die neue wiederaufladbare Nedis SmartLife Full-HD Schwenk-Neige-Außenkamera mit Akku und einem zusätzlichen Solarpanel für zusätzliche Unabhängigkeit vom Stromnetz. Die Kamera gibt es in zwei Ausführungen: Einmal ohne und einmal mit Sim-Karten-Einschub, für Einsatzorte mit und ohne WLAN, wie z.B. Berghütten, Schrebergärten oder Tierställe. Eine Full-HD-Auflösung von 1080P, ein großes Sichtfeld (120° Weitwinkel, 350° Drehwinkel und 75° Neigung) sowie eine intelligente AI-Bewegungserkennung kommen on top dazu. „Also diese Kameras kommen auf der Messe richtig gut an bei den Händlern“, berichtete Knapp auf den EFHT.

Eine absolute Neuheit ist auch die SmartLife Außenleuchte (WIFICOL20BK) mit 1000 Lumen, Geräuscherkennung und eingebauter, versteckter Full HD-Kamera. Diese hat eine Bewegungserkennung bzw. Auto-Trackingfunktion, die aber auch deaktiviert (und die Kamera übers Smartphone bewegt) werden kann. Infrarot-Nachtaufnahmen in einem Radius von zehn Metern sind möglich. Bereiche, in denen nicht gefilmt werden soll, können definiert werden.

Neu von Nedis: Silikonladekabel und eine kompakte 30.000 mAh Powerbank

Google Assistant und Amazon Alexa werden unterstützt.

TRENDS

Nedis sieht einen Trend zu Silikon-Ladekabeln, da diese einfach viel flexibler sind und weniger leicht kaputt werden. Dementsprechend wurde das Sortiment um solche – wahlweise in Schwarz oder Weiß – ausgeweitet. Der UVP liegt auf dem Niveau herkömmlicher Ladekabel.

Erstmals stellte Nedis auf den EFHT auch sein Funkgeräte Line-up aus. „Für mich als Schwammerlsucher ein absolut wichtiges Produkt“, so Knapp mit einem Zwinkern. Das Topmodell hat eine Reichweite von zehn Kilometer, einen Kopfhörer-Anschluss, eine Ladestation zum Aufladen der Walkie-Talkie-Akkus sowie einen Micro-USB-Anschluss zum Aufladen der Akkus, ohne sie aus dem Akkufach zu entfernen. „Wir stellen unsere Range hier aus, um die Händler auf das Potenzial dieser Produkte aufmerksam zu machen – Outdoor ist im Trend“, so Knapp.

KLEINE HELFER

Nedis gab auf den EFHT auch einen Ausblick auf kommende Produkte (voraussichtlich in Q1/24) – so z.B. aus dem Robotik-Bereich. Dazu zählen ein Saugroboter – nun neu – mit Absaugstation. Auch ein Vorhang-Roboter zum Auf- und Zuziehen von Vorhängen wird kommen. Gesteuert wird der kleine Helfer über die Nedis SmartLife-App. Dank Lichtsensor kann der Roboter den Vorhang bei starker Sonneneinstrahlung, aber auch automatisch zuziehen. Ein ähnliches Produkt wird es auch zum Auf- und Zuziehen von Innenrollos geben – inkl. Solarpanel, weil neben dem Fenster selten eine Steckdose vorhanden ist. ■

Mehr dazu schon bald auf www.nedis.at.

HISENSE: EINDRUCKSVOLL IN LINZ UND BERLIN

„Wir jubeln heuer“

TEXT: Julia Jamy | FOTO: J. Jamy | INFO: www.hisense.de

Auf dem eigenen Stand präsentierte Hisense hierzulande sein aktuelles Line-up. Auch mit dem Auftritt in Berlin konnte der Hersteller alle Blicke auf sich ziehen und hatte eine große Ankündigung im Gepäck.

BTM-Geschäftsführer Christian Blumberger und Head of TV Dietmar Pils zeigten sich auf der Messe positiv gestimmt und voller Freude über die aktuelle Geschäftsentwicklung bei Hisense: „Die Frequenz auf den EFHT ist sehr gut und besser als vergangenes Jahr. Die Besuche sind sehr effizient. Für uns ist die Messe sehr gut gelaufen. Wir sind mittlerweile österreichweit der drittgrößte TV-Hersteller in Bezug auf die Stückzahlen – das ist eine große Leistung innerhalb von vier Jahren. Wir jubeln heuer und sind bis Jahresende ready.“

Generell blicke man sehr optimistisch auf das nächste Jahr. Denn Hisense ist globaler Sponsor der UEFA EURO 2024. Der Hersteller unterstützt damit zum dritten Mal in Folge eine Fußball-Europameisterschaft. Hisense erhält im Rahmen der Vereinbarung außerdem die Rechte für die EM-Qualifikationsspiele sowie die europäischen Quali-Partien zur WM 2026, das Finale der UEFA Nations League 2025, die U21-EM 2025, die Finalissima 2024 und die UEFA-Futsal-Europameisterschaft 2026.

VOLLTREFFER

Durch das Hisense-Sponsoring seien weitere positive Effekte auf den heimischen Markt zu erwarten. Generell sei Sportmarketing ein Schlüsselelement für das globale Wachstum von Hisense und den Aufbau der Markenwahrnehmung auf der ganzen Welt, wie das Unternehmen sagt. Die Bekanntheit von Hisense habe sich in den vergangenen fünf Jahren außerhalb Asiens fast verdoppelt, wobei allein das Sponsoring und die Verbindung mit großen Sportveranstaltungen zu einem Anstieg um 25 Prozent geführt habe. „Die Partnerschaft bringt uns einen zusätzlichen Drive. Wir werden uns aber nicht ausruhen und planen ein schönes, stimmiges Netz über das Event zu legen. Wir werden auch am POS werben. Ich wäre enttäuscht, wenn jemand Hisense nach der WM 2026 nicht kennt“, so Pils.

NEUES LINE-UP

Auf den EFHT präsentiert Hisense sein TV-Line-up für 2023 – allen voran die Mini LED Modelle. Mit den Serien U6KQ, U7KQ, U8KQ und UXKQ möchte der Hersteller noch mehr Details auf dem Bildschirm zeigen und für „ein gestochen scharfes, lebendiges Bild“ sorgen. Die kleineren LEDs sollen zudem eine noch flachere Bauweise ermöglichen, was den neuen Display- Serien ein besonders elegantes Erscheinungsbild verleiht. Daneben wurde der Auftritt in Linz dazu genutzt, um Dietmar Pils als neuen Head of TV den Fachhändlern vorzustellen. Ab Oktober bekommt Pils Unterstützung von Daniel Prazuch, der zu Hisense Gorenje wechselt und das Vertriebsgebiet Wien NÖ, OÖ bis Salzburg übernehmen wird. Christian Achenrainer wird wie gehabt weiter den Westen betreuen.

ERFOLGREICHER AUFTRITT

Auch der Auftritt in Berlin konnte sich in jeder Hinsicht sehen lassen. So stellte Hisense auf der IFA 2023 sein Konzept von szenarienorientierten und benutzerfokussierten Produktinnovationen vor und zeigte sein neuestes Laser TV-Sortiment. Das Flagship-Gerät Hisense L9H Laser-TV verfügt über einen riesigen 100 oder 120 Zoll großen Bildschirm und ist mit Dolby Vision sowie Dolby Atmos ausgestattet. Zudem präsentierte der Hersteller den Laser Cinema PL1H, der unterschiedliche Bildgrößen von 80 bis 120 Zoll bietet, sodass die Kunden die Möglichkeit haben, ihren bevorzugten Bildschirm auszuwählen. Last but not least stellte Hisense den Mini Projector C1 mit einem Display von 65 bis 300 Zoll vor. ■

Hisense ist globaler Sponsor der UEFA EURO 2024. Der Hersteller unterstützt damit zum dritten Mal in Folge eine Fußball-Europameisterschaft..

HD AUSTRIA STARTET INS WEIHNACHTSGESCHÄFT

„Unser Ziel ist die Top-Liga“

TEXT: Julia Jamy | **FOTO:** Julia Jamy | **INFO:** www.hdaustria.at

Bei den EFHT war HD Austria heuer mit einem eigenen Stand und auch auf dem gegenüberliegenden Stand von EP: vertreten. Das Team um Lukas Pachner und Mario Maschl informierte die Besucher über HD Austria und CANAL+ sowie über die Vorhaben für das Herbst- und Weihnachtsgeschäft.

am Punkt

HD AUSTRIA
war heuer in Linz erstmals mit einem eigenen Stand vertreten.

UM DEN UMSATZ ANZUKURBELN
unterstützt HD Austria den EFH mit einem attraktiven Angebot.

DIE BESUCHER
konnten direkt am Stand an einem Messe-Gewinnspiel teilnehmen.

Den Messeauftritt in Linz nutzte HD Austria unter anderem als Startschuss für ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft: „Weihnachten ist bei uns immer stark. Die Fernsehzeiten steigen, das spielt uns natürlich in die Karten. Bereits zum Black Friday kaufen sich viele Leute einen Fernseher und das zieht sich bis Weihnachten durch, es verlagert sich immer mehr nach hinten“, so GF Lukas Pachner.

Um den Umsatz anzukurbeln, unterstützt HD Austria den Elektrofachhandel mit einem attraktiven Angebot: Die laufende Aktion wird verlängert – damit gibt es das HD Austria Plus sowie das Kombi Paket weiterhin drei Monate gratis. Neben mehr als 80 HD-Sendern inklusive ORF und UHD beinhalten die Pakete zusätzliche Premium-Sender inklusive CANAL+ FIRST sowie CANAL+. Das Streaming Service ist im Plus Paket für zwölf Monate ohne Zusatzkosten inkludiert – im Kombi Paket ist es fix dabei. Wer nur CANAL+ streamen möchte, hat auch die Möglichkeit, nur das Streaming-Service zu abonnieren.

AUS EINEM GUSS

Teil der Pakete ist auch die HD Austria TV-App, die auf Handys, Tablets, auf Smart-TVs sowie auf Apple TV und Amazon Fire TV verfügbar ist. Die App soll vor allem durch ihre hohe Benutzerfreundlichkeit und ihre innovativen Features, wie z.B. die Download-to-Go-Funktion, überzeugen: „Die Pakete bieten Fernsehen und Streaming aus einem Guss. Die Kunden können zwischen linearem Fernsehen, Sport-Events, Filmen und Serien auswählen. Wir wissen, was gut funktioniert am Markt, und entwickeln uns immer weiter. Unser Ziel ist es, zur Top-Liga zu gehören“, so Pachner.

Ab der Saison 2024/25 hat sich CANAL+ Rechte der UEFA Champions League am Mittwoch und das Topspiel der UEFA Europa League oder der UEFA Europa Conference League in jeder Spielwoche gesichert. Im Anschluss an das Spiel folgt die große Highlight-Show mit den Zusammenfassungen der Spiele der Spielwoche. Außerdem wird CANAL+ in Österreich alle drei Endspiele der UEFA-Klubwettbewerbe übertragen.

UNTERSTÜTZUNG FÜR DEN EFH

Auch Händler sollen von dem umfassenden Angebot profitieren: „Aufgrund der anhaltenden positiven Rückmeldungen aus dem Handel gibt es auch weiterhin 60 Euro Provision sowohl für das Kombi als auch das Plus Paket“, erläutert Mario Maschl und fügt hinzu, „und auch für den Abschluss eines Abos von CANAL+ zahlen wir im Fachhandel eine Provision von 15 Euro. Zusätzlich erhalten Händler Sodexo Geschenkpässe, wenn sie HD Austria SAT-Module beim Distributor ihres Vertrauens kaufen.“ Die Besucher konnten in Linz an einem Messe-Gewinnspiel mit zwei Ziehungen pro Tag teilnehmen. Dabei wurden jeweils Tickets für Masters of Dirt, ein iPad und ein Amazon Fire TV Stick verlost. Zusätzlich erfuhren Händler, wie man seine Chancen beim Herbst Gewinnspiel erhöhen kann und hatten sogleich die Möglichkeit, den 1. Preis direkt am Stand zu bewundern: einen Peugeot Motorroller Djangoo 125 ABG. Die Mechanik ist bekannt und bewährt: Mit dem Verkauf von HD Austria Paketen sammeln Händler virtuelle Lose, mit denen sie automatisch an der Verlosung teilnehmen. ■

Rund ein Drittel des TP-Link-Standes auf der IFA 2023 war dem Thema Smart Home gewidmet – von einem breiten Sortiment an Kameras und vernetzten Türklingeln bis zum Roboterstaubsauger.

TP-LINK SETZT SMART HOME-FOKUS

Gesamtanbieter für Vernetzung

TEXT: Dominik Schebach | **FOTO:** D. Schebach, TP-Link | **INFO:** www.tp-link.com

Mit einem neuen Ansatz ist TP-Link auf die IFA 2023 gekommen. Der Hersteller hat dieses Jahr nicht nur seine bekannten Netzwerkprodukte gezeigt, sondern auch einen besonderen Schwerpunkt auf den Bereich Smart Home gelegt.

TP-Link ist für seine Netzwerkprodukte bekannt. Dementsprechend spielten auch Produkte für das Privat- und Businesskundensegment eine zentrale Rolle in Berlin. Auf der IFA 2023 wurde allerdings rund ein Drittel des Standes mit dem Thema Smart Home bespielt. Damit demonstriert TP-Link nicht nur, dass man hier ein großes Wachstumspotenzial sieht. Der Hersteller rückt Smart Home auch in einen größeren Kontext. „Unsere Idee ist, dass wir uns hier auf der Messe als Anbieter für das vernetzte Leben präsentieren", erklärte dann auch Niklas Abels, PR & Communications Manager TP-Link gegenüber E&W.

Im Bereich von Smart Home ist TP-Link zwar schon seit 2018 tätig. Inzwischen hat das Unternehmen bereits 18 Kategorien an vernetzten Produkten unter dem Markennamen TAPO im Angebot – einschließlich über das Netz gesteuerte Steckdosen und Leuchtkörper oder Türklingeln. Besonderes Highlight auf der IFA waren die eigenen Staubsauger- und Wischroboter-Modelle mit Basisstation, wie der RV 20 Mob und der RV 30 Plus.

Technisch basieren die Smart Home-Produkte von TP-Link auf dem herstellerübergreifenden Verbindungsstandard Matter, womit die Sensoren und Endgeräte anderer Hersteller mit den TP-Link-Geräten kompatibel sind. Zudem will das Unternehmen seine Palette an Smart Home-Produkten weiter ausbauen. Für kommendes Jahr sind laut Abels wetterfeste steuerbare Glühbirnen und Steckdosen für den Außeneinsatz geplant.

NETZWERKTECHNIK

Bei der Netzwerktechnik gab es von TP-Link in Berlin eine breite Palette von Neuheiten zu sehen. Für das B2C-Segment sind u.a. die Modelle der DECO-Linie interessant, welche sich in die Wohnumgebung einfügen. Präsentiert wurde u.a. der Deco X50-5G mit WiFi 6. Dieser unterstützt Internetzugang neben Festnetz und LTE auch über 5G und steigert die Downloadgeschwindigkeit laut Hersteller auf bis 3,4 Gbit/s. Einen weiteren Schwerpunkt setzte das Unternehmen auf der IFA bei seinen B2B-Lösungen von omada pro.

TEAM VERSTÄRKT

TP-Link geht aber nicht nur mit neuen Produkten in den Herbst. Eine Veränderung gab es auch im Team von TP-Link Österreich. Carlos Zheng ist seit September Country Manager für Österreich. Zheng will in seiner neuen Position vor allem auch das B2B-Geschäft ankurbeln. „Österreich ist ein starker Wachstumsmarkt für uns", erklärte dazu auch Abels. Mit der Ernennung von Zheng als Country Manager soll auch das B2B-Geschäft hier zu Lande stärker betont werden. ■

Carlos Zheng ist seit September als Country-Manager für Österreich verantwortlich. Wie auf der IFA zu erfahren war, soll er vor allem das B2B-Geschäft hier zu Lande ankurbeln.

Hama präsentierte auf der IFA zahlreiche Produkthighlights, darunter die neue Smartwatch „8900“.

HAMA AUF IFA & EFHT

Gelungene Premiere

TEXT: Julia Jamy / Wolfgang Schalko | FOTO: Julia Jamy
INFO: www.hama.de

Zubehörspezialist Hama hatte auf der IFA ein regelrechtes Neuheitenfeuerwerk im Gepäck. Die wichtigsten Produkte und Highlights wurden natürlich auch im Rahmen der Elektrofachhandelstage vorgestellt. Der Auftritt hierzulande war für Hama von besonderer Bedeutung: Denn einerseits präsentierte sich der Zubehörspezialist erstmalig mit einem eigenen Stand und andererseits waren die diesjährigen Elektrofachhandelstage für GF Kurt Böhm die letzten in offizieller Funktion.

Auf dem rund 1200 Quadratmeter großen IFA-Messestand präsentierte Hama zahlreiche Produkt-Highlights. So stellte der Zubehörspezialist pünktlich zur verkaufsstarken Vorweihnachtszeit neue Smartwatches vor, darunter auch die „8900“. Neben Alexa Sprachsteuerung, barometrischem Höhenmesser, Kompassfunktion und bis zu 110 Sportarten verfügen die neuen Modelle mit OLED Display über zahlreiche clevere Funktionen.

NEUE KOOPERATION

Aber auch im Audio-Bereich hat Hama einiges zu bieten. Denn der Zubehörspezialist und Canton starten eine Kooperation. Unter dem Motto „Pro Sound Experience with Canton“ stellten die beiden Unternehmen auf der IFA zwei neue Bluetooth-Lautsprecher vor, die mit starkem Sound überzeugen sollen. Der Bluetooth-Lautsprecher Glow Pro trägt einen Leuchtstreifen, der in fünf verschiedenen Lichtmodi für Stimmung sorgt und verfügt über eine Akkulaufzeit von bis zu zwölf Stunden.

Der Mate Pro ist ausgestattet mit einer Musikleistung von 60 Watt und einer high-fidelen Zwei-Wege Tief/Mittel und Hochtonbestückung sowie zusätzlicher passiv Membran für tiefste Frequenzen. Auf Knopfdruck kann zwischen den drei Equalizer-Profilen Bass Sound, Power Sound, Balanced Sound gewechselt werden. Der Bluetooth-Lautsprecher Mate Pro ist nach IPX6 strahlwassergeschützt und somit geeignet für Meer oder Pool, aber auch unter der Dusche.

MATTER

Auf der IFA stellte Hama zudem mit einer kompakten WLAN-Steckdose sein erstes Matter-fähige sProdukt vor, das bereits im Oktober flächendeckend lieferbar sein wird, wie der Hersteller mitteilt. Auch weitere Produkte, die den neuen, herstellerübergreifenden Smart-Home-Standard Matter unterstützen, wurden auf der IFA bereits live vorgestellt. Passend zur bevorstehenden dunklen Jahreszeit kommen beispielsweise diverse Leuchtmittel auf den Markt. Außerdem präsentierte der Zubehörspezialist neue, schockabsorbierende Handy-Hüllen aus dem Material von D3O, welches extremen Stoß-, Schlag- und Fallschutz garantieren soll.

Im TV-Bereich zeigte Hama mit Wandhalterungen, Fernbedienungen, Verbindungskabeln und vielen weiteren Produkten über alle Segmente hinweg passende Lösungen. So stellte der Zubehörspezialist eine weitere Monitorhalterung vor. Bei der Vierfach-Halterung handelt es sich um eine clevere Lösung für Streaming, Gaming oder den Büroalltag. Die Mehrfach-Halterung vereint unterschiedlichste Geräte und Zubehör zentral und aufgeräumt auf dem Desktop. Die neue Halterung mit vier Armen ermöglicht die ordentliche Organisation von Geräten wie Webcam, Mikrofon, Smartphone, Tablet, Ringlicht, Kamera, Monitor und Laptop über eine zentrale Säule.

Auch die Hama Eigenmarke Xavax wächst weiter. Egal, ob für Kaffeevollautomaten, Siebträger- oder Kapselmaschinen – Xavax Barista hat für jeden Kaffeeliebhaber das passende Zubehör.

NAHE BEIM FACHHANDEL

Natürlich hat Hama seine wichtigsten Produkte und Highlights auch im Rahmen der Elektrofachhandelstage vorgestellt. Anlässlich des 100-jährigen Firmenjubiläums präsentierte sich der Zubehörspezialist erstmalig mit einem eigenen Stand in Linz. „Hama ist heuer mit einem eigenen Stand auf der Messe vertreten, weil es wichtig ist, nahe beim Fachhandel zu sein und gemeinsam Konzepte zu erstellen. Deswegen unterstützen wir den Handel auch am POS mit unseren Aufstellern. Zudem bieten wir Schulungen an und laden jeden Händler ein zu uns nach Breitenfurt oder Monheim zu kommen, um gemeinsam vor Ort zu entwickeln und zu schauen, wie man Zubehör am besten im Geschäft platzieren kann“, erklärt Alexander Thyri, Verkaufsleiter Österreich. ■

Auch der Auftritt in Linz konnte sich in jeder Hinsicht sehen lassen.

„FINALE IST FINALE" – KURT BÖHM VERABSCHIEDET SICH IN DEN RUHESTAND

Für Kurt Böhm waren die diesjährigen Elektrofachhandelstage die letzten in offizieller Funktion. Nach 47 Jahren in der Branche sagt der langjährige Hama Österreich-Geschäftsführer leise „Servus". „Vor meiner mittlerweile zwölfjährigen Tätigkeit bei Hama war ich elf bei Stohlhofer, 25 bei Sony und eines bei HB – und alles hat mir Spaß gemacht", erzählt Böhm und ergänzt schmunzelnd: „Der Vollständigkeit halber: Ganze sieben Tage war ich auch arbeitslos."

Zum Abschied aus der Branche habe er „gemischte Gefühle", denn einerseits habe er zwar freiwillig aufhören wollen und wisse, dass ihm in der Pension nicht langweilig werden wird, andererseits hätte er aber auch „nichts missen wollen, weil ich's eben gern gemacht habe." In all den Jahren habe sich in der Branche viel getan und verändert, wobei er die aktuelle Situation im Elektrohandel wörtlich als „schlimm" bezeichnet. Soll heißen: „Es läuft ziemlich bescheiden, trotzdem muss man seinen Umsatz bringen." Auf einen bevorzugten Vertriebskanal – Großfläche oder Fachhandel – will sich Böhm jedenfalls nicht festlegen: „Ich habe stets mit beiden Vertriebsformen gerne gearbeitet. Mit Media Markt machen wir tolle Umsätze, die auch noch weiter steigen werden, allerdings ist die Zusammenarbeit aufgrund der internen Umstrukturierungen schwieriger geworden. Im Fachhandel geben wir ebenfalls weiter Vollgas, allerdings glaube ich nicht, dass es für diesen leichter wird – die Händler müssen selbständiger und mehr von sich aus aktiv werden."

Sichtlich mit Stolz erfüllt Böhm der Blick auf seine Jahre bei Hama: „Seit ich bei Hama angedockt habe, verzeichnet das Unternehmen in Österreich eine sehr positive Entwicklung. Ich habe da Struktur reingebracht und gesagt, was Sache ist – das hat funktioniert! Jetzt sollen meine Kollegen den erfolgreichen Weg weitergehen. Ich beobachte das aber nicht mehr, denn Finale ist Finale!"

DAB+ FEIERT PREMIERE IN LINZ

„Es war super"

TEXT: Julia Jamy
FOTO: Verein Digitalradio Österreich
INFO: www.dabplus.at

Unter den 80 Ausstellern im Design Center in Linz war heuer auch erstmals DAB+ Österreich dabei. Mit einem Partnerstand bei EP: hat Thomas Pöcheim, GF des Vereins Digitalradio, die Besucher rund um das Thema DAB+ in Österreich aufgeklärt und die neuesten DAB+ Radios vorgestellt.

Die Nachfrage nach DAB+ ist groß. Wie der aktuelle Radiotest zeigt, hören mehr als eine Million Österreicher mehrmals im Monat Radio über DAB+. Bereits 83% der österreichischen Bevölkerung können DAB+ empfangen. Auszeichnen soll sich die Technologie vor allem durch einen klaren Empfang und ein vielfältiges, regionales Senderangebot.

Am Stand von Electronic Partner konnten sich die Besucher in Linz selbst davon überzeugen und die neuesten DAB+ fähigen Geräte ausprobieren. Zudem wurden viele aufklärende Gespräche zum Thema „Radio der Zukunft" geführt. DAB+ Österreich konnte Informationsmaterial verteilen und dank der Gerätehersteller TechniSat, hama, pure, Albrecht und Telestar viele neue Digitalradio-Modelle verlosen.

Am Messestand von DAB+ wurden viele aufklärende Gespräche zum Thema „Radio der Zukunft" geführt.

VOLLER ERFOLG

Das DAB+ Österreich-Team rund um Geschäftsführer Thomas Pöcheim hat die Händler vor Ort aufgeklärt und ihnen Einblicke in die Welt des Digitalradios gegeben.

Der Verein Digitalradio Österreich sieht diesen Messeauftritt als vollen Erfolg und wichtigen Schritt, um das Thema Digitalradio in Österreich noch weiter und breiter an die Öffentlichkeit zu bringen. „Wir waren das erste Mal auf der Messe und es war super. Wir konnten den Händlern das Potenzial von DAB+ näherbringen und ihnen Digitalradios für das Weihnachtsgeschäft zeigen", so Pöcheim gegenüber E&W.

Bei so einem großen Erfolg, ist es wohl kaum verwunderlich, dass auch im nächsten Jahr wieder eine Teilnahme an den Elektrofachhandelstagen geplant ist. ■

Vor 20 Jahren berichtete E&W unter anderem ...

... über den Rebell aus dem Süden.

In einem Interview mit E&W berichtete Hannes Majdic über seine Motive, warum er ins Netz gegangen war. Für den Kärntner war es eine Gelegenheit, abgewanderte Kunden zurückzugewinnen – und ein erster Schritt zur Internationalisierung in Richtung Deutschland und Slowenien. Nebenbei läutete Majdic damit ein neues Kapitel in seinem Kampf gegen die Großfläche ein.

SMS statt Parkschein: Bei m-parking kann jeder Handy-Benutzer seine Kurzpark-Gebühren in Wien mit dem Handy bezahlen. Das System wurde von der Mobilkom zusammen mit paybox und Siemens verwirklicht.

... über mobile Payment bzw. mCommerce.

Von den Netzbetreibern mehr oder weniger stark beworben, kam die Sache langsam im Bewusstsein der Endkonsumenten an. Die einzige größere Anwendung in Österreich blieb vorerst allerdings das m-parking, welches die Mobilkom gemeinsam mit paybox und Siemens entwickelt hatte.

... über einige Überraschungscoups in der Branche.

Im Juli war die Einzelhandels- und Insta-Gruppe EHG mit ihren 14 Standorten in Konkurs gegangen. ETECH-GF Klaus Schmid hatte nach der Übernahme aufgrund von Umsatzeinbrüchen im Elektroeinzelhandel den Stecker gezogen. Jetzt machte er sich daran, einen Teil der Filialen aus der Masse zurückzukaufen.

... über zerschlagene Hoffnungen für Red Zac Lampert.

Der Vorarlberger Elektrohändler war im Sommer in Konkurs gegangen. Das Bestreben, zumindest das größte Outlet für die Kooperation zu erhalten, führte zu nichts. Mit einem Kaufangebot drängte Cosmos in das Bürser Einkaufszentrum Zimbapark. Das sorgte im EFH für schlechte Stimmung, wurde doch damit der Großfläche ein Standort „auf dem Silbertablett serviert".

... über den Rückzug von Phonet vom österreichischen Markt.

PHONET AUSTRIA

Operativ ist die Phonet Telecom Austria GmbH auf Tauchstation gegangen, wird aber noch bis Ende des Jahres erreichbar sein.

Dieser kam nicht ganz überraschend – schlussendlich aber doch Hals über Kopf. Die Deutsche Mutter NT Plus hatte in einem Schreiben, datiert mit 1. Oktober 2003, ihren österreichischen Partnern die Einstellung der Geschäftstätigkeit mit 30. September 2003 mitgeteilt. Am Markt löste die Implosion des Distributors allerdings kein Erdbeben aus. Die Lücke wurde von den anderen Marktteilnehmern umgehend geschlossen.

... über Loewe.

Der deutsche Hersteller hatte auf der IFA mit seinem neuen Sortiment an LCD-Modellen, einer Dreijahres-Garantie sowie seinem neuen TV-Flaggschiff Articos 55 aufhorchen lassen. Der Rückpro sollte mit einem UVP von 7.990 Euro das Weihnachtsgeschäft aufmischen. Der Marktstart der eindrucksvollen Parade an LCD- und Plasma-Modellen war dagegen zum Großteil erst für 2004 geplant.

m sehr gut besuchten IFA-Stand n wurden zahlreiche LCD-Mode tiert. Zum Großteil werden sie a ersten Halbjahr 2004 lieferbar

SKE Huawei Value Added Partner

Huawei Smart PV Optimizer SUN2000-450W-P2 und SUN2000-600W-P

Volle Leistung und maximaler Ertrag

Mit den installierten Huawei Smart PV Optimizern erzielt jedes PV-Modul den maximalen Ertrag. Die intelligenten Optimierer stellen die volle Leistung, auch von beschatteten oder verschmutzten Modulen, sicher.

Der Huawei Smart PV Optimizer misst die Betriebsdaten jedes Moduls in Echtzeit. Er erkennt die Position etwaiger Unterbrechungen, Lichtbogenfehler sowie defekte Module genau und macht eine Fehlerdiagnose enorm effizient. Wartungs- und Betriebskosten jeder PV-Anlage werden gesenkt und der Bedarf an Vor-Ort-Wartungen minimiert. Die Rapid Shutdown Funktion zum Schutz vor Gefährdung im Gleichstrombereich von PV-Anlagen bei Notfallereignissen ist eine integrierte Huawei-Sicherheitslösung, mit der eine volloptimierte PV-Anlage auf Modulebene die DC-Spannung innerhalb von 30s auf unter 30V reduziert.
Alle Informationen auf: **ske-solar.com**

www.ske-solar.com

HUAWEI

AEG
„ICH WASCHE JETZT KÄLTER, SCHNELLER UND BESSER.“
Die **UniversalDose**-Schublade von AEG löst Waschmittel-PODS® 60 % schneller auf als in der Trommel, für eine extra Reinigungsleistung selbst bei Kalt- und Schnellwaschgängen.
FÜR ALLE DIE MEHR ERWARTEN
AEG.AT/UNIVERSALDOSE